

# Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Facultad de Psicología

## Procesos sociales de personalización de perfiles de usuarios inscritos en el grupo Etnografía digital en Facebook

Tesis

Que para obtener el título de: Licenciado en Psicología

Presentan:

**Iván Flores Obregón**  
**Adriana Moreno Carrasco**

*Director de tesis:*

*Dr. Juan Soto Ramírez*

*Asesor de tesis:*

*Mtro. Juan Manuel Morales Juárez*


Puebla, Pue.

Otoño 2015



**Para mi familia y amigos,  
gracias por su apoyo.**

**Iván.**



Mamá, gracias por tu cariño  
Papá, gracias por tu apoyo  
Geno, gracias por tu ejemplo  
Adriana

# Índice

Índice.....	4
Introducción.....	5
<b>Capítulo 1.</b> Internet y su investigación desde las ciencias sociales.....	7
Resumen.....	7
1.1 Desarrollo de Internet y su estudio.....	8
1.2 Estado del arte, el estudio de las redes sociales en México.....	34
<b>Capítulo 2.</b> Elementos teóricos para observar la personalización de perfiles personales.....	44
Resumen.....	44
2.1. Las posturas teóricas en el estudio de los servicios de redes sociales.....	45
2.2 Gergen y los cambios sociales, culturales y tecnológicos en la vida cotidiana.....	48
2.3 Baudrillard y la paradoja de la personalización.....	60
2.4 El perfil personal, sus componentes y formas para observarlos.....	65
2.5 El perfil personal como parte de una red sociotécnica.....	68
2.6 El perfil personal como texto multimodal.....	74
<b>Capítulo 3.</b> Metodología.....	81
Resumen.....	81
3.1 Preguntas y objetivos de investigación.....	82
3.1 Categorías conceptuales para la observación y análisis de los perfiles personales.....	82
3.2 Etnografía conectiva.....	91
3.3 La selección de perfiles y el acercamiento con los usuarios.....	101
3.4 Aspectos técnicos del proyecto de investigación.....	106
<b>Capítulo 4.</b> Discusión y resultados.....	109
Resumen.....	109
4.1 Discusión de resultados.....	110
4.2 Resultados.....	126
<b>Capítulo 5.</b> Conclusiones.....	167
5.1 Recomendaciones para investigaciones posteriores.....	173
<b>Bibliografía</b> .....	174

# Introducción

Internet comenzó como un proyecto de los años 60 en el que se compartían paquetes de información militar y científica a través de la interconexión de computadoras en diferentes espacios y tiempos. Hoy son muchas más las computadoras que están conectadas, Internet pasó de ser un proyecto gubernamental a un objeto de bastante importancia en nuestra vida diaria. Un aspecto que está incluido en este tema tan amplio son los servicios de redes sociales que nacieron en la década anterior y que han logrado que consideremos la posibilidad de *conectar* a las personas (ya no a las máquinas) a través de Internet.

Los servicios de redes sociales son utilizados cotidianamente por las personas para compartir imágenes, textos, videos a través de sus perfiles personales, dichos perfiles pueden ser modificados -hasta cierto punto- a gusto por el usuario, es decir los perfiles se personalizan. Los usuarios seleccionan contenidos e información que desean mostrar en sus perfiles, en este sentido, la personalización es la parte más visible de un proceso que es distinto para cada usuario y que no siempre obedece a los términos de uso y condiciones establecidos por las empresas que mantienen el servicio de red social al que se inscriba el usuario.

La personalización depende del contexto, habilidades y conocimientos técnicos de los usuarios, no es posible hacer una generalización o tipificación de los usos de los perfiles personales, cada usuario es autónomo y decide la forma en que personaliza, aprovecha y utiliza su perfil personal; desde nuestra perspectiva queda fuera la posibilidad de uniformar el uso de los servicios de redes sociales y la personalización de perfiles. Aún cuando existan normas de comportamiento establecidas explícitamente por el sitio e implícitas por parte de los usuarios y su red de contactos, no significa que haya un uso adecuado o inadecuado. Por lo tanto se debe tomar en cuenta que cada perfil personalizado tiene sus particularidades y está sujeto a las decisiones que el usuario tome para seleccionar y compartir contenidos.

Esta investigación surge de la inquietud de explorar un tema aparentemente nuevo y poco abordado por nuestra disciplina que, sin embargo, consideramos es relevante estudiar para conocer ciertos aspectos de la vida cotidiana relacionados con los alcances que tiene en general el uso de Internet y en particular los servicios de redes sociales.

La presente investigación se centró en el análisis de los contenidos que aparecen en las secciones accesibles de los perfiles personales de miembros del grupo Etnografía digital en Facebook; el trabajo permitió identificar la forma en que la vida cotidiana se enlaza con los perfiles a través de los contenidos que los usuarios comparten, la personalización de los perfiles personales supone una inversión de tiempo y esfuerzo que está relacionada con las prácticas diarias de los usuarios.

El texto está organizado de la siguiente forma, en el primer capítulo abordaremos el desarrollo de Internet desde su nacimiento hasta la actualidad, el surgimiento de los servicios de redes sociales y su estudio en México. En el capítulo dos describiremos las posturas teóricas que han dirigido el estudio de Internet, aquí se expondrán las propuestas de Gergen y Baudrillard como guías que nos ayudarán a ubicar las condiciones en las que ocurre la personalización de los perfiles personales. Para finalizar éste capítulo explicaremos de qué partes se compone un perfil así como dos propuestas conceptuales para observar los perfiles personales.

La metodología del proyecto de investigación se encuentra en el capítulo tres, ahí se exponen las preguntas y objetivos que dirigieron esta investigación, se plantean categorías conceptuales para el análisis de los perfiles, dichas categorías surgen de la propuesta teórica de Erving Goffman. En dicho capítulo se describe también el proceso para acercarse a los usuarios que permitieron el análisis de sus perfiles, los últimos dos capítulos están dedicados a los resultados, una discusión de éstos, las conclusiones de este estudio y finalmente un listado de recomendaciones para investigaciones posteriores.

# Capítulo 1. Internet y su investigación desde las ciencias sociales.

## Resumen

El presente capítulo ofrece una descripción general de Internet y su desarrollo, simultáneamente se presentará una revisión acerca de la forma en que ha sido estudiado desde diversas disciplinas. En el capítulo también se hará énfasis en las posturas teóricas y metodológicas que los científicos sociales han desarrollado en torno a Internet.

El lector encontrará en el texto una definición del concepto *web 2.0* y un breve recorrido por algunos de los servicios de redes sociales más sobresalientes donde se incluye una descripción de sus características generales. Este recorrido culmina con Facebook puesto que es el servicio de red social que interesa a los fines de esta investigación.

Por otra parte, el texto abordará el concepto de *red sociotécnica* que estará presente a lo largo de la investigación puesto que es imprescindible para la lectura y comprensión de nuestro objeto de estudio. Para finalizar, este capítulo presenta un estado del arte donde se revisan investigaciones sociales realizadas en México cuyos objetos de estudio giran alrededor de los servicios de redes sociales.

## 1.1 Desarrollo de Internet y su estudio

Internet, de acuerdo con Gary Stringer (1999: 1), es el conjunto de usuarios y computadoras que se conectan mediante los protocolos TCP/IP. Como objeto de investigación, Internet puede ser analizado desde diversos niveles: una página web por ejemplo, podemos observarla como código computacional, como una representación cultural o como objeto de consumo (Wakeford, 2000: 31). Estos niveles de análisis han ido cambiando a lo largo del tiempo a la vez que Internet crece diariamente, al respecto podemos considerar la reflexión de Danny Hillis (2013, febrero 27) quien explicaba que Internet hoy es tan grande que es imposible apagarlo y tan complejo que quienes trabajan con las grandes cantidades de datos que ahí se generan, parecen no poder predecir las tendencias que tienen unos u otros datos.



The ARPANET in December 1969

Ilustración 1:

Antes de Internet existió ARPANET. En 1962 se creó la IPTO una oficina militar responsable de la creación de ARPANET. Una de las primeras aplicaciones de la ARPANET fue Telnet, ésta permitía a los investigadores entrar al sistema de una computadora desde otro sitio. Fuente: <http://www.vox.com/a/internet->

El inicio de Internet como lo conocemos, fue el resultado de diferentes equipos de investigadores que se centraron en la transmisión de información, esto se remonta a 1962 con la creación de la Oficina de Técnicas de Procesamiento de la Información (IPTO) parte de la Agencia de Investigación de Proyectos Avanzados de Defensa de Estados Unidos (ARPA) (Abbate, 1994: 13), esta oficina desarrollaba investigación sobre tecnología computacional en general pero su principal aporte fue el desarrollo de la red antecesora de Internet, la ARPANET. Gauntlett (2000: 4) identifica las primeras veces en que se habló de Internet -también- en 1962 cuando Licklider escribió artículos sobre una “Red Galáctica” que conectaba a las computadoras del mundo.

En la actualidad utilizamos nuestra computadora de una manera relativamente sencilla sin embargo, esto no hubiera sido posible en las décadas de 1950 ó 1960, puesto que las computadoras eran escasas y costosas (Flichy, 2007: 37). Además su uso no era cotidiano, generalmente eran utilizadas por científicos para cálculos especializados y se necesitaba tener conocimientos sobre lenguaje de programación. Esto llevó al psicólogo e investigador del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT), Joseph Licklider a impulsar una reflexión sobre la interacción entre las máquinas y las personas que fueran a hacer uso de ellas. Esta reflexión quedó asentada en su artículo Simbiosis Hombre-Computadora (Citado en Abbate, 1994: 13) y llevó a la creación de la Interfaz Gráfica de Usuario (GUI por sus siglas en inglés) que es el conjunto de elementos gráficos que facilitan la interacción entre el usuario y su computadora, simplificando el reconocimiento de la información y las posibilidades que ofrece un sistema operativo.

El artículo Simbiosis hombre-computadora de Licklider influyó a otros investigadores para orientar el desarrollo de nuevas tecnologías y de las ciencias computacionales hacia las necesidades de los usuarios (Abbate, 1994: 13), evitando una competencia entre máquinas y humanos (Flichy, 2007: 37). Con esta postura, Licklider se alejaba de propuestas como las de John von Neumann -pionero de la informática- quien abordó el tema de la sustitución de humanos por máquinas autónomas e inteligentes diseñadas para funcionar como un cerebro humano. Es importante considerar que la postura de von Neumann correspondía a las necesidades y exigencias de la primera generación de computadoras y concordaba con la

postura de Alan Turing, matemático inglés quien, en 1935 ideó una máquina computadora digital, a diferencia de lo que sucedía con las computadoras análogas de ese momento que funcionaban con tubos de vacío para transmitir electricidad y tarjetas perforadas para recibir instrucciones. La computadora digital que proponía Turing tendría memoria ilimitada y sería capaz de leer y escribir símbolos a través de un escáner móvil. De la misma manera que von Neumann, Turing, estaba convencido de que esta máquina sería inteligente debido a que tendría que aprender de las instrucciones dadas por los científicos y a su vez, modificarlas para crear instrucciones propias.

De modo que los aportes de Turing sentaron las bases de la teoría de la computación moderna. Durante la segunda guerra mundial, junto a Tommy Flowers, colaboró activamente en el diseño de Colossus, una de las primeras computadoras digitales. Colossus fue diseñada y utilizada en Bletchley Park, una estación militar dedicada a descifrar mensajes alemanes durante la II Guerra Mundial. Esta computadora facilitó la decodificación de mensajes encriptados por la máquina alemana Enigma, hecho que fue significativo en la derrota de las potencias del eje.

ARPANET comenzó como un conjunto de investigaciones que diera solución a la necesidad de transmitir información, el objetivo era poder realizar un trabajo conjunto desde diversos centros de investigación pertenecientes a la ARPA que estaban esparcidos a lo largo de Estados Unidos. La ARPA buscaba una manera de que los investigadores pudieran estar en constante comunicación y pudieran acceder a la información rápida y efectivamente. Esto llevó al director de la IPTO, Robert Taylor, en 1966, a comenzar una red informática con la que se pudiera agilizar la comunicación entre investigadores y reducir costos y desarrollar conocimiento alrededor de la comunicación de datos (data communication) (Abbate, 1994 :4).

En 1968, Lawrence Roberts fue el encargado de continuar con el desarrollo de la ARPANET y para 1972, la red se extendía por cuatro nodos (la Universidad de California en Los Ángeles y Santa Bárbara, el Instituto de Investigación de Stanford y la Universidad de Utah), a la vez que se probó y mejoró tanto el software como el hardware para sostenerla (Abbate,

1994: 4). Esta red fue presentada en la Conferencia Internacional sobre Comunicación entre Computadoras ese mismo año.

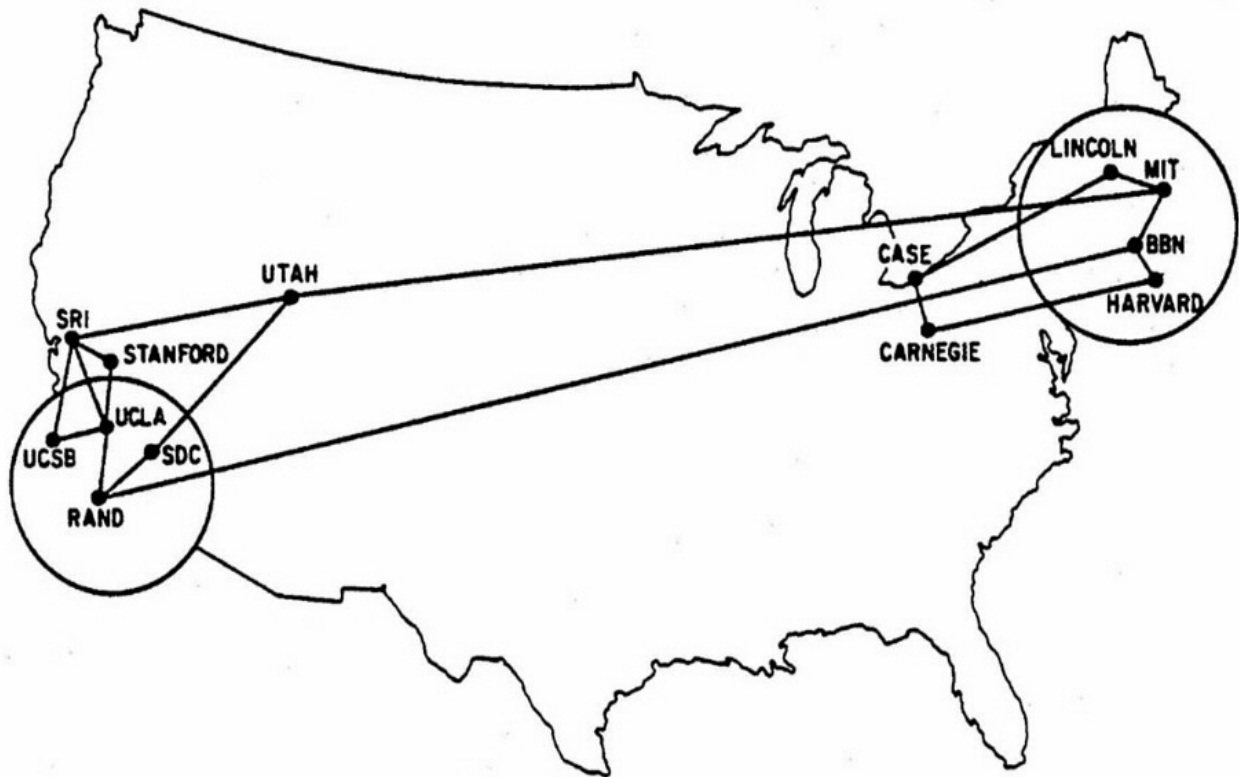


Ilustración 2: ARPANET se expande. Para finales de los 70's, ARPANET había crecido 13 nodos más, incluyendo escuelas de la costa este como Harvard y MIT. Cada sitio de ARPANET tenía un enrutador conocido como Interfaz de Procesador de Mensajes. Fuente: <http://www.vox.com/a/internet-maps>

Posteriormente, los investigadores Vinton Cerf y Robert Kahn en 1972, se dieron a la tarea de resolver los inconvenientes de interconectar computadoras con distintos sistemas operativos, situación que para ese momento era imposible. En 1973 desarrollaron un conjunto de normas para que varias computadoras pudieran conectarse a una misma red y transmitir información instantáneamente. Estas normas se conocen como protocolos TCP/IP (Protocolo de Control de Transmisión / Protocolo de Internet) que son fundamentales para el intercambio de información y para que el resto de protocolos funcionen adecuadamente.

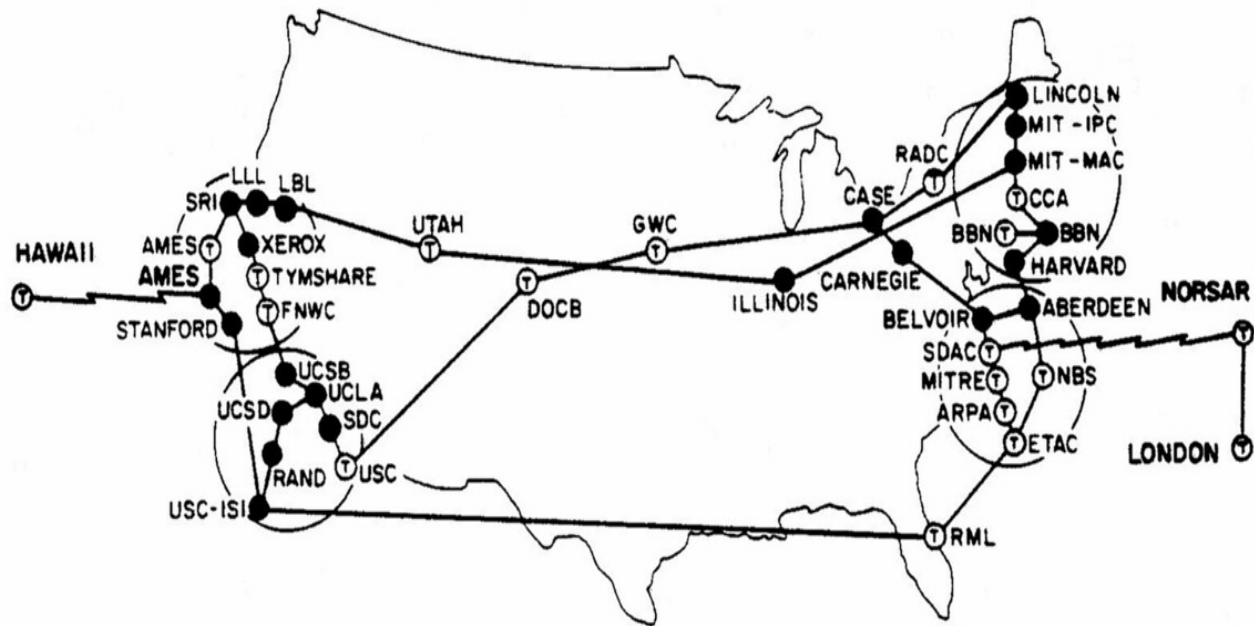
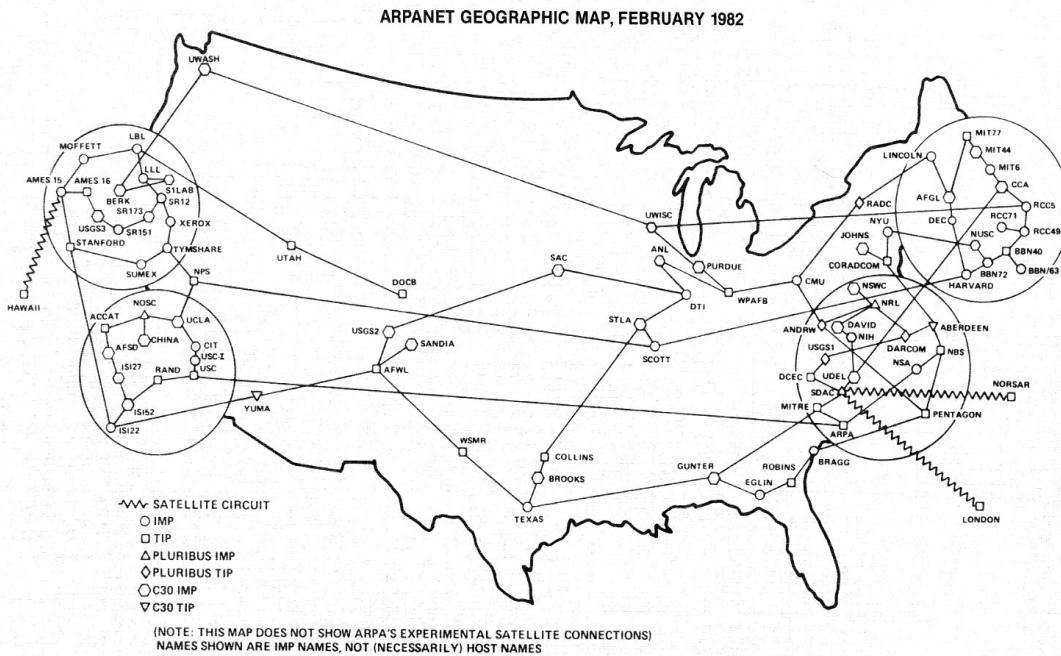


Ilustración 3: ARPANET se hace internacional. En 1973, ARPANET se expandió internacionalmente, con un satélite que conecta a Noruega, Londres y Hawái. En este punto, la red tiene alrededor de 40 nodos. Comienzan a aparecer nuevas aplicaciones de la ARPANET. Fuente: <http://www.vox.com/a/internet-maps>

Debido a la eficacia de los protocolos, para 1980 el Departamento de Defensa designó a los protocolos TCP/IP como estándar para todas sus redes. Estos protocolos posteriormente comenzaron a utilizarse en universidades, organizaciones académicas y compañías que unieron sus redes con la ARPA, a esto se le llamó -en un primer momento- Defense Research Internet.



Ilustración

4: 1982: la comunidad de la ARPANET crece. Mientras ARPANET entraba a su segunda década de vida, ésta sólo estaba presente en Estados Unidos. Las instituciones académicas dependían del financiamiento gubernamental para unirse a la red, así que el número de nodos creció lentamente. Para 1982, la red sólo tenía alrededor de 100 nodos. Fuente: <http://www.ox.com/olinternet-maps>

Sin embargo al estar al servicio de diversos usuarios que buscaban diferentes características en ARPANET -como seguridad para que la información no cayera en manos equivocadas o libertad para realizar experimentos en la red- se inició la división de ARPANET, una parte se dedicaría a resguardar la información militar (MILNET) y la otra permanecería con el nombre ARPANET y seguiría abasteciendo las necesidades de información de investigadores y contratistas, lo que después constituyó la red de otra oficina del gobierno estadounidense, la Red de la Fundación Nacional de Ciencia (NSFNet) que construyó una nueva infraestructura de la red y siguió haciendo uso de los protocolos TCP/IP. Esta última privatizó Internet y en 1990, ARPANET quedó obsoleta y por lo tanto desmontada (Castells, 2001: 25).

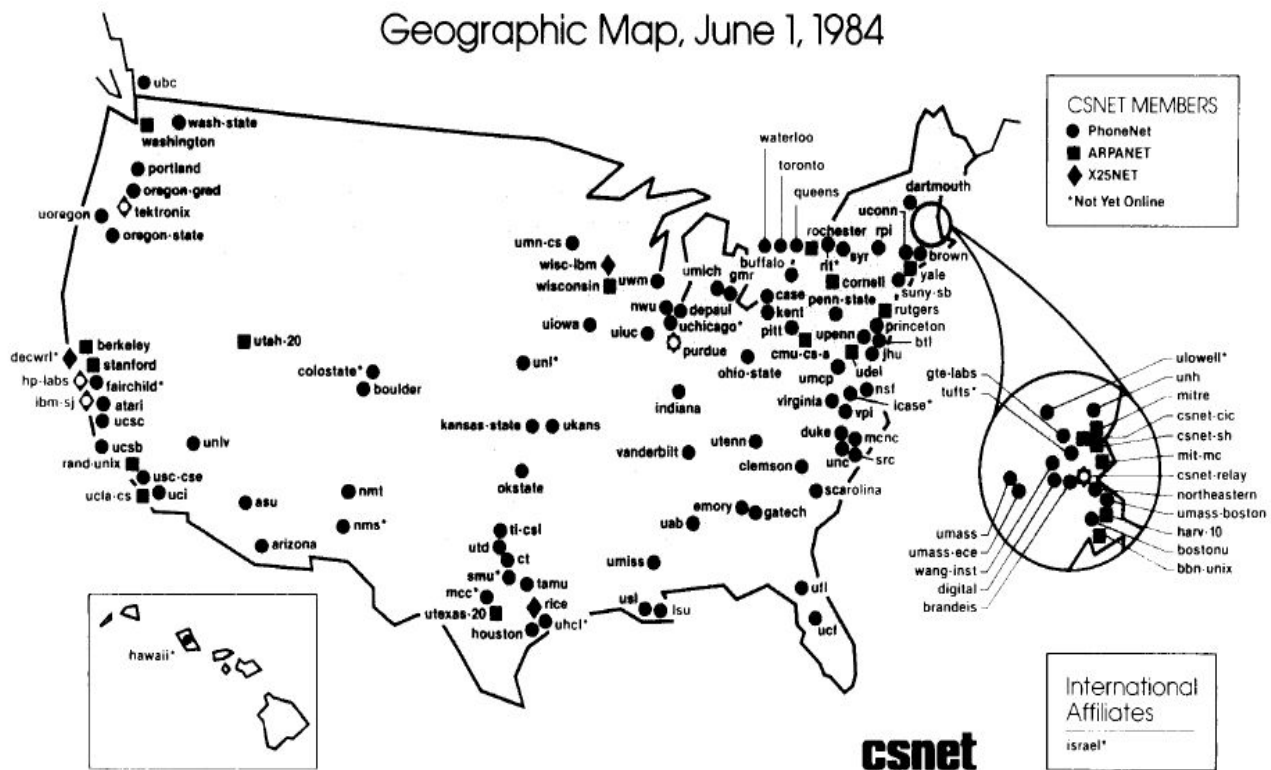


Ilustración 5: 1984: ARPANET se transforma en Internet. ARPANET era manejada por la milicia, pero los operadores de la red se dieron cuenta que una red centralizada se volvería, eventualmente, inmanejable si continuaba creciendo; esto los llevó a reorganizar la red como una “red de redes” descentralizada. Una de las primeras redes en conectarse al nuevo Internet fue CSNET. Hoy, Internet está hecho de más de 40,000

De acuerdo con Abbate (1994: 107), el inicio de Internet se ubica oficialmente en 1974, desde entonces los protocolos TCP/IP siguen mejorándose con el trabajo conjunto de investigadores, pensadores, programadores y desarrolladores desde hace -aproximadamente- 40 años. La constante transformación de Internet aunado a su uso e investigación nos ofrece una amplia variedad de posturas y perspectivas teóricas que lo modifican, es decir, el mismo trabajo investigativo puede modificar lo que pensamos y sabemos de Internet. Costigan (1999: XX) explica que mientras escribimos sobre Internet le damos forma, formamos su futuro y se plantea la siguiente pregunta: ¿La tecnología dirige la investigación académica o la investigación académica dirige a la tecnología?

El inicio de las investigaciones sociales relacionadas con Internet, de acuerdo con Siles (2008: 57) aparece en 1970 con trabajos alrededor de la comunicación mediada por computadora (CMC), mucho tiempo antes del desarrollo de los protocolos TCP/IP y mucho antes de que Internet se comercializara como ocurrió en la década de los noventa. Jones (citado por Siles, 2008: 57) identifica que hay evidencia de estudios realizados por la DARPA, la UCLA (Universidad de California) en relación a la CMC.

Silver (2000: 19-30) propuso una categorización de los estudios realizados de 1990 al 2000, dicha propuesta influyó a otros investigadores y consta de 3 etapas que son: la cibercultura popular, estudios sobre cibercultura y estudios críticos sobre cibercultura. Gracias a la categorización propuesta por Silver podemos observar algunas configuraciones técnicas, sociales, económicas y políticas que influyeron en la forma en que se pensaba Internet y también en la forma en que se utilizaba.

La primera etapa está formada por una serie de artículos, ensayos, libros y columnas de periodistas entusiastas que ya estaban conectados. Asimismo, desde el campo de la literatura de ciencia ficción comienzan a surgir nociones como el ciberespacio, término popularizado por William Gibson en su novela Neuromante de 1984. Silver (2000: 19) identifica los inicios de los 90 como el momento en el que comenzaron a llenarse los periódicos y revistas con artículos que hablaban sobre el “ciberespacio” y “la gran carretera de la información”.

## NSFNET T3 Network 1992

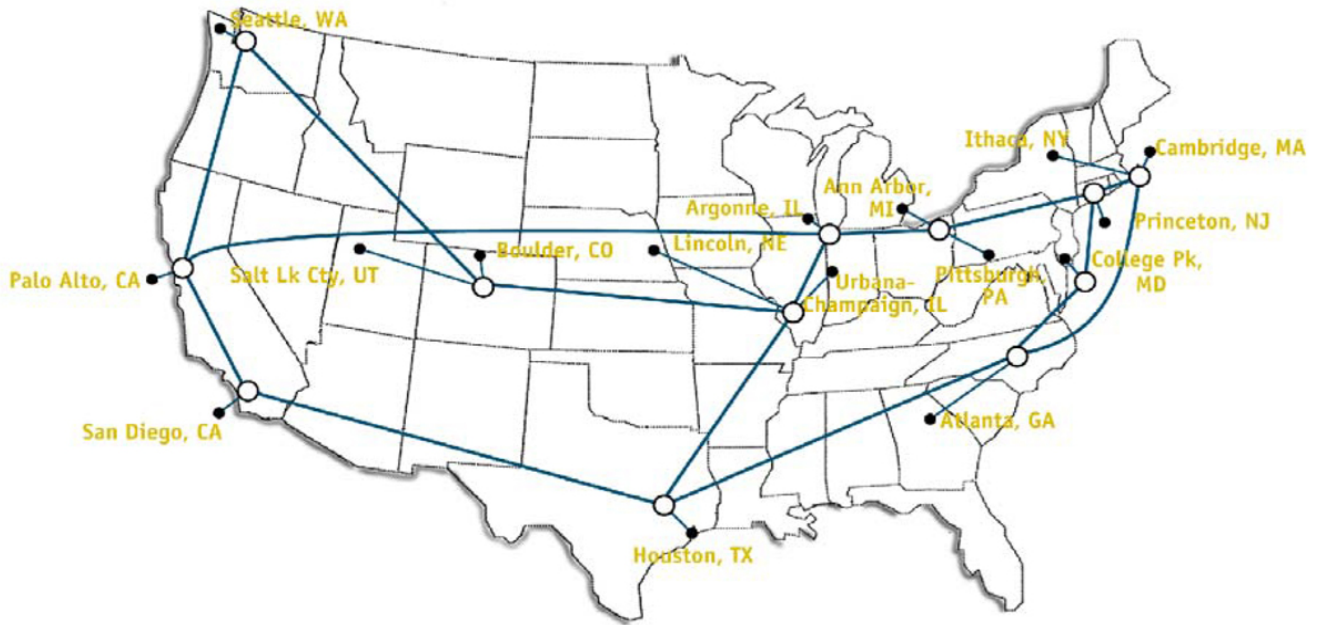


Ilustración 6: NSFNET: la primera columna vertebral de Internet. Observamos aquí la NSFNET como era en 1992, para ese tiempo, había 6,000 redes conectadas a la NSFNET con un tercio de ellas localizadas en ultramar. Esto significa que los estudiantes de un creciente número de universidades tenían acceso al correo

De acuerdo con Silver (2000: 20), era posible distinguir dos posturas teóricas frente a la red: utópica y distópica, estas posturas pueden asemejarse a las distinguidas por Gubern (2000: 10), neofilas y neofobas. La postura utópica elogia las bondades de estar conectado, aquí aparece un grupo de escritores, inversores y políticos llamados “tecnofuturistas” quienes pensaban al ciberespacio e Internet como una nueva frontera de la civilización, un dominio digital que podía fomentar la participación democrática para terminar con la inequidad social y económica. Silver (2000) cita al vicepresidente estadounidense de ese momento, Al Gore, quien ofreció un discurso en 1995 en Buenos Aires donde se puede resumir la postura utópica frente al uso de la red:

Estas carreteras -o, más precisamente, redes de inteligencia distribuida- nos permitirán compartir información, conectarnos y comunicarnos como una comunidad global. Desde estas conexiones derivará un progreso económico

robusto y sustentable, democracias fuertes, mejores soluciones para retos ambientales globales y locales, un cuidado de la salud mejorado, y -finalmente- un gran sentido compartido de administración de nuestro pequeño planeta (p. 21).

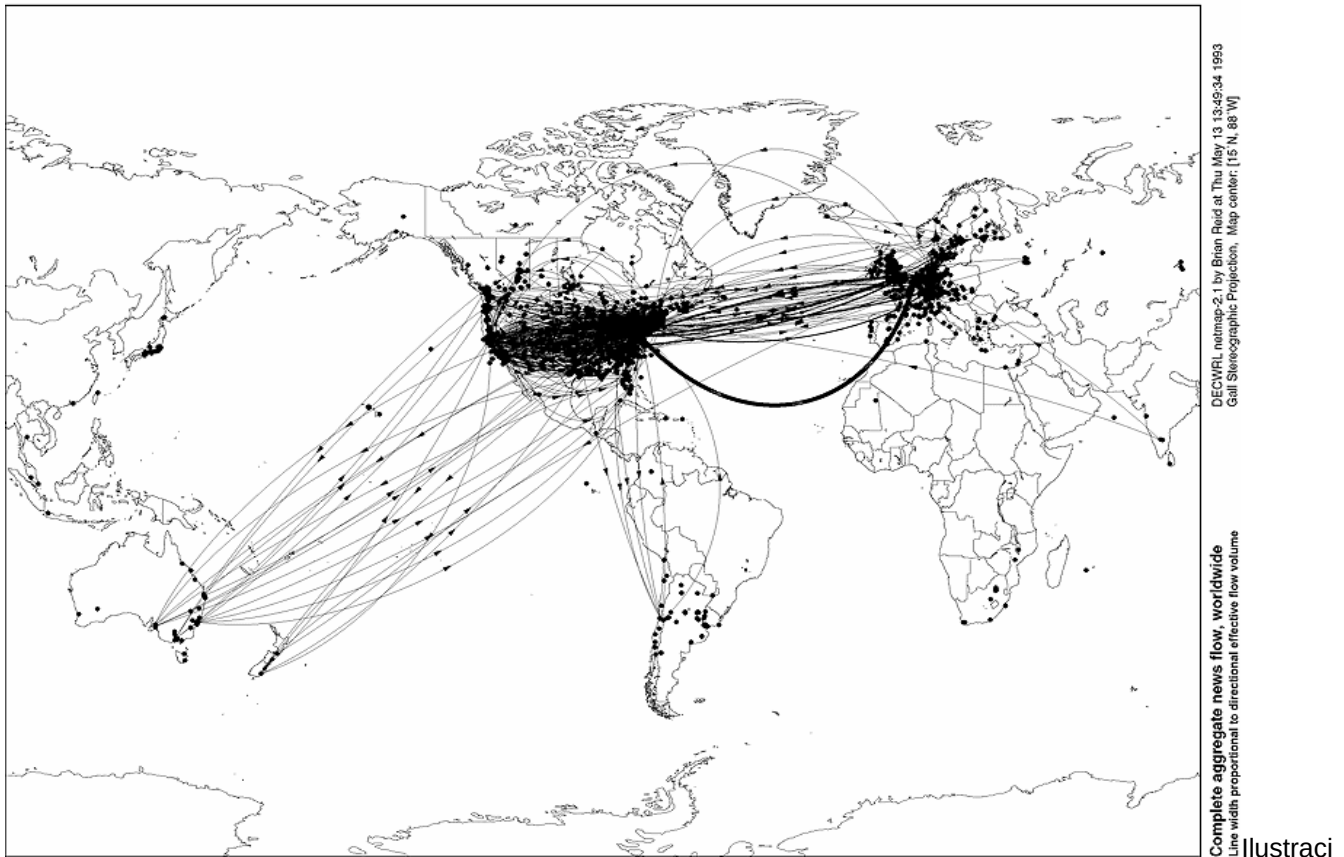


Ilustración 7: La red que conocemos se extiende a través de Internet. Ésta fue desarrollada por Tim Berners-Lee entre 1990-1991 y es la versión gráfica y amigable de Internet, está construida con HTML (Hypertext Markup Language), un lenguaje que permite transferir y tener acceso a texto y otros contenidos multimedia en la web, esto desembocó en la creación de Netscape, el primer navegador comercial. Este mapa muestra el flujo de

La postura distópica aborda el prominente deterioro que nos produciría el uso de Internet, este es el caso de Stoll (citado por Katz y Rice, 2005: 32) quien argumenta que un contacto excesivo online hará que las personas olviden lo que es verdaderamente importante. Más adelante notaremos que los investigadores tuvieron que superar estas dos posturas para poder abordar la red desde otra perspectiva. En esta primera etapa, explica Silver (2000: 21), existía un entusiasmo generalizado por Internet y por conectarse a la red, se hablaba

profusamente de la cibercultura y el ciberespacio como fronteras digitales, delimitadas por la información y no ya por las líneas geográficas.

La segunda etapa, llamada estudios ciberculturales, se caracteriza por un énfasis en el estudio de las comunidades y de las identidades individuales. Aquí cabe resaltar el trabajo realizado por Rheingold (Citado en Silver, 2000: 22) sobre las comunidades virtuales y de Turkle (Citado en Silver, 2000: 23) sobre la identidad en pantalla. En estas investigaciones aún es posible leer algunos resquicios de optimismo; Gauntlett (2000: 13-14) explica el carácter participativo de la red y propone que todos deberían tener su propia página personal para contribuir así a la construcción de la misma; ante esto Gauntlett no pierde de vista que la red pueda ser utilizada con fines desfavorables, por ejemplo conectando redes criminales.

Para Gauntlett (2000: 16), la red también tiene la posibilidad de funcionar como la Esfera Pública pensada por Habermas: Un foro abierto donde la gente participe en discusiones y debates sobre asuntos públicos. Para Habermas, la esfera pública ya no existe debido a que los medios masivos han transformado a los ciudadanos en consumidores. En contraste, Negroponte (1995: 98) de manera optimista afirma que en esta era de *postinformación*, la información personal requerida por los medios tiende a buscar satisfacer a sus consumidores y ofrecerles mejores servicios. Hoy en día podemos observar que el uso de la información por parte de los usuarios puede tener diversas motivaciones, pueden tener la intención de colaborar para lograr un objetivo específico o simplemente para tener acceso a cierto servicio, etc. La participación activa en la red no siempre busca cambios concretos que beneficien al contexto del usuario, los fines y los usos que se le dan a Internet son muy diversos y corresponden a los intereses de los mismos.

Los estudios ciberculturales permitieron que se comenzara a utilizar la teoría de las redes sociales para estudiar comunidades virtuales (Wellman, citado en Silver, 2000: 24), se intentó aplicar teorías más tradicionales como el interaccionismo o la teoría del dilema de la acción colectiva (Kollock & Smith, Citado en Silver, 2000: 24). En la antropología nace un nuevo subcampo, el de la antropología cyborg (Silver, 2000: 24) que intentaba explorar las intersecciones entre individuos, sociedad y las computadoras conectadas, como lo confirma

el Manifiesto cyborg de Donna Haraway (1991), donde explica que el cyborg es un organismo híbrido compuesto por elementos naturales y artificiales, una criatura de realidad social y de ficción que simultáneamente es animal y máquina.

Los estudios críticos sobre cibercultura, figuran como la tercera etapa distinguida por Silver y se encuentra presente alrededor de finales de los 90. A estas alturas, las ideas sobre la red y la cibercultura eran ya bastante populares y muchas más personas estaban comenzando a conectarse debido a que Internet se comercializaba. Silver (2000: 24) explica que los investigadores de este momento se interesaron en 4 áreas específicas:

- Estudios que exploran las interacciones sociales, culturales y económicas que ocurren en línea.
- Estudios que despliegan y examinan las historias que se cuentan acerca de dichas interacciones.
- Estudios que analizan un rango de consideraciones sociales, culturales, políticas y económicas que posibilitan o frustran las interacciones entre grupos o individuos.
- Estudios que evalúan las decisiones tecnológicas deliberadas, accidentales o alternativas de procesos de diseño que, cuando son implementadas, forman la interfaz entre la red y sus usuarios.

Estos cuatro puntos suponen una postura diferente de la que existía en los primeros dos momentos, encontraremos investigaciones que están enfocadas en observar la red desde una perspectiva local con una postura crítica que cuestiona su uso, las formas en que se ofrece a cierta población, los accesos, el anglocentrismo presente en la red y por último, las formas en que el diseño de la red -a través del hipertexto- modifican al lector, al escritor y al texto. A la vez, hay implícito, un interés por las cuestiones políticas que rodean los usos de la red, Costigan (1999: XXI) reflexiona sobre la forma en que los valores están incrustados en la tecnología y en los softwares que utilizamos. Esta idea nos lleva -de acuerdo con el autor- a pensar en la importancia que tiene utilizar cierto sistema operativo (Windows, MacOS o GNU/Linux) o marca (Windows, Mac) pues pueden reflejar una postura personal que es posible ver representada en la máquina. En este nivel, se abre una nueva gama de

fenómenos que el investigador debe observar con detenimiento pues se generan nuevas posibilidades de uso y de acercamiento ya no sólo a Internet sino incluso a las máquinas con las que se conecta. Costigan (1999: XX) explica que “cada usuario toma un acercamiento ligeramente distinto para usar Internet y cada uno tiene una expectación ligeramente distinta. Estas variaciones pueden crear nuevos usos”.

Lovink (2002) hace una síntesis de los valores que movían a esta última generación de investigadores identificada por Silver (2000). En Lovink (2002) se lee un profundo interés por producir una reflexión en la acción. Con la diseminación de Internet por el mundo en los 90's, algunos usuarios no-estadounidenses observaban este hecho como un triunfo de la cultura estadounidense sobre el mundo, más porque este hecho ocurrió después del fin de la guerra fría; otros usuarios pensaban que Internet debía ser limpiado de los valores estadounidenses para poder ser utilizado en sus propias localidades (Lovink, 2002: 5). Para esto, Lovink (2002: 19) explica que la postura crítica ante la red no necesita el apoyo de los grandes pensadores, más bien requiere de argumentos sólidos que puedan mantenerse en pie por sí mismos, como él mismo lo explica (Lovink, 2002: 18): “Necesitábamos un discurso informado que pudiera trascender los eslogans del día [...] con una visión (auto)crítica sobre el negocio y el rol que la 'cultura' estaba jugando en la formación de la sociedad red”. Desde la perspectiva de Lovink estamos bastante lejos de poder formular una Teoría General de la Red, es decir un nuevo relato. Su trabajo supera la dicotomía tecnófila y tecnófoba que estaba más presente en la primera y segunda etapa distinguidas por Silver (2000),

Oguibe (1996), por su parte hace una crítica de la postura utópica que propone un futuro digital donde no existen fronteras ni distinciones, donde los usuarios tienen acceso libre a la información. Desde su perspectiva aún cuando las computadoras forman parte de la realidad de miles de niños o jóvenes en las grandes ciudades, en otros lugares del mundo las computadoras no forman parte de su vida diaria. Oguibe (1996) explica que:

No importa que nuevos lenguajes y registros inventemos para describir la omnipotencia de la ciberrealidad, ésta y el fenómeno de la comunicación mediada por computadora dependen de una condición inevitable; la computadora o el sistema digital. Incidentalmente, mientras el argumento de Tim O'Reilly (las computadoras están con nosotros nos guste o no) mantiene una verdad, las computadoras no están, de hecho, con todos nosotros (p.5).

El desarrollo de Internet está profundamente relacionado con los avances y comercialización de productos tecnológicos, hoy todavía es posible hallar contrastes entre los usuarios conectados y los no conectados. El uso de Internet revela un privilegio que termina relegando personas y comunidades y las condena al aislamiento no sólo digital sino social. Oguibe expone que el ciberespacio, no es la nueva democracia libre y global que presumimos y defendemos sino una aristocracia de localización y disposición, caracterizada -irónicamente- por una aguda insensibilidad y un propenso territorialismo.

Es importante considerar que las primeras dos etapas propuestas por Silver (2000) se desarrollan en la llamada generación .com que nació con la World Wide Web. Las etapas descritas por Silver representan momentos que están mezclados e íntimamente interrelacionados dentro de un continuo que permitieron el desarrollo de ciertos conceptos; la razón de esto es que existe la probabilidad de que si revisamos con detenimiento los artículos publicados a finales de los años 90 -que son el momento aproximado en que Silver distingue la aparición de los estudios críticos sobre cibercultura- encontremos textos que por su temática u objeto de estudio podrían estar catalogados dentro de las otras dos etapas distinguidas por Silver.

De acuerdo con Siles (2008: 63,64), a partir del año 2000 se utilizan diversas metodologías como la etnografía, la autobiografía, el análisis discursivo y la etnometodología. El texto *Etnografía virtual* de Christine Hine (2000) permitió re-pensar Internet y las formas en que es investigado. Partiendo del trabajo de Hine, Siles (2008: 64) explica que Internet dejó de ser un objeto que debía ser descrito para transformarse en un espacio que ofrece nuevas perspectivas sobre las relaciones sociales a la vez que se problematizan sus contextos.

Bowker (Citado en Siles, 2008: 64) explica que el objetivo de estas investigaciones era poder responder la pregunta de cómo y por qué las personas utilizan Internet y cómo el uso de esta tecnología afecta la forma en que se entienden a sí mismas, así como a su sociedad y a su ciencia. Estos objetivos podrían explicar por qué los investigadores estaban concentrados en el lenguaje que se utilizaba en la CMC, en los tipos de relaciones interpersonales que se establecían entre los usuarios y el replanteamiento de los términos identidad y comunidad.

Actualmente existe una creciente preocupación por la privacidad de los datos, investigadores como Sibilia (2012) han reflexionado sobre lo público y lo privado dentro de la web 2.0, utilizando principalmente el concepto de subjetividad. Autores como Livingstone (Citado en Siles, 2008: 70) plantean que el reto actual de la investigación de Internet es analizar de manera sistemática el valor simbólico de lo que acontece en línea. Además, junto con Sterne y Nakamura (Citado en Siles, 2008: 70), Livingstone piensa que los estudios sobre la red han olvidado dimensiones cruciales en el establecimiento de esta tecnología, como lo son la imagen y el sonido. De acuerdo con su idea, los estudios sobre Internet han abarcado en su mayoría aspectos textuales y han limitado el conocimiento que se produce sobre la red.

Así se constituye una disciplina que, de acuerdo con Siles (2008: 72), se puede considerar pre-paradigmática o en construcción; Christine Hine (Citada en Siles, 2008: 72) lo plantea como “una red de investigación organizada alrededor de un área problema”. Hemos centrado nuestra atención en el desarrollo de la investigación cualitativa sobre la red pero es importante señalar que existen -también- diversos trabajos de corte cuantitativo. A finales de la década de los 90 e inicios del 2000, explica Siles, se desarrollaron interfaces que permitían la interacción humano-computadora, se exploraron las posibilidades de nociones como el hipertexto, el hipervínculo y la interactividad en su relación con diversas áreas de creación artística, literaria así como para disciplinas científicas.

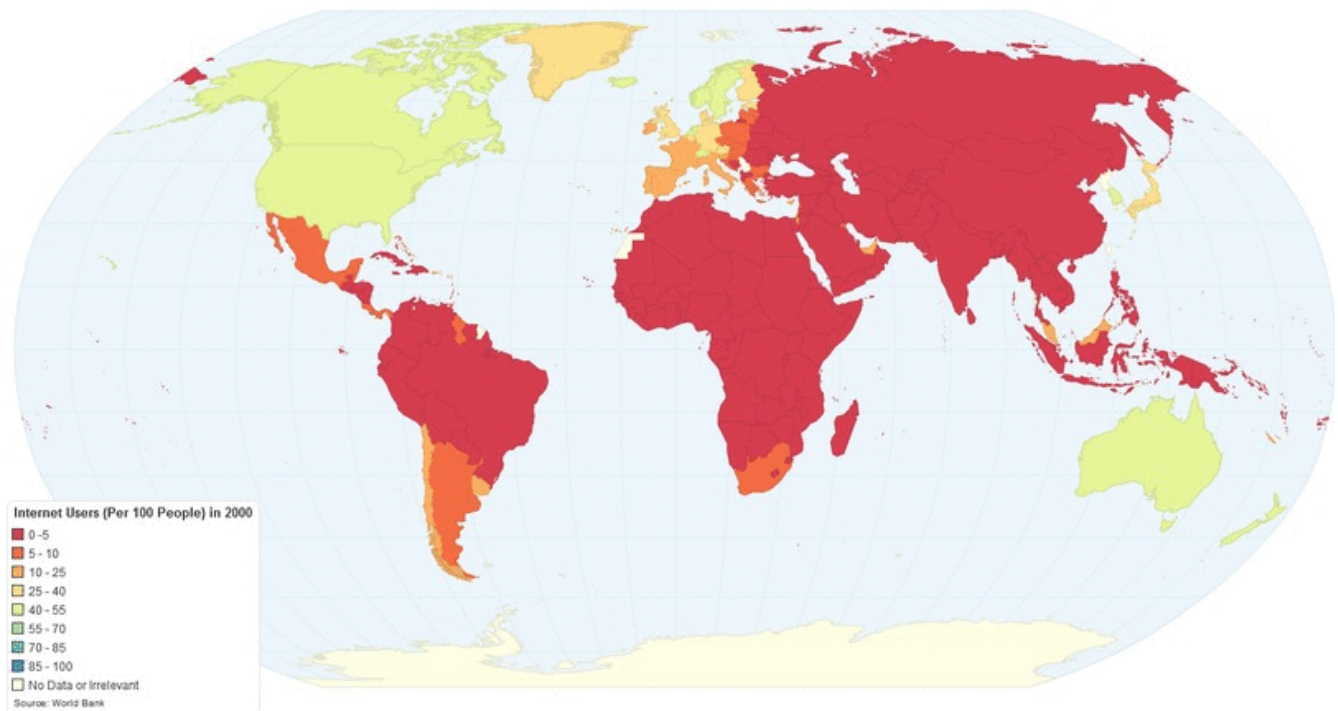


Ilustración 8: Para el año 2000, casi la mitad de estadounidenses tenían acceso a Internet, pero la mayoría de personas en otros países no se había conectado aún, había menos de 400 millones de usuarios de Internet alrededor del mundo. Desde entonces, Internet se ha extendido de una red estadounidense a una global.

Dado que la expansión de Internet era acelerada a principios de la década del 2000, surgieron nuevas inquietudes en cuanto al papel del usuario, se cuestionaba si además de consumidores podrían ofrecer algo al mercado. La web 2.0 es un proyecto que busca que la producción de contenidos esté a cargo de los usuarios, de la misma manera se plantea que sean ellos quienes los organicen y compartan con otros a través de diversos servicios y plataformas. Algunos de los sitios más populares que componen la web 2.0 son Myspace, Wikipedia, Youtube, Wordpress, Flickr, Blogger, Last.fm, LinkedIn, Academia.edu, Tumblr, Twitter, Facebook, servicios de streaming y wikis entre otros. Para López (2011: 40) la web 2.0 está conformada por las aplicaciones, utilidades y servicios de Internet que forman parte de una base de datos, donde la modificación de su contenido o la presentación del mismo, está disponible para cualquier usuario. En términos generales, esta afirmación es correcta sin embargo es importante aclarar que la perspectiva de López (2011) deja fuera ciertas consideraciones, por ejemplo que la información puede estar distribuida de manera privada por lo que no todos los usuarios pueden tener acceso a ella o a su edición.

El concepto de web2.0 tiene origen en 2004 cuando Tim O'Reilly publicó su artículo "¿Qué es la web2.0? patrones de diseño y modelos de negocios para la siguiente generación de software". Para O'Reilly (citado por Pardo, 2007: 29), las aplicaciones de la web 2.0 deben ofrecer software gratuito a través de la red, de esta manera se logra que las herramientas y los contenidos permanezcan en ella y no en los dispositivos de los usuarios, lo que actualmente podemos observar con el uso de *nubes* para el almacenamiento de información. Las aplicaciones deben fomentar la descentralización de los contenidos de la web y animar a los usuarios a ser servidores y no sólo consumidores, aunque esto último no siempre sucede. O'Reilly (citado por Pardo, 2007: 29) señala que la web 2.0 debe moverse alrededor de las necesidades de los usuarios, estas aplicaciones deben procurar una experiencia de confianza ya que los usuarios pueden aportar, crear y modificar los contenidos de la red.

Como hemos mencionado, uno de los objetivos centrales de la web 2.0 es que los usuarios administren los datos, que puedan aportar, modificar o clasificar información para acceder a ella según sus necesidades. La web 2.0 busca, también, que los usuarios puedan apropiarse de paquetes de software y contenidos; para esto, es importante conseguir que las aplicaciones -además de ser descentralizadas- sean fiables y sencillas con la finalidad de que sean fáciles de utilizar. De acuerdo con Pardo (2007:30), dentro de la web2.0 existe un interés por intentar sustituir los paquetes de software tradicionales (como Windows, Adobe, etc.) ya que son costosos y se conducen bajo el régimen de obsolescencia planificada. López (2011: 40) señala que la web 2.0 es el resultado que se esperaba desde los orígenes de Internet, es decir, de convertir a la red en un espacio con acento en su carácter social y que permitiera el acceso y contribución igualitaria de todos los usuarios. De la misma manera, para Pardo (2007:37) la web 2.0 significa la evolución de usos tecnológicos que reflejan la esencia original de interactividad de la red a principios de la década de los 90.

La llegada de la web 2.0 acompañada de los servicios de redes sociales y las grandes cantidades de datos que manejan ha permitido la producción de diversos trabajos en relación con el tratamiento de dicha información utilizando algoritmos (Levy y Bosteels, 2010), con la forma en que los usuarios organizan la información con tags o folksonomias (Amaral y Aquino, 2008), estudios centrados en la creación de grupos en algunos servicios de redes

sociales (Sandoval-Almazán y Saucedo-Leyva, 2010) o estudios donde se analizan las preferencias de los usuarios (Jawaheer, Szomszor y Kostkova, 2010). Como hemos mencionado, la web2.0 centra su atención en los usuarios, esto fomenta una nueva forma de acercarse a la investigación en relación con Internet, esta vez enfocada a la red, los usuarios y sus hábitos como ejemplo de esto se encuentran las investigaciones realizadas por la AMIPCI (Asociación Mexicana de Internet), TRU (Teenager Research Unlimited) o Ipsos, entre otras.

Los servicios de redes sociales poco a poco se han ido convirtiendo en sitios que concentran información que solía revisarse a través del correo electrónico o accediendo a fuentes originales. Los usuarios pueden revisar noticias, invitaciones a eventos, mensajes a través de sus cuentas, por ejemplo, de Facebook. Boyd (2014: 8) compara el uso de servicios de redes sociales -y el resto de medios sociales<sup>1</sup>-con el hábito de ver la televisión. Su uso propicia que se adhieran a nuestras actividades cotidianas, incluso, aunque no seamos usuarios registrados o conectados (Oguibe, 1999:4) estamos vinculados con aquello que ocurre en la red y en los servicios de redes sociales.

De Rivera (2010: 5) define a los servicios de redes sociales como “plataformas virtuales de comunicación, que se basan en la distribución de información por medio de redes de contactos y en la interacción por medio de identidades digitales” (2010: 5). Por su parte, las autoras Boyd y Ellison (2007: 2) definen a los servicios de redes sociales mediante tres características fundamentales que permiten al usuario: construir un perfil público o semipúblico, articular una lista de usuarios con quienes se comparta alguna conexión y por último, ver y recorrer su lista de conexiones y aquellas hechas por otros dentro del sistema.

Estas características identificadas por Boyd y Ellison (2007), se componen de una serie de elementos mucho más amplia y compleja en relación con la definición de de Rivera (2010). Las autoras no buscan centrarse únicamente en la condición comunicativa de los servicios

<sup>1</sup> Kaplan y Hanlein (citados en de Rivera, 2010: 6) definen Social Media como “un grupo de aplicaciones basadas en Internet construidas sobre los fundamentos ideológicos y tecnológicos de la Web 2.0, que permiten la creación y el intercambio de contenido generado por el usuario”.

de redes sociales, ni en la posible interacción de los usuarios, sino más bien, en la conexión -indefinida- que exista entre ellos; a su vez deja a un lado la inminente discusión sobre las identidades digitales. Al centrarse en estas funciones básicas de las redes, posibilitan integrar elementos más específicos que las constituyen así como mostrar la amplia gama de características especializadas que pueden poseer dependiendo del tipo de red y los servicios que ofrezca.

Cada servicio de red social tiene sus propias limitaciones y características ofreciendo así diversas posibilidades de uso dependiendo por ejemplo del diseño del sitio (su interfaz), de sus políticas de privacidad, etcétera. Consideramos necesario emprender un breve recorrido a través de algunos de los servicios de redes sociales más populares, para esto describiremos los elementos que las han caracterizado. Culminaremos esta revisión con una descripción de Facebook puesto que es el servicio de red social a través del cual tuvimos acceso a los perfiles de usuario que analizamos.

Existen controversias para definir cuál sitio fue el pionero en ofrecer servicios de redes sociales, Boyd y Ellison (2007:5), por su parte, identifican a SixDegrees como el primero. Este sitio fue puesto en marcha en 1997, su mayor logro fue combinar diferentes recursos que estaban dispersos en distintos sitios. Esto le distinguió de otros servicios como ICQ o AIM que eran clientes de mensajería instantánea y que en un principio, permitían crear una lista de contactos y recorrerla. Dichas listas -en ICQ o AIM- no podían ser vistas por los contactos o amigos del usuario sino que sólo podía ser vista por el propietario de la cuenta. Classmates.com, otro servicio de red social, permitía a los usuarios buscar compañeros de escuela pero no existía la posibilidad de crear un perfil personal. Debido a estas razones, SixDegrees se posiciona como el primer servicio de red social ya que permitía crear un perfil y hacer una lista de contactos para que fuera vista por otros.

SixDegrees dejó de funcionar en el 2000, una de las posibles razones es que en esos años las personas que tenían acceso a Internet eran menos, además Internet no era de uso doméstico. Otra posible causa fue que los usuarios no se sentían muy interesados en la red porque no había otras actividades más que aceptar solicitudes de amistad (Boyd; Ellison,

2007: 4) por lo que resultaba aburrido permanecer en ella. Además los usuarios que tenían acceso se encontraban con extraños y en casos esporádicos con personas conocidas.

LunaStorm era otro servicio de red social que contenía una novedosa combinación de componentes que se asemeja un poco más a lo que conocemos hoy como servicios de redes sociales. LunaStorm fue un servicio desarrollado en Suecia en el año 2000. Este sitio comenzó a implementar los servicios de listas de amigos, un libro de visitas y páginas de noticias, elementos que hoy en día son muy comunes en los servicios de redes sociales más populares. Sin embargo, estos componentes no garantizaron su éxito y fue dada de baja en el año 2010.

Friendster, otro sitio importante, se puso en marcha en 2002 y era el complemento social de otra red llamada Ryze que se dedicaba a conectar profesionistas y empresarios. Friendster buscaba *conectar* amigos de amigos con intereses similares y con los cuales se pudiera tener una cita o romance. Otro objetivo de este servicio era competir con Match, sitio que surgió en el año 1995 y que sigue dedicado a ofrecer citas online.

Friendster fue dado de baja al poco tiempo, al parecer no estaba listo técnicamente para manejar la gran cantidad de usuarios que intentaban sustituir su correo electrónico por una cuenta en esta red. Aunque pudo ser una red extensa y abierta para los usuarios era limitada, primero porque era necesario recibir la invitación de alguien que ya estuviera suscrito. En segundo lugar porque sólo se podía tener acceso a un número restringido de contactos o nodos para conocer más usuarios, de esta manera la lista de contactos se conformaba por las mismas personas a las que se tenía cerca comúnmente, como compañeros de clase, compañeros de trabajo, vecinos, etc. Esta restricción llevó a que los usuarios crearan “Fakesters”, esto es, perfiles de usuario de celebridades o personajes de ficción. A los administradores de Friendster les pareció inadecuado este uso e intentaron eliminar perfiles falsos así como los perfiles que contenían una imagen de perfil aparentemente ficticia. Es importante notar que esta actividad comenzaba a ser del gusto de los usuarios, les divertía buscar y crear perfiles falsos, de paso servía para conocer a otros usuarios involucrados en la misma actividad. Friendster no era muy flexible y su diseño no se

había elaborado o ajustado a los intereses de los usuarios (Boyd; Ellison, 2007: 7). En 2011 este sitio tuvo un relanzamiento y hoy funciona como una plataforma de juegos online y tiene éxito en el continente asiático.

Ponce (2012) propone una taxonomía de los servicios de redes sociales en relación con sus contenidos y las posibilidades que se desprenden de ellas, la autora las categoriza como horizontales y verticales. La propuesta de Ponce (2012) debe leerse como un modelo -que se actualiza constantemente- para observar a los servicios de redes sociales. Los servicios de redes sociales que identifica como horizontales, son aquellos que poseen una temática general y parecen no tener un fin específico. En estos sitios los usuarios generalmente están dispuestos a entrar en contacto con otros, así estos servicios contienen espacios para 'presentarse' como un perfil de usuario, una lista de contactos que pueda ser vista por los demás y la posibilidad de alojar contenidos multimedia como videos, imágenes y pistas de audio. Algunos ejemplos de estos servicios de redes sociales son: Myspace, Hi5, Orkut, Google+, Facebook, entre otras.

La segunda categoría de servicios de redes sociales propuesta por Ponce (2012) distingue aquellos que se centran en temas, contenidos o actividades especializadas. Los servicios de redes verticales son muy diversas -aunque específicas- y corresponden a los gustos e intereses de los usuarios que buscan compartir contenidos muy particulares que en otras redes no se podrían cubrir. Ponce (2012: 4) remarca que la taxonomía de los servicios de redes sociales verticales, podría ser tan extensa, diversa y compleja como los temas que interesen a un grupo de usuarios, las redes verticales fomentan la construcción de nuevas categorías ya que los contenidos suelen ser más específicos y detallados.

Los servicios de redes sociales verticales con mayor popularidad y afluencia señaladas por Ponce (2012) son agrupadas en relación con la diversidad temática que en ellas se desarrolla y las organiza de la siguiente manera: Profesionales, identidad cultural, aficiones, movimientos sociales, viajes y otras. Para Ponce (2012), los servicios de redes sociales que componen la categoría "profesionales" son aquellas que permiten compartir experiencias y/o desarrollar vínculos laborales entre usuarios, empresas y profesionales interesados en

dichos ámbitos. Para poder participar en estas redes, se les pide a los usuarios llenar un perfil con datos sobre su profesión, currículum académico y laboral, etc. Uno de los servicios de redes sociales profesionales más destacadas debido a su presencia en 200 países es LinkedIn, que mediante un perfil de usuario, busca facilitar el acceso a contactos, empleos y noticias que beneficien el desarrollo profesional de los usuarios.

Los servicios de redes sociales que conforman la categoría de “identidad cultural”, buscan mantener en contacto a sus usuarios cuando han tenido que dejar su país natal o la comunidad a la que pertenecen y adaptarse a un territorio extranjero. Algunos ejemplos de este tipo de servicios, son Spaniards y Asianave. Spaniards busca mantener en contacto a personas procedentes de España que por algún motivo se encuentran en otros países. Los usuarios comparten intereses, fotografías de su país o ciudad natal y del lugar en el que se encuentren actualmente, también existen foros donde otros españoles explican ciertas costumbres, festividades, la ubicación de las embajadas españolas en los países donde residen, la forma de conseguir una visa, etcétera.

Ponce (2012) agrupa en la categoría de “aficiones” a otros servicios de redes sociales que se caracterizan por estar destinados a compartir gustos e intereses variados, como la creación de perfiles para las mascotas -tal es el caso de Catster y Dogsters, para gatos y perros respectivamente- o para aprender a tejer con agujas o ganchillo, etcétera. Moterus, es una red especializada donde los usuarios que gustan de las motos pueden compartir eventos, características de motocicletas y demás información relacionada.

Otra categoría de servicios de redes sociales verticales engloba a aquellas relacionadas con movimientos sociales y la búsqueda de la sostenibilidad, Ponce (2012: 4) identifica a la red Care2 como un ejemplo. Se trata de una comunidad online extensa y con amplio éxito en la defensa de causas que sus fundadores identifican como importantes para “hacer del mundo un lugar mejor”. En dicho servicio de red social se reúnen esfuerzos por difundir modos de vida sustentable. Algunas de las causas más frecuentes están relacionadas a temas de salud, a la defensa de los derechos humanos, derechos de los niños, el bienestar animal, acciones para el cuidado del medio ambiente, etcétera. Esta comunidad mantiene alianzas

con organizaciones sin fines lucrativos como Save the Children, Cruz Roja, Unicef, Greenpeace, WWF (Fondo Mundial para la Naturaleza), entre otras.

La categoría “viajes” señalada por Ponce (2012) concentra servicios de redes sociales con información relacionada a los gustos, intereses y necesidades de los usuarios para la planeación de viajes. En estos servicios de redes sociales se comparten fotografías, direcciones y experiencias de otros turistas. Algunos ejemplos son: Wayn, TravBuddy, Travellerspoint.

Los servicios de redes sociales que ofrecen servicios de microblogging permiten la publicación de mensajes de texto breves, limitan el empleo de cierto número de caracteres. Twitter es el servicio de red social más popular de microblogging, se lanzó en el 2006. Se trata de una red ágil que es utilizada en mayor medida por agencias noticiosas aunque es relevante también la participación de otros medios de comunicación tradicionales (televisión, radio, periódico). Twitter ofrece la posibilidad de sincronizarse con Facebook.

Los servicios de redes sociales que ofrecen servicios de geolocalización ubican dispositivos móviles mediante GPS. El servicio de red social más popular en este rubro es Foursquare. Cuando Foursquare está conectado y sincronizado con otros servicios de redes sociales publica en los perfiles personales los lugares en los que el usuario ha estado recientemente. Otras actividades que el usuario puede hacer es puntuar establecimientos, compartir fotografías del mismo, ganar ‘badges’ o medallas por marcar su ubicación en ciertos lugares o por ‘descubrirlos’.

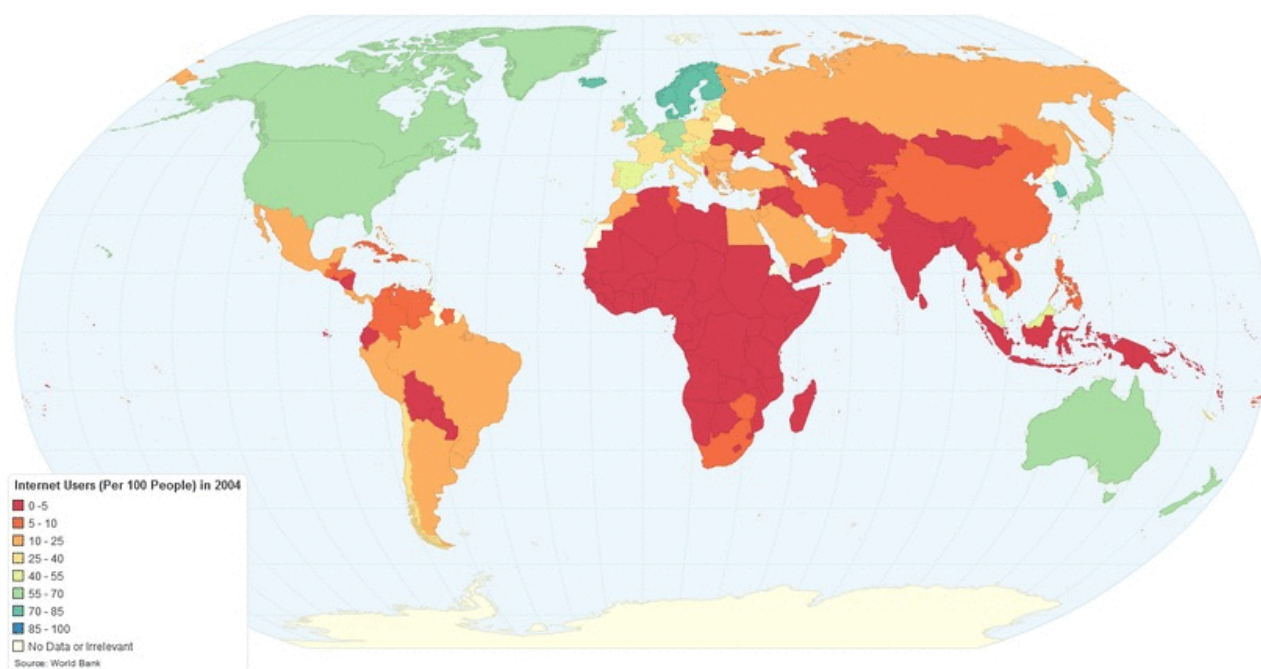
Youtube, es otro servicio de red social perteneciente a Google, permite ver, almacenar y compartir videos -casi- de cualquier índole y temática. Es un servicio que incentiva a los usuarios a crear y compartir contenido original. El slogan de YouTube es revelador en este sentido: Broadcast Yourself que podría traducirse como “transmíte tu imagen”. De alguna manera, este slogan resume y sintetiza los valores que se enaltecen en la web2.0, aquí son los usuarios quienes generan y organizan gran cantidad de contenidos. Es importante considerar cómo los usuarios de youtube pueden alcanzar asemejarse a celebridades y sus

contenidos, dependiendo de su popularidad, pasan a formar parte de la cultura popular, es el caso de usuarios como Wervevertumorro, Yuya y otros jóvenes que gracias a una cámara, un editor de video y acceso a Internet pueden lograr que sus contenidos lleguen a todas partes del mundo.

Flickr, es un sitio donde se pueden buscar, compartir, organizar y vender fotografías. Posee una aplicación específica para tomar fotografías desde los smartphones. Dependiendo de las necesidades del usuario, puede elegir entre una cuenta gratuita -con varias limitaciones de espacio- y la cuenta pro, en la que se tienen mayores libertades en cuanto a la capacidad de almacenamiento. Otra posibilidad que ofrece el sitio es buscar y comparar diversos modelos de cámaras fotográficas de todo tipo -incluyendo las de los smartphones- así como utilizar y desarrollar aplicaciones para enriquecer la experiencia de la práctica fotográfica.

En 2004, Mark Zuckerberg creó Facebook, un servicio de red social que se ubica de acuerdo con Ponce (2012) como horizontal. Este servicio buscaba en un principio conectar a todos los estudiantes de la universidad de Harvard, durante 2006 se expandió al público en general y en 2008 se extendió a la comunidad de habla hispana.

Facebook puede buscar en la lista de contactos del correo electrónico otros usuarios que probablemente conozcamos para así poder comenzar a formar nuestra red de “amigos”. Facebook busca que el usuario comparta distintos aspectos de su vida: dónde ha estudiado, trabajado, dónde vive, dónde nació, su fecha de nacimiento, qué es lo que busca el usuario en Facebook (citas, amigos, etc.), su religión, conocer qué otros usuarios son familiares del propietario del perfil, la música que prefiere, los programas de televisión y las películas que quiere ver, que ve o ha visto, los libros que ha leído, los deportes que le gustan, identificar los lugares en los que ha estado, etcétera. Estos datos, de acuerdo con Facebook, son relevantes para presentarse y a la vez para poder catalogar al usuario.



Ilustr

ación 9: Durante el año en que nació Facebook, en México había de 10 a 25 usuarios por cada cien personas en contraste con Noruega donde había de 70 a 85 usuarios por cada 100 personas. Fuente:

Facebook permite la sincronización con otros servicios de redes sociales, actualizando las publicaciones de los usuarios en otras cuentas. Por otra parte, esto facilita el registro en otros sitios, esto evita que el usuario tenga que responder formatos de registro y a su vez le permite concentrar todas sus actividades en Facebook. Este sitio proporciona un perfil que puede ser llenado por el usuario. De acuerdo con el servicio de ayuda de Facebook (2015) el perfil es:

“Una colección de las fotos, historias y experiencias que componen tu vida. Tu perfil también incluye tu biografía. Estas son algunas de las cosas que puedes hacer en tu perfil y en tu biografía: Agregar una foto de portada, editar tu información básica, ir a historias del pasado, ver el registro de tu actividad en Facebook, marcar las historias que quieras destacar, agregar acontecimientos de tu vida, actualizar tu estado, ver y agregar fotos, compartir tu actividad en aplicaciones, ver lo más destacado de cada mes”.

En la página de servicio de ayuda de Facebook (2015) aparece explícita una invitación a los usuarios a utilizar su identidad real, es decir poniendo el nombre con el que se identifica oficialmente. Sin embargo, el usuario puede elegir qué información poner en cada sección, a esto lo llamamos personalización. Muchas de las secciones del perfil que Facebook ofrece a los usuarios pueden personalizarse: desde las fotos de perfil, las historias que publique así como las que decida destacar, las actualizaciones de estado, etcétera. Las distintas secciones del perfil nos ofrecen una gran cantidad de información para observar y analizar, siendo la biografía probablemente la más extensa dependiendo de la antigüedad y actividad diaria del usuario. Las secciones que más nos interesan de todo el perfil son el nombre de usuario, la información básica así como las fotos de perfil y portada, esto limita nuestra exploración a elementos que suelen ser visibles, en el capítulo dedicado a la metodología profundizaremos más en este asunto.

Es conveniente puntualizar que estos sitios conforman una red de contactos que por sí misma no constituye una red social -entendida sociológicamente como “la vinculación de individuos dentro de grupos así como la interacción social entre personas, grupos e instituciones para lograr metas comunes de manera colectiva” (Madariaga, C., Abello, R., Sierra, E. 2003:15)-, sin embargo, su uso contribuye al mantenimiento de las redes sociales de las personas. Gómez (2012: 138) señala que estos sitios permiten articular las redes sociales de quienes los utilizan.

Gómez (2012: 140) identifica que la *red sociotécnica* es la articulación de “redes de comunicación, tecnologías y personas que forman colectivos que comparten prácticas específicas”. Un ejemplo de red sociotécnica aparece en el grupo SortidazZ, estudiado por Gómez (2012), se trata de un grupo de personas que se reúne en distintos puntos de la ciudad de Barcelona para tomar fotografías que posteriormente comparten en Flickr.

Como podemos observar, la red se constituye por los integrantes del grupo que comparten una práctica y por el conjunto de dispositivos tecnológicos que utilizan: cámaras, celulares y teléfonos fijos para comunicarse, software especializado e Internet, además de servicios de redes sociales para la distribución de sus fotografías, entre otros.

El concepto de red sociotécnica nos permite reflexionar y discutir sobre la polarización de las dimensiones online y offline de las redes sociales, podemos distinguir que ambas coexisten *onlife* como lo señala Gómez (2012: 16). Ellison, Steinfield y Lampe (2007, citado en Boyd; Ellison, 2007: 12) han encontrado que la mayoría de los usuarios de Facebook lo utilizan para mantener relaciones sociales existentes fuera de la plataforma digital, esto indica que los usuarios no están interesados en sustituir la interacción cara a cara por el uso de estos sitios, sino complementarla con ellos.

Con el advenimiento de dispositivos tecnológicos que facilitan el acceso a los servicios de redes sociales se ha especulado que la interacción entre los jóvenes y otros grupos etarios se ha modificado, que las redes sociales los “alienan” y que podrían sufrir algún tipo de patología, ser víctimas de fraudes, suplantación de identidad o estar expuestos ante grupos criminales. Si bien esto forma parte de los riesgos de acceder a Internet, Boyd (2014: 19) explica que los usuarios jóvenes, aunque poseen cierta ingenuidad en la forma en que utilizan Internet, suelen ser precavidos con la información que comparten.

Una vez bosquejados estos elementos que configuran Internet y la web2.0 cobra sentido la reflexión de Hine (citada por Siles, 2008: 72), quien explica que nuestro conocimiento sobre las nuevas tecnologías es moldeado de manera significativa por los métodos que utilizamos para conocerlas y por los compromisos epistemológicos subyacentes de los que dependen esos métodos. Por otra parte y como veremos, Internet y la red están constituidos por hardwares, softwares, códigos, protocolos, redes, usuarios, sus hábitos y prácticas pero también por los contextos en los que son utilizados y desarrollados.

## **1.2 Estado del arte, el estudio de las redes sociales en México**

Para el desarrollo de este proyecto de investigación, llevamos a cabo la revisión de 35 investigaciones realizadas en México, éstas fueron halladas en las bases de datos de la Universidad Autónoma Metropolitana, la Universidad Nacional Autónoma de México, la Universidad de las Américas Puebla y el Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.

Estas tesis indagan el uso de Internet, de blogs y de servicios de redes sociales. Debido a la amplitud de temas encontrados se llevó a cabo una selección de tesis donde se abordara exclusivamente el uso de Facebook, de servicios de redes sociales y donde el investigador llevara a cabo un análisis tanto de perfiles como de la actividad de los usuarios.

Así, este filtro nos permitió distinguir 6 tesis que se encuentran más cercanas a los intereses de nuestra investigación. Aunque los objetos de investigación y los temas de cada autor son distintos contienen elementos que están dirigidos a analizar cómo son utilizados los servicios de redes sociales cotidianamente. Esto nos permite afirmar que hasta ahora no se ha llevado a cabo una investigación donde se explique la forma en que los usuarios personalizan sus perfiles personales en servicios de redes sociales. Las tesis se han organizado de tal forma que se vayan aproximando a nuestro objeto de investigación.

La tesis realizada por González (2012) explora el uso de Facebook en las relaciones de noviazgo de alumnos de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. González (2012: 156) descubrió que las actividades que más realizan los estudiantes en Facebook son -en términos de la autora- “enviar mensajes públicos y leer comentarios y ver fotos de otros” , en segundo lugar “comentar a amigos”, en tercer lugar “enviar mensajes privados” y en cuarta posición “actualizar perfil y comentar lo que estás realizando”.

La tesis de González (2012) se enfoca en descubrir si los usuarios consideran Facebook como una herramienta importante en el mantenimiento de sus relaciones de noviazgo. La autora encontró que la mayoría consideraron a Facebook como una herramienta importante en su vida amorosa debido a que es un medio en el que pueden expresar sus emociones mediante fotografías, imágenes, videos, música, comentarios y frases. Además Facebook les brinda la posibilidad de “vigilar a sus parejas desde la comodidad de sus casas” (González 2012: 185, 186), por otra parte toda su muestra manifestó visitar diariamente el perfil de sus parejas (2012:172).

El aspecto que nos parece importante resaltar del trabajo de González (2012) es que logra identificar que los usuarios llevan a cabo un intercambio de contenidos en diversos formatos,

además de que los usuarios de su muestra, observan y revisan los perfiles de otros. El objeto de investigación de González (2012) se encuentra alejado al nuestro, consideramos que no se define con claridad qué es un perfil ni cómo los usuarios llevan a cabo la personalización y revisión de los mismos.

\* \* \*

La tesis de Aguilar (2011) identifica los usos que sus informantes le dan a Facebook haciendo énfasis en contenidos relacionados a la política en México. Aguilar (2011: 32) se centra en la tipología de usos propuesta por Jacques Perriault para definir el uso preponderante que los integrantes de su muestra dan a Facebook. Tal tipología consiste en los usos: conforme, perverso, estereotipado, alternativo, desviado, sustitución y ritualización<sup>1</sup>.

En la observación realizada por Aguilar (2011) logra identificar que los diversos tipos de uso expuestos por Perriault coexisten y por lo tanto, Facebook puede ser utilizado con fines recreativos así como para compartir contenido político que motive la reflexión (2011: 126).

Aguilar (2011) identificó que el tipo de uso preponderante fue el alternativo; que sucede cuando el dispositivo tecnológico es diseñado por sus creadores con un propósito o fin específico y la forma en que es empleado por el usuario no coinciden del todo con tal propósito (Aguilar, 2011:121). Aguilar (2011) observa que la finalidad de Facebook es que los usuarios mantengan contacto entre ellos; objetivo que se cumple según lo que observó el investigador, sin embargo, los usuarios también emplean el servicio de red social para compartir otro tipo de información, en este caso relacionada a temas políticos, como desaprobar la campaña política de un candidato, crear la cuenta de una organización que promueva la discusión sobre temas políticos y tratar de persuadir a otros usuarios de Facebook a involucrarse en tales temas.

---

<sup>1</sup>. El autor describe los siguientes usos: El uso conforme es aquél en el que un dispositivo tecnológico de comunicación se usa según los propósitos de sus creadores. Uso de sustitución es, reemplazar un dispositivo por otro, en el caso de la tesis de Aguilar, los informantes sustituyeron la difusión de eventos mediante carteles por publicaciones en Facebook. Uso estereotipado: es cuando se acostumbra a usar un dispositivo tecnológico de comunicación siempre de la misma manera sin hacer variación alguna. Ritualización del uso: “Cuando la máquina de comunicar se utiliza con un objetivo establecido que, en muchas ocasiones, se convierte en tranquilizador” (Aguilar, 2011: 126) el autor lo ejemplifica cuando un informante hace la rutina de jugar póker con sus amigos en Facebook.

La mayor parte de la actividad observada por Aguilar (2011: 89) se centra en comentarios y *posts* que hacen los usuarios en la biografía de sus perfiles, dichas publicaciones debían estar vinculadas a contenidos políticos, generalmente haciendo críticas a las autoridades locales, informando sobre eventos, marchas o mítines, entre otros.

El autor menciona que los informantes usualmente inician sesión desde computadoras de escritorio o portátiles y smartphones (iPhone y/o Blackberry). Lo que nos hace retomar el concepto de red sociotécnica que utilizamos en nuestra investigación. Recordemos que Gómez la utiliza para referirse a todos aquellos elementos sociales, discursivos y técnicos que se ven involucrados en las prácticas cotidianas. Así, los usuarios acceden al servicio de red social desde el inicio de sus actividades diarias con la posibilidad de hacerlo desde diversos lugares: ya sea en casa o en sus lugares de trabajo. Desde nuestra perspectiva, todo lo anterior permite que los usuarios no sólo accedan a sus perfiles personales en Facebook sino a personalizarlos. Por otra parte, el trabajo de Aguilar (2011) nos es útil para identificar que la personalización de los perfiles, así como la selección de contenidos que aparecen en sus biografías está relacionado a su contexto, sus intereses y a las posibilidades que les brinde el sitio.

\* \* \*

La tesis de Castañeda (2012) estuvo basada en la teoría de usos y gratificaciones, y se centraba en observar la manera en que Facebook logra satisfacer determinadas necesidades de los usuarios a la vez que les “roba” tiempo para realizar actividades escolares.

El autor realizó observaciones a los perfiles de sus informantes y entrevistas a profundidad mediante el servicio de mensajería instantánea de Facebook. Los informantes de Castañeda (2012) identifican que Facebook ofrece un espacio de diversión y entretenimiento, donde pueden compartir sus emociones y sentimientos. Castañeda (2012: 90) encontró que los informantes se sienten libres de mostrar su estado de ánimo en Facebook, es así que las publicaciones que realizan pueden expresar tristeza, amor, frustración y desilusión, etcétera.

La tesis de Castañeda (2012) fue realizada durante un período electoral, el autor menciona que era sencillo suponer que sus informantes hicieran publicaciones con temas relacionados a la política, hecho que pudo corroborar. Castañeda (2012), al final de su trabajo menciona que consiguió “observar parcialmente” la siguiente hipótesis de su trabajo:

A partir del número creciente de usuarios, así como las horas que éstos le dedican [a] la red social por Internet, Facebook es un factor de distracción importante, al grado de repercutir en las actividades productivas de las personas que lo utilizan (p. 92).

El autor sólo encontró que dos de sus informantes posponían sus actividades académicas por utilizar Facebook para entretenerse o divertirse. El trabajo de análisis de Castañeda se centra en la observación diaria de la actividad en la biografía del perfil de los usuarios.

\* \* \*

La tesis de Alvarado (2013) aborda la identidad y la interacción entre usuarios. Para Alvarado (2013: 26) la interacción puede ser textual, visual y multimodal; esto permite que se configure una *identidad* y se adquiriera un sentimiento de pertenencia a un grupo.

Winocur (citada en Alvarado 2013: 30) considera que la interacción que se puede dar entre individuos no está limitada a la dimensión offline sino que en los entornos virtuales se pueden llegar a potenciar las interacciones cara a cara. Las prácticas que están alrededor de la identidad en los entornos virtuales son “reales” sólo porque son llevadas a cabo por individuos “reales” desde sus contextos por lo que están íntimamente ligadas a la vida cotidiana (Winocur citada en Alvarado 2013: 30).

Alvarado (2013: 45) distingue la interacción en la red en el intercambio discursivo que sucede en Facebook, el autor observa que el discurso es un elemento importante para la comunicación y que se articula con las acciones compartidas entre individuos a partir de prácticas lingüísticas contextualizadas y convenidas entre los usuarios.

El discurso permite a los individuos comunicarse y establecer formas de representar al mundo imaginario o real. Alvarado (2013) realiza su estudio analizando los intercambios discursivos que se llevan a cabo en Facebook, esto se hizo distinguiendo identificadores simbólicos que permiten manifestar la identidad mediante el uso de signos y símbolos convencionales, de éstos se desprende una significación acordada previamente entre los usuarios. Alvarado (2013: 28) explica que estos identificadores simbólicos pueden ser palabras expresadas de forma oral o escrita, logotipos, decoración, diseño arquitectónico, diseño interior, uniformes, banderas, emblemas nacionales, señales de tránsito, etc.

El investigador realizó una etnografía virtual (observación y cuestionario), donde observó de cerca la actividad de los jóvenes dentro del sitio pero también en las aulas donde se encontraban sus informantes. Su trabajo se centró en la ubicación de identificadores simbólicos en los perfiles de jóvenes estudiantes de preparatoria que conformaron su muestra. Para ello, Alvarado (2013: 62) recopiló imágenes y texto de veinte perfiles de usuario, donde se incluía el nombre de usuario, juegos, tests; posteriormente analizó dichos contenidos usando recursos teóricos provenientes de la semiótica, la pragmática y la ciberpragmática.

El trabajo de Alvarado (2013) hace énfasis en que la interacción que se presenta en Facebook está ligada a los recursos que se pueden compartir; así las imágenes (de perfil, de portada), las actualizaciones de estado, los comentarios, etc. van moldeando la identidad virtual del usuario.

Esto es relevante para nuestra investigación porque el autor bordea algunos de los elementos que conforman lo que nosotros llamamos personalización del perfil de usuario. Para el autor, los identificadores simbólicos revelan la identidad virtual de los usuarios por lo que en su trabajo es esencial comprender por qué los usuarios deciden compartir cierto contenido, poner una foto de perfil o el texto que publican.

En su trabajo, el autor explica que los identificadores simbólicos varían dependiendo de la plataforma que las personas utilicen; El trabajo de Alvarado (2013) se centra en la imagen

que el usuario quiere proyectar, ésta requiere un esfuerzo pues se intenta que contribuya a la conformación o reforzamiento de la “identidad virtual ideal” del usuario. Alvarado (2013:130) explica que los usuarios se ven forzados a construir una identidad “prefabricada” por la red, en el sentido de que tendrán que limitarse a utilizar las herramientas disponibles del sitio para conformar esa identidad y por lo tanto para interactuar con otros usuarios.

Para Alvarado (2013: 130) el aspecto textual de la interacción también está condicionado por el medio, aparecen circunstancias alrededor del lenguaje escrito que enmarcan una forma en que los usuarios escriben sus mensajes y comentarios. Muchas veces esta forma representa intentos de economizar el lenguaje y adaptarse al espacio que el sitio permite emplear. El autor se posiciona a favor de esta economización del lenguaje y lo describe como un uso creativo del mismo. Para Alvarado (2013: 130), estas nuevas formas de escribir constituyen un nuevo acercamiento a la lengua oral.

El autor resalta que más allá de las faltas de ortografía, es importante considerar el uso de ortografía fonética (escribir cierta palabra tal y como se pronunciaría oralmente, por ejemplo *imeil* en vez de “e-mail”), ortografía coloquial (reducción coloquial de las palabras debido a su pronunciación en la cadena hablada, como el uso de *pus* o *pa* en lugar de “pues” o “para”) caló (lenguaje popular o modismos como *chido*), ortografía prosódica (patrones prosódicos de la voz recurriendo a la repetición de letras, por ejemplo, *Por fin es juevesss!*) ortografía homofónica (sustituciones gráficas, esto es sustituir una gráfica por otra, como utilizar *k* por “qu” por ejemplo *Ke* por “que”), abreviaciones (por ejemplo escribir “*como tas?*” en vez de “¿cómo estás?”) son formas creativas de apropiarse del lenguaje y de acercarse al mismo. Alvarado (2013: 131) resalta que no importa cómo se escriba el mensaje siempre y cuando cumpla con su función comunicativa. Alvarado (2013: 34) sostiene también que estas expresiones tienen un papel importante en la conformación de la identidad de los jóvenes ya que funcionan como un código común que les permite hacer de sus mensajes una idea legible. Aquél usuario que no comulgue con este código le resultará difícil formar parte de la comunidad, pero sobretodo, le resultará complicado comprender un mensaje.

Alvarado (2013: 131) hace hincapié en que el proceso de apropiación de la tecnología comienza alfabetizándose en su uso, jugando con ella. Así los usuarios encontrarán diversas

formas de utilizarla, de apropiarse de ella y de sacarle provecho para satisfacer necesidades particulares. Los servicios de redes sociales son apropiados en la medida en que el usuario los moldea y les imprime un sello personal. El autor considera que son los elementos visuales los que constituyen la mayor parte de recursos que los usuarios comparten en Facebook, desde fotografías propias hasta imágenes recolectadas de la red (Alvarado, 2013: 132).

Desde nuestra perspectiva, esta apropiación ocurre específicamente en la personalización de un perfil personal. Los usuarios consiguen apropiarse de la tecnología con sus propios medios a través de sus habilidades, de sus aptitudes cognitivas y de las herramientas que los sitios ofrezcan. Consideramos también que no es casual que los elementos visuales estén tan presentes en los hábitos de navegación de los usuarios. Las imágenes componen gran parte del entorno y de la información que nos rodea cotidianamente además de ser las que están más presentes en Internet.

Consideramos también, poco útil la discusión en torno a las dimensiones online y offline así como a las cuestiones que se concentran en las *identidades digitales* versus *identidades reales* o la fragmentación de una y otra. La tecnología y las herramientas proveen condiciones que los usuarios pueden aprovechar -o no- para lograr fines y objetivos que ellos consideren esenciales.

\* \* \*

La tesis de Camarena (2010) tuvo por objetivo conocer si el uso de Internet como medio de interacción y contacto permite explorar, disfrutar y explotar la sexualidad dentro y fuera de él. La investigación de Camarena (2010) está diseñada para llevar a cabo una teoría fundamentada por lo que encontramos descripciones y un nivel de implicación profundo con sus informantes. En su trabajo se muestra que los usuarios utilizan diversos servicios de redes sociales para tener encuentros sexuales, en este sentido, Internet y los servicios de redes sociales utilizados son eficaces y eficientes para los propósitos que plantean los usuarios.

El trabajo de Camarena (2010) se centró -además de la realización de entrevistas- en la observación de perfiles del sitio manhunt.net. Dicha observación de perfiles tomó en cuenta diversos elementos que se encontraban en los perfiles, aunque analizó principalmente el discurso que los usuarios mostraban en la descripción de sí mismos. Con algunos perfiles consideró las fotografías de los usuarios, sin embargo no se encuentra un criterio metodológico para esto. Esta decisión supone una definición del perfil que no está presente en su trabajo.

Por otra parte, aunque su investigación no está relacionada con Facebook ni tampoco con un servicio de red social (puesto que manhunt.net es considerado un sitio), el ejercicio de observación y descripción de los perfiles personales llevado a cabo por Camarena (2010) supone una labor técnica que no se encontró en ninguna de las tesis revisadas.

\* \* \*

La tesis de Damián (2011: 5) está interesada en “la estructura y dinámica de la interacción entendida en el sentido que ofrece Goffman como ocurre en algunos espacios sociales de Internet”. Su trabajo ofrece ejemplos de cómo se organiza la experiencia de la interacción en Internet, específicamente en “servicios sociales”: servicios de redes sociales, correo electrónico, mensajeros y foros.

Su trabajo parte de la hipótesis de que “el orden de la interacción en Internet no difiere de aquél que tiene lugar fuera de esta tecnología, diríamos, en la vida social real” (Damián, 2011: 6). En este sentido, podemos encontrar un enlace con el trabajo de Alvarado (2013: 30) quien considera que la interacción que se puede dar entre individuos no está limitada a la dimensión offline sino que en los entornos virtuales se pueden llegar a potenciar las interacciones cara a cara.

La lectura realizada por Damián (2011) sobre Internet y lo que él identifica como servicios sociales está sustentada por conceptos goffmanianos como presentación, situación y marcos. El análisis de Damián (2011: 153) considera la observación de los perfiles como puestas en escenas, esto le permite enumerar los elementos que estructuran un perfil en

general, sin concentrarse específicamente en un servicio de red social. Para Damián (2011) en la elaboración de los perfiles se utilizan conceptos goffmanianos al momento de estudiarlos, puesto que los usuarios se “presentan y presentan su actividad frente a un auditorio que, por lo demás, no está bien especificado en Internet” (Damián, 2011: 156). El trabajo de Damián (2011) supone una reflexión teórica que no es puesta en práctica con una muestra específica, aún con esto es la única tesis encontrada que lleva a cabo un análisis de los elementos que componen un perfil de usuario así como de las fotografías compartidas en los perfiles.

Es importante advertir, que las tesis mencionadas guardan cercanía en ciertos aspectos con nuestra investigación y que si bien no son las únicas, consideramos que son representativas de la amplia variedad de enfoques desde los que se han estudiado los servicios de redes sociales y el interés con el que son abordados. Los resultados de estas investigaciones son relevantes en la medida en que revelan un aspecto de los servicios de redes sociales y la manera en que los usuarios mexicanos participan de ellas.

## **Capítulo 2. Elementos teóricos para observar la personalización de perfiles personales.**

### **Resumen**

El presente capítulo seguirá el siguiente orden temático: En la primera parte abordaremos la cuestión de las posturas desde las cuales se ha investigado Internet. Como se verá en detalle, el presente trabajo se enmarca en la postura sintópica propuesta por Katz y Rice (2006). Para ahondar en el contexto social en el que nos encontramos actualmente recurrimos a los planteamientos de Kenneth Gergen. Al mismo tiempo haremos una breve revisión de los conceptos de saturación social y colonización del yo propuestos por el mismo autor. Para finalizar el capítulo nos centraremos en el concepto de personalización trabajado por Jean Baudrillard y plantearemos una forma de enlazarlo al fenómeno que nos interesa: la personalización de los perfiles personales en servicios de redes sociales.

A continuación se expondrá qué es un perfil personal y los elementos que lo conforman, esto permitirá identificar los elementos que son de interés para la presente investigación. A continuación se planteará la configuración de una red que incluye no sólo los contenidos del perfil y al usuario que lo personaliza sino también una serie de prácticas inscritas en un contexto social. Ya que las partes del perfil que nos interesan contienen un gran número de imágenes, hacemos una revisión teórica que nos permite plantear estos contenidos como textos multimodales.

## 2.1. Las posturas teóricas en el estudio de los servicios de redes sociales

La construcción del marco teórico para llevar a cabo un estudio en torno a los servicios de redes sociales no resulta sencillo puesto que no existe una teoría concreta que explique o defina íntegramente qué es la personalización, un perfil personal, un servicio de red social o su funcionamiento. Por otra parte, estamos conscientes de que el objeto de investigación no puede resolverse nunca y de una vez para siempre (Bourdieu, 2002: 69) y que la perspectiva que se retrate en esta investigación no es objetiva ni neutral, precisamente por las diversas herramientas teóricas que utilizamos para acercarnos al objeto de estudio.

Katz y Rice (2006) proponen tres posturas desde las cuales se ha estudiado Internet: la postura distópica, utópica y sintópica. En la primera postura encontraremos investigadores que piensan Internet como una tecnología que “es intrínsecamente antitética a la naturaleza de la vida humana y demasiado limitada tecnológicamente para que se desarrollen relaciones significativas” (Stoll, citado en Katz y Rice, 2006: 212). De acuerdo con esta postura, el uso de Internet puede causar depresión, aislamiento y soledad. Shapiro y Leone (citados en Katz y Rice, 2006: 213) explican que “cuanto más tiempo pasamos on-line, disponemos de menos tiempo para interacciones directamente con nuestra familia, nuestros vecinos y otros miembros de la comunidad”. Para los investigadores afines a esta postura, Internet es una fuente de malestares que conllevan -trágicamente- a una degradación social. Como ejemplo de esto, Kubey, Lavin y Barrows (citados por Katz y Rice, 2006: 213) realizaron investigaciones donde denunciaban que el desempeño académico de los estudiantes se veía afectado negativamente por el uso excesivo de Internet, por lo que los estudiantes fracasaban en sus actividades escolares, también se identificó que los estudiantes que pasaban mucho tiempo en Internet se sentían más solos y aislados. Kubey et. al. (citados por Katz y Rice, 2006: 214) explican que se percibe a Internet como un “refugio fácil y conveniente” para los estudiantes que viven lejos de su casa y experimentan poco control en sus propias vidas.

En la postura distópica se encuentra también una preocupación por la emergencia de identidades ilusorias o engañosas. Tapscott (citado por Katz y Rice 2006: 215), identifica desventajas relacionadas a este hecho: “la desconexión de las instituciones formales, las representaciones engañosas y peligrosas de información y las identidades, la violencia, la sobrecarga, la falta de supervisión por parte de personas calificadas y el énfasis en objetivos a corto plazo”. En la postura distópica existe una tendencia a identificar en el uso de Internet el fomento de la distorsión y la experimentación sobre la identidad y las cualidades, Turkle (citada por Katz y Rice, 2006: 215) explicó que en este ambiente pueden darse tal cantidad de imposturas, cambios de género y falseamiento de identidad que las relaciones verdaderas suelen ser difíciles de crear y mantener. En general, encontraremos argumentos que se concentran en identificar las desventajas de Internet y su uso. Hoy podemos seguir encontrando proyectos de investigación que se adhieren a la postura antes descrita.

La postura utópica distingue los beneficios del uso de Internet, Jordan (citado por Katz y Rice, 2006: 216), propone que “el poder de Internet tiene efecto a nivel individual (incluso al nivel más elemental de reforzar nuestro sentido de identidad cada vez que iniciamos sesión, a nivel comunitario (contrastando, por ejemplo, la inmortalidad online y la vigilancia continua)”. Katz y Rice (2006: 216) exponen que Baym sintetiza diversas investigaciones donde se muestra que las formas en que la gente se ha apropiado de las redes comerciales y no comerciales demuestra que la comunicación mediada por computadora (CMC) no sólo se presta a usos sociales sino que, de hecho, es un sitio para una cantidad poco común de creatividad social.

Van Dijk (citado en Katz y Rice, 2006) por su parte explica algunos beneficios de la CMC de la siguiente manera:

La gente puede compensar las claves perdidas en las imágenes, los sonidos, los textos y los datos utilizando las claves textuales disponibles, la gente puede centrarse más en el contenido del texto al leer los mensajes de correo electrónico; las personas pueden participar en conversaciones y entornos más informales y las

conversaciones de grupos virtuales suelen alentar a las personas más calladas a participar activamente (p. 216).

La discusión de las posturas utópica y distópica giran alrededor de los cambios en la interacción social, las relaciones significativas, las nuevas formas de identidad, la actividad y la creatividad. En general, las perspectivas utópica y distópica radicalizan el uso de Internet, ya sea exaltando los aspectos positivos o negativos. Al respecto, Boyd (2014: 15) expone que las visiones distópica y utópica, son parte del pensamiento mágico y del determinismo tecnológico, cuando se manifiesta que la tecnología por sí misma opera de una manera exageradamente positiva o negativa en el curso de la sociedad. Dicho de otra manera, la visión utópica se ejemplifica en el ideal de que la tecnología dará solución a problemáticas sociales graves y que propiciará su transformación en una sociedad mejor. Mientras que la visión distópica teme que la incorporación de la tecnología en la vida cotidiana traiga consigo *efectos negativos* irreversibles en la sociedad.

Katz y Rice (2006) proponen una tercera forma de abordar el uso de Internet, la perspectiva sintópica. Como lo explican ellos mismos: “Nosotros consideramos que tanto las pesadillas que presentan los distópicos como los paraísos de los utópicos pecan de exageración” (Katz y Rice, 2006: 34). Aunque el trabajo de Katz y Rice (2006) está centrado en la población estadounidense, su análisis puede ser aplicado en otros contextos sociales, en este caso en la forma en que los usuarios mexicanos utilizan Internet y los servicios de redes sociales. Así, cobra sentido considerar que las personas utilizan la red como una prolongación y potenciación de sus rutinas cotidianas (Katz y Rice, 2006: 35).

Katz y Rice (2006: 35) a través de la postura sintópica, logran distinguir que la mayoría de los usos de Internet están centrados en la expresión del yo y en la búsqueda de interacción social, lo que a su vez produce nuevas formas de integración y cooperación social. Internet no posee características completamente negativas ni positivas, está compuesto por los dos elementos simultáneamente. Tal como lo explican Katz y Rice (2006: 35): “si bien es cierto que Internet nos aísla de los otros al mismo tiempo nos permite contactar a otros usuarios creando vínculos emocionales y sociales integradores”. Consideramos que la superación de

los polos utópico y distópico permite desmitificar y desmoralizar la discusión sobre el uso de Internet. De esta forma, la perspectiva sintópica nos permite considerar que no se trata de que la tecnología opere en contra -o a favor- del usuario, sino que el riesgo inminente se encuentra en la manera en que son usados los dispositivos tecnológicos o la tecnología en general. Por otra parte, nos da la posibilidad de re-pensar conceptos que tradicionalmente han estado enmarcados en las relaciones cara a cara, por ejemplo el concepto de “interacción” o “cooperación social”.

## **2.2 Gergen y los cambios sociales, culturales y tecnológicos en la vida cotidiana**

En nuestros días, las imágenes cobran una importancia inusitada, concentramos mucha de nuestra atención en producirlas, compartirlas y/o consumirlas. Gergen (2006: 91) explica que algunos eventos se vuelven “importantes” como para ser fotografiados o videograbados, las reuniones o fiestas se convierten en una especie de foros de televisión donde todo debe lucir perfecto, se va a la fiesta para aparecer en la cámara y ante la cámara hacemos lo que esté en nuestras manos para lucir lo mejor posible. La vida cotidiana se modifica.

Diversas tecnologías han modificado la vida cotidiana de las personas, Bloom (citado por Sibilia, 2012: 115) por ejemplo, explica que “nosotros, sujetos modernos, aprendimos a ser humanos con los personajes de Shakespeare, reconociéndonos en esos modelos dominados por una profundidad oculta en el centro de su propia vida interior”. Sibilia (2012: 76) explica que algo similar ocurrió con Goethe, los lectores comenzaron a reproducir algunas pautas conductuales similares a las que el autor relataba en su obra. Seguimos viéndonos influenciados por todo lo que nos rodea, especialmente por los medios de comunicación y los contenidos que nos ofrecen. Estas nuevas adquisiciones conductuales y actitudinales forman parte de lo que Gergen (2006: 106) llama colonización del yo.

Las tecnologías de saturación nos permiten generar nuevas pautas de comportamiento,

nuevas imágenes que estarán presentes en nuestros sueños, en nuestro discurso así como en nuestros perfiles personales. Walker (2014) aborda la cuestión de cómo nos vemos a través de la tecnología problematizando la forma en que los dispositivos que utilizamos cotidianamente recopilan datos de nuestras actividades a través de aplicaciones o software. De acuerdo con la autora existe una tendencia a medir todo lo que podamos con la idea de tener una visión más “exacta” y “clara” de la “realidad”.

Gergen (2006: 19) aborda diversos fenómenos que están ligados a los avances tecnológicos, a los cambios históricos y a los discursos que bordean al yo. Valdrá la pena hacer una breve recapitulación de las características que Gergen (2006) distingue de los discursos romántico, moderno y posmoderno. Esto con la finalidad de poder explicar claramente los conceptos de saturación y colonización del yo, los cuáles son de utilidad para nuestra investigación puesto que la saturación social y cultural están cambiando las formas de intercambio sociales.

Gergen (2006) con el fin de facilitar el estudio y el análisis de dichos discursos identifica tiempos específicos en donde están presentes. Identifica por ejemplo, al siglo XIX como el momento del cual hemos “heredado una visión romántica” (2006: 26). Un siglo no es una medida lo suficientemente exacta como para poder identificar un cambio como los que señala Gergen, implícitamente hay una inexactitud en la explicación dada por el autor, pensamos que se trata simplemente de una forma de contextualizar al lector de manera que resulte más sencillo identificar las diferencias entre uno y otro discurso. No está de más recalcar que esto debe tomarse con cautela, en realidad no existe una fecha o un momento exacto en el que se registre el cambio de lo *romántico* a lo *moderno* o el momento exacto en el que hemos entrado a la *posmodernidad*. En este punto coincidimos con Habermas cuando explica que: “Al final del segundo milenio los planes de vuelo de las compañías aéreas internacionales, las transacciones globales de las bolsas de valores, los congresos mundiales de los científicos, más todavía, los encuentros en el espacio sideral, se ordenan de acuerdo con la cronología cristiana. Pero estas cifras redondas, producto de la división de un calendario, no explican los nudos temporales que son los mismos acontecimientos históricos. Cifras como 1900 ó 2000 carecen de significado si las comparamos con los datos históricos de 1914, 1945 ó 1989” (Habermas, 1998: 1). Comenzaremos a profundizar en

estas tres cosmovisiones que ocurrieron en tres tiempos distintos sabiendo que las divisiones temporales son difusas y que los mismos discursos/cosmovisiones tienen la posibilidad de mezclarse en una sola premisa.

Gergen parte de la idea de que vivimos un momento de cambio, un momento en el que se está forjando una nueva cultura (2006: 22), una donde estamos constantemente al alcance de los otros, muchos de estos otros pueden estar a miles de kilómetros de distancia de donde vivimos y sin embargo pueden ponerse en contacto a través de nuevos aparatos o dispositivos: teléfono, computadora o Internet, etc.

Para Gergen (2006) este nuevo panorama modifica los conceptos que están alrededor del yo, primero porque estas nuevas herramientas tecnológicas son añadidas a nuestra vida cotidiana y porque poco a poco, se van haciendo necesarias en otros aspectos de nuestra vida: en lo laboral, en lo académico, en lo íntimo, etc. La forma en que hablamos del yo refleja un *espíritu de la época*, por llamarlo de alguna manera; este *espíritu de la época* está constituido por los cambios culturales, tecnológicos, artísticos, etc.

Gergen (2006) considera que estas modificaciones se pueden observar en los discursos que nos han sido heredados de épocas pasadas, como él mismo lo explica:

La vida cultural del siglo XX ha estado dominada por dos grandes vocabularios del yo. Hemos heredado, principalmente del siglo XIX, una visión *romántica* del yo que atribuye a cada individuo rasgos de personalidad: pasión, alma, creatividad, temple moral. Este vocabulario es esencial para el establecimiento de relaciones comprometidas, amistades fieles u objetivos vitales. Pero desde que surgió, a comienzos del siglo XX, la cosmovisión *modernista*, el vocabulario romántico corre peligro. Para los modernistas, las principales características del yo no son una cuestión de intensidad sino más bien una capacidad de raciocinio para desarrollar nuestros conceptos, opiniones e intenciones conscientes. Para el *idioma* modernista, las personas normales son previsibles, honestas y sinceras. Los modernistas creen en el sistema educativo, la vida familiar estable, la formación

moral y la elección racional de determinada estructura matrimonial (p. 26).

Para Gergen (2006) la visión romántica del yo que alcanzó su apogeo en el siglo XIX y se encuentra presente en el vocabulario de los sentimientos morales, la solidaridad y el goce interior. Esta visión se caracteriza por poner acento en lo que no se ve, es decir en las fuerzas sacras que están inmersas en el ser. En contraste la visión modernista tiene su centro en la razón y la observación, impregna a las ciencias, las instituciones gubernamentales y a las actividades empresariales pero también ha penetrado en la esfera de las relaciones informales (Gergen, 2006: 43). La visión posmodernista por su parte, tiende a negar la validez de los dos discursos anteriores.

La visión romántica cuestionó la supremacía de la razón y la observación (Gergen, 2006: 44). En los siglos XVIII y XIX se creó un nuevo espacio, un nuevo mundo: el de la interioridad oculta. Dicho espacio fue percibido como “un poder invisible” (Shelley, citado por Gergen 2006: 44) y como “un hueco luminoso” (Baudelaire, citado por Gergen, 2006: 44). Dicho espacio interior se pensó que estaba habitado por el alma. Para algunos partidarios de esta interioridad, el alma estaba ligada a las emociones, eran inseparables. Gergen (2006: 44) explica que la pasión era una expresión del alma, y ésta se hallaba imbuida de energía emocional.

Es Freud quien logra una transición entre la sensibilidad romántica y modernista desde el momento en que otorga un sentido a este espacio interior y desconocido, lleno de energías que impulsan a los hombres a tomar unas u otras acciones (Gergen, 2006: 50). El inconsciente freudiano es la síntesis de estos dos discursos opuestos porque su teoría propone a estas energías como fuera del alcance de la consciencia, fuera del control del hombre y por ende fuera de la razón, como lo explica Gergen (2006):

Con Freud las pasiones oscuras adquirieron una apariencia modernista, caracterizadas por un lenguaje cuasibiológico como 'impulsos libidinales', y allí donde los románticos descubrían la potente evidencia de los recovecos interiores, las demandas modernistas llevaron a Freud a tratar de conseguir pruebas objetivas de lo inconsciente (p. 52).

La cosmovisión modernista está relacionada con el desarrollo de la ciencia, ésta rescataba del iluminismo la observación y la razón. A comienzos del siglo XX se establecieron las reglas básicas para la generación de un saber objetivo y racional. En particular, explica Gergen (2006: 55), los partidarios del empirismo lógico sostuvieron que la ciencia triunfante se fundaba en procedimientos racionales y que si las leyes de la física o la química se hacían extensivas a otras áreas del conocimiento era posible quitar esa nube tiránica, mística y errónea que amenazaba la aprehensión del mundo y del conocimiento. En este tiempo, la filosofía de la ciencia y la filosofía analítica concentraron la mayor parte de debates e indagaciones filosóficas, poco se hablaba de la ética, de la teología o de la metafísica que estaban destinadas a debatir hechos “no observables” puesto que se podían reducir a simples especulaciones vacías que no estaban ligadas al mundo fenoménico.

Este neoiluminismo moderno produjo un argumento que buscaba el progreso a través del perfeccionamiento, de la conquista y de los logros materiales. La ciencia fungía como el ejemplo perfecto de este avance alcanzado a través de la razón y de la objetividad. Esta concepción no sólo modificó el pensamiento científico de la época sino que también permitió la aparición del pensamiento utópico y de un método para alcanzarlo. Es aquí cuando se forjan y consolidan las distintas formas de gobierno, los sistemas económicos que -se esperaba- resolverían los problemas de la especie humana y favorecerían su avance en la historia. El fin último de la utopía no puede alcanzarse si existen dos caminos distintos, el desenlace de estas diferencias teóricas e ideológicas se lleva hasta las últimas consecuencias en la guerra.

La transición de la emocionalidad romántica a la racionalidad moderna se expandió a otros aspectos de la vida cultural. En la música, Gergen (2006: 57) identifica que las obras de Schönberg y Stravinsky retratan la experimentación de las superficies, de las estructuras y de las pautas sonoras. Se intenta que la música sea una exposición llana de ideas, en contraste con la visión romántica donde se buscaba la inspiración en el mundo interno y profundo desde donde surgiera el genio para crear una pieza musical.

Otro ejemplo de la expansión de esta cosmovisión moderna se puede encontrar en la escuela de artes y oficios Bauhaus. En dicha escuela se buscaba -a través del estudio y la investigación- una forma de arte que produjera una técnica internacional aplicable a todo, es decir un único diseño que se caracterizara por su utilidad y que resolviera las necesidades humanas. La arquitectura también reflejó buena parte de las ideas modernas de objetividad y racionalidad, por ejemplo en el urbanismo de Le Corbusier, cuyos espacios lógicos, únicos y racionales basados en formas geométricas dispusieron una forma de habitar lo moderno. Podemos sintetizar el motivo central del modernismo y encontrarlo en el progreso, en la racionalidad, la observación y los elementos esenciales.

En la modernidad es la ciencia quien dicta que el mundo está compuesto de entidades fijas y reconocibles, este mismo principio podía ser aplicable a las personas. Lo determinante es lo que podemos ver, observar, medir; es decir todo aquello a lo que podemos aplicar el método científico, en contraste, la cosmovisión romántica apunta a los rasgos que están más allá de lo visible.

En este contexto, la psicología ofrece elementos para esclarecer la idea del yo básico, para que la naturaleza del hombre pueda ser conocida por él mismo, la psicología -intentando asimilarse como ciencia- propone la razón, la observación y la medición de las conductas. El conductismo, la corriente cognitiva-conductual son intentos psicológicos de comprender al hombre, lo que hace, incluso lo que piensa (aunque los pensamientos no sean visibles) pero no su inconsciente. Se generó una psicología cuya esencia era mecánica, se hablaba de “estructuras del pensamiento”, de “mecanismos perceptuales” o de “implantación de hábitos”. Para el tiempo en el que Gergen escribía este texto (alrededor de 1991), estaba en auge la metáfora de que la mente opera como un ordenador, como una computadora sofisticada y eficaz; la aplicación de planteamientos cognitivo-conductuales permite la creación de técnicas cognitivas que “desprograman” hábitos o ideas.

La metáfora de la máquina concibe al hombre como tal; la máquina bien diseñada puede resistir el desgaste y el paso del tiempo; de la misma forma “un hombre bien moldeado por la sociedad puede ser congruente, estable, autosuficiente, digno de confianza” (Gergen, 2006:

73). Es decir, el hombre moderno es genuino y estable, busca el progreso y el avance. De acuerdo con Gergen (2006: 73), el texto *la muchedumbre solitaria* de David Riesman comienza a distinguir el espíritu modernista que pronosticó su propio fin. Es Riesman quien comienza a dejarnos ver una primera caracterización de lo que Gergen (2006: 74) distingue como un sujeto posmoderno: “se trata de un individuo superficial, de un conformista que se somete al poder del grupo y posee una necesidad insaciable de aprobación”. Es un hombre que no tiene ninguna clase de estabilidad, un hombre que está dirigido externamente, el opuesto de este tipo es el ideal de la modernidad: un hombre guiado desde los valores que le fueron inculcados desde muy pequeño y que hoy forman parte de él, permitiéndole mantener el equilibrio en cualquier momento. De esto se desprende una premisa moderna más: el individuo se debe moldear para el bien de la sociedad y con ayuda de la ciencia se creará un mundo transparente, libre y democrático, donde todos pueden ser los siguientes líderes del mundo pues todos hemos sido creados iguales.

Para explicar la cosmovisión posmoderna, Gergen (2006: 79) propone dos conceptos: la saturación social y la colonización del yo, los cuales están relacionados con el estado multifrénico que, de acuerdo con el autor, caracterizan al yo en la actualidad. La saturación social es producto de las tecnologías del siglo XX pues gracias a ellas aumenta continuamente la cantidad y variedad de relaciones que entablamos; Gergen (2006: 80) explica que antiguamente las relaciones sociales que podíamos establecer estaban limitadas a nuestro vecindario o nuestra comunidad, hoy es posible relacionarnos con gente de todas partes del mundo. Para esto, Gergen (2006: 80) hace una distinción entre tecnologías de bajo y alto nivel, las primeras están representadas por el ferrocarril, el servicio postal, el automóvil, carreteras, teléfono, radio, cine y el libro impreso. La segunda clasificación está conformada por el avión, la televisión y las cintas de video. Todas estas tecnologías nos dan la posibilidad de acercarnos a lugares y relacionarnos con personas que no forman parte de nuestro entorno social.

Hoy los motores de búsqueda (Google, Yahoo, Bing), los servicios de redes sociales (Google+, Facebook, LinkedIn, Twitter, Youtube, Flickr, etc.) nos permiten leer opiniones, ver rostros y escuchar voces de personas que no viven en nuestra comunidad o en nuestro país.

Como lo explica Gergen (2006):

Por obra de las tecnologías del siglo XX, 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 (p. 97).

Debido a esto experimentamos lo que Gergen (2006: 97) llama una multiplicación de las relaciones; es decir nuestros pensamientos, ideas y emociones ya no están sujetas a las relaciones cara a cara que mantenemos en nuestras localidades, constantemente aparecen rostros en la televisión o en nuestras pantallas de personas que están por todo el planeta y que cambian constantemente. Existen dos fenómenos descritos por Gergen (2006: 97) que conforman esta multiplicación de las relaciones: la perseverancia del pasado y la aceleración del futuro.

Hoy tenemos la posibilidad de mantener relaciones sociales con personas que están alejadas de nosotros. Por ejemplo, bastaría agregar a otro usuario a nuestra red de contactos en un servicio de red social como Facebook, para recibir información de éste aunque no intercambiemos constantemente mensajes con él/ella, basta dar un like o hacer un comentario en la publicación del usuario para hacerse presente. Incluso podemos estar en contacto con otras personas en momentos que antes eran inconcebibles, por ejemplo comunicarnos con alguien mientras estamos en un autobús, en un avión o en el baño. El tiempo y el espacio no son un impedimento para estar en contacto con otros puesto que existe esta posibilidad técnica, este es un ejemplo de la perseverancia del pasado.

Gracias a todas las tecnologías de saturación, también tenemos la posibilidad de experimentar un aceleramiento en la intensidad de las relaciones que mantenemos con los otros. Por ejemplo, a través de los servicios de redes sociales podemos entablar rápidamente una “amistad” con otro usuario y en algún momento encontrarnos. Gergen (2006: 98) explica que gracias a las tecnologías surge un sentimiento de afinidad mutua y se convierte, al poco

tiempo, en un animado sentimiento de correspondencia. Las personas pueden experimentar un mayor número de relaciones íntimas en menor tiempo. Las relaciones afectivas se transforman en un *desfile* donde alguien aparece y luego se aleja para dar paso a que el siguiente ocupe su lugar.

Desde nuestra perspectiva, la multiplicación de las relaciones está conformada por el uso de nuevas herramientas tecnológicas que posibilitan acercarnos a otras personas. Estos acercamientos configuran nuevas prácticas y códigos en torno a las relaciones sociales. La personalización de un perfil personal en un servicio de red social como Facebook, es un ejemplo del uso que se le puede dar a las nuevas herramientas tecnológicas que posibilitan la multiplicación de las relaciones. Si bien es cierto que -como explica Gergen (2006: 100)- la comunicación electrónica oculta cierta información visual (expresiones faciales y corporales por ejemplo), sin embargo en ella encontramos nuevos elementos visuales que nos permiten crear una imagen del otro: su foto de perfil, por ejemplo, nos revela una parte de sí mismo, de sus intereses, etcétera; no podemos ver su cuerpo ni su cara en tiempo real (aunque existe esa posibilidad), pero somos capaces de leer signos que están presentes en los perfiles personales de los otros.

El panorama que Gergen (2006: 102) configura en torno a la posmodernidad se caracteriza por relaciones familiares, de amistad y noviazgo cambiantes. Individuos que comparten un espacio físico donde los intercambios afectivos son rápidos e intensos. Dicho panorama incluye un movimiento constante en la vida laboral y personal, este movimiento puede observarse en algunos de los perfiles personales que hemos analizado.

Este contexto fue descrito también por Sennett (2000: 27), para el autor existe una flexibilidad exacerbada que produce una sensación de vacío, Sennett (2000: 30) identifica las complicaciones que tiene una persona para pensar en su futuro en un mundo donde todo es suplantable. Sennett (2000: 25) contrasta este panorama de capitalismo a corto plazo con el que se experimentaba en el mundo moderno, ahí una persona era capaz de plantearse qué haría dentro de cinco ó diez años puesto que detrás existía el discurso que se soportaba en el avance, en el progreso y en el alcance de metas a través de la planeación objetiva y del

esfuerzo personal. En la modernidad, explica Sennett (2000: 20), el trabajo definía nuestro carácter y prácticamente ordenaba nuestra vida diaria.

A pesar de estas sensaciones de aislamiento y de vacío producidas por todo este contexto social, somos capaces de relacionarnos con los otros y de mantenerlos presentes en prácticamente cualquier momento, a esto Gergen (2006: 95) lo llama saturación social. Por ejemplo, los smartphones y tablets nos mantienen conectados todo el día, abriendo así la posibilidad de charlar constantemente con alguien, de no estar aislados aunque estemos solos en nuestras casas o habitaciones.

Gergen (2006: 107) explica que es a través de las tecnologías de saturación social que “seguimos incorporando sin cesar información del medio que nos rodea”, podríamos considerar a un doctorante de biología que en su tiempo libre recolecta videos de *performances* artísticos y los comparte a través de Facebook, donde es administrador de un grupo que se dedica a publicar contenidos de arte; una joven mexicana estudiante de filosofía que a través de Internet se registra como miembro del grupo Femen y añade a su discurso la palabra “sextremismo”.

En todo momento nuestro saber social está cambiando, se amplía y reduce a la vez, esto ocurre cuando adquirimos múltiples y dispares posibilidades de ser. Este cambio sucede a través de las tecnologías de saturación social. La radio, la televisión e Internet nos exponen a una gran variedad de personas y formas de relación (Gergen, 2006: 7).

Esta situación nos cambia en dos sentidos: primeramente aumenta nuestra capacidad de saber “acerca de” así como nuestra capacidad de “saber cómo”. El *acerca de* nos permite identificar una gran cantidad de detalles sobre las palabras, actos, vestimentas o gestos de los demás. Esto permite, por ejemplo, que cuando salgamos a la calle seamos capaces de identificar “estilos” que distinguen a las personas: la forma en que se visten los ejecutivos, los indígenas, etcétera. De acuerdo con Gergen (2006: 108), bastaría salir a la calle para diferenciar las expresiones que utiliza un estudiante de física de uno de filosofía, la ropa que utilizan, los libros que leen y los temas más recurrentes en sus pláticas, etc. Este aprendizaje

no necesariamente aparece cuando estamos en presencia de alguien, puede ocurrir cuando vemos la televisión, escuchamos el radio, cuando debatimos algún tema en un foro de discusión o en Facebook. El hecho es que nuestra relación con los otros modifica lo que sabemos acerca de estos códigos que configuran nuestra realidad social.

Todo este saber *acerca de* sienta las bases con el *saber cómo* (Gergen, 2006: 109). Es decir, a la forma en que ponemos en juego todos estos elementos que aprendemos cuando estamos en contacto con los otros. Es en el *saber cómo* cuando tenemos la posibilidad de proceder para que la vida social sea eficaz y siga teniendo un sentido que nos parece pertinente, lógico u obvio. Prácticamente en cualquier situación social tenemos la posibilidad de poner en práctica todo lo que sabemos *acerca de* y mientras más amplio sea este saber, más confusa puede ser la elección de una forma específica para *saber cómo*; Gergen (2006: 109) explica que mientras avanza la saturación social tendemos a convertirnos en pastiches, en imitaciones de los demás. Es decir, las acciones que configuran el *saber cómo* se homogeneizan, se estandarizan y ponemos en acción lo mismo que hemos visto a través de las tecnologías de saturación social.

A medida que pasa el tiempo, el yo de cada persona va adhiriendo el carácter de todos los otros, es decir, se va *colonizando*. Gergen (2006: 109, 110) explica que nos presentamos como seres singulares, únicos e irrepetibles aunque en el fondo albergamos miles de posibilidades ocultas. Todos estos simulacros tienen la posibilidad de saltar a la vida y mostrarse ante los demás en un momento específico; son muestra de lo que podemos, queremos o tememos llegar a ser. Esta añadidura de nuevas voces produce el ruido de una multitud dentro de nosotros mismos, un ruido con el que luchamos y que nos permite alcanzar un compromiso con la identidad propia que se ve como un verdadero logro, puesto que constantemente debemos reafirmarla para tener la seguridad de que existe, de que es confiable y estable.

La finalidad de este trabajo no es confirmar la manera en que se presenta la colonización del yo en la identidad de los usuarios pero resulta conveniente considerar el papel que tiene Internet y en general todos los medios de saturación social en las formas en que los usuarios

se relacionan con otros. Si tomamos al pie de la letra las reflexiones de Gergen, llegaremos al punto en el que simplemente pensaremos Internet y los servicios de redes sociales como medios de saturación a través de los cuales ocurre la colonización del yo de todos los usuarios; donde éstos simplemente pasan como víctimas del bombardeo mediático y responden en función de sus propios procesos de saturación y colonización.

La propuesta teórica de Gergen puede funcionar como un espacio de reflexión y no como una teoría rígida y concluyente, Internet efectivamente permite que se añadan *multitudes* en los usuarios a través de las imágenes, de los sonidos o el texto; a la vez ofrece a los usuarios nuevos saberes para vivir en el mundo, algunos de estos nuevos saberes provienen de los mismos usuarios, por ejemplo el uso de memes y la creación de contenidos audiovisuales (videoblogs, podcast's). Es importante pensar que las tecnologías de saturación ya no son unidireccionales sino bidireccionales; antes eran solamente las empresas quienes mayoritariamente podían dirigir todos sus esfuerzos a generar contenidos que terminaban consolidando una colonización del yo de la audiencia, sin embargo hoy son los usuarios quienes pueden saturar la red con información propia (falsa o verdadera pero al fin y al cabo información), muchos de estos contenidos terminan ofreciendo nuevos *saberes cómo y acerca de* en otros usuarios a través de Internet o de los servicios de redes sociales.

En la red las posibilidades de interpretación son muchas, para comprender a profundidad por qué los usuarios dedican tiempo a crear, mantener y personalizar un perfil en cualquier servicio de redes sociales debemos recurrir al contexto del usuario, a su vida diaria, nuestro objetivo debe dirigirse a comprender la forma en que los perfiles personales se enlazan con la vida cotidiana de los usuarios.

Estamos más interesados en las formas en que se ha modificado nuestro entorno en función del desarrollo y el uso de la tecnología en un contexto específico. Ahí es donde creemos que se forjan, construyen y utilizan los discursos (romántico, moderno y posmoderno) que terminan atravesando al yo. La utilidad del trabajo de Gergen (2006) reside en que nos permite ampliar la discusión sobre el momento histórico en el que vivimos, así como notar que existen características claras que distinguen al discurso romántico del moderno y a su

vez del posmoderno. Desde nuestra perspectiva, consideramos que para Gergen la transición a una sociedad hiperconectada parece resultar conflictiva por lo que podemos notar cierto posicionamiento distópico en su propuesta. Es importante notar que para los jóvenes, los fenómenos planteados por Gergen pueden no ser problemáticos, esto supone identificar un cambio en el contexto social donde encontramos otro tipo de dinámicas y problemáticas. Por ejemplo, la cuestión de la privacidad de los datos personales y no el hecho de estar conectados y al alcance de los otros.

## **2.3 Baudrillard y la paradoja de la personalización**

El estudio de la personalización en servicios de redes sociales no ha sido propiamente abordado, sin embargo el estudio de Silfverberg, Liikkanen y Lampinen (2011) se aproxima a lo que denominamos personalización. Silfverberg et al. (2011) proponen que los usuarios finlandeses de Last.fm realizan un “trabajo de perfil” para controlar la información con la que se presentan mediante sus perfiles. Para los autores, el trabajo de perfil se observa en la lista de música reproducida a través de la aplicación scrobber y el avatar o foto de perfil. Los autores proponen que esta información funciona como un “producto” que debe ser manipulado para ofrecer una buena impresión a los otros usuarios. Para Silfverberg et al. (2011: 5): “El perfil de información de música escuchada compartida en línea puede verse como un estante de libros en el sentido de que tiene no sólo una carga social sino un gran valor para su dueño”. Cabe señalar que en Last.fm los perfiles poseen otros elementos que pueden personalizarse que no son tomados en cuenta por los autores.

Así, los perfiles deben ser regulados y controlados para que logren transmitir una apariencia aceptable del usuario hacia los otros. Para esto, explican los autores, los usuarios deben recurrir a ciertas estrategias que les permitan tener el control sobre lo que registran en sus perfiles, dichas estrategias son elegidas intencionalmente y poseen una interpretación

consciente de lo que es adecuado o no en el perfil. El trabajo de Silfverberg et al. (2011) distingue los perfiles como espacios de presentación del sí mismo donde los usuarios se esfuerzan por crear un perfil que represente lo más fielmente posible quiénes son, sus gustos y preferencias.

La investigación de Silfverberg et al. (2011) representa el antecedente más cercano al concepto de personalización en servicios de redes sociales. Por otra parte, el desarrollo del concepto personalización es tratado más ampliamente por Baudrillard (1970) quien aborda este tema como parte de una sociedad de consumo. Para el autor la personalización es literalmente una obligación (Baudrillard, 1970: 93), se trata de una búsqueda desesperada que revele y confirme quienes somos. De acuerdo con Baudrillard (1970) la personalización es en sí misma una contradicción:

Todas las contradicciones de este tema, fundamental para el consumo, se hacen evidentes en la acrobacia desesperada del léxico que lo expresa, en el intento perpetuo de síntesis mágica e imposible. Si uno es alguien, ¿puede encontrar su personalidad? Y, ¿dónde está uno mientras esa personalidad lo esquiva? Si alguien es él mismo, ¿necesita serlo 'verdaderamente'? (...) Y, si soy yo mismo, ¿cómo puedo serlo 'más que nunca'? Entonces, ¿ayer no lo era completamente? (p. 94).

Baudrillard (1970: 94) observa en la personalización la prueba fehaciente de que ahí “no hay ninguna persona”; es decir que la “persona” que se encuentra obligada a personalizar un objeto está ausente puesto que requiere pasar por este proceso para poder distinguirse y corroborar que es. Así, Baudrillard (1970: 94) observa que “lo que se pretende 'personalizar' es pues a esa persona ausente, esa instancia perdida. Ese ser perdido es quien va a reconstituirse in abstracto por la fuerza de los signos, en el abanico demultiplicado de las diferencias”. Es con Baudrillard donde podemos corroborar una paradoja, la personalización nos sumerge en el “anonimato más absoluto, puesto que la diferencia es por definición lo que no tiene nombre” (Baudrillard, 1970: 95).

Aunque Baudrillard no se refiere a la personalización en un entorno digital, consideramos que existen coincidencias con lo que el autor describe. En Facebook los perfiles personales pueden observarse como objetos que anulan la diferencia entre los usuarios debido a que poseen un formato predeterminado con campos (nombre de usuario, información básica, foto de perfil y de portada), aunque el usuario puede llenarlo de diversas maneras lo homogeneiza.

Desde la perspectiva del filósofo francés, la personalización está inscrita en un sistema de consumo que establece significaciones que corresponden a la producción industrial de las diferencias. Este sistema de producción implica una homogeneización de las diferencias que las personas tienen por sí mismas. Las diferencias que ofrece el sistema de consumo organiza a los individuos y les permite acomodarse en un nicho que cumple, supuestamente, con sus características. Así, explica el autor, diferenciarse es una forma de afiliarse a un modelo y despojarse de toda diferencia real que puede manifestarse en las relaciones concretas y conflictivas con los demás y el mundo (Baudrillard, 1970: 95). La personalización y la producción industrial de diferencias eliminan cualquier posibilidad de distinción y establecen una serie de códigos simbólicos a los cuáles adherirse. Baudrillard (1970) explica que:

Hay una lógica estructural de la diferenciación que produce esos individuos personalizados, es decir, que los hace diferentes unos de otros, pero siguiendo modelos generales y un código a los cuales esos individuos se ajustan en el acto mismo de singularizarse (p. 100).

Esto significa apostar por la instalación de la diferencia, pues ahí es mucho más eficaz integrar y regular cualquier contradicción además de que esto obliga a todos a entrar en las reglas del juego. Vista así, la personalización forma parte de una estrategia de organización subjetiva siempre incluyente que establece límites bien definidos entre unos y otros. De esta forma, la personalización establece diferentes clases y estatus que son asumidos por los

consumidores. Se produce una carga simbólica distinta cuando se utiliza una playera Lacoste que cuando se utiliza una playera que nosotros mismos hemos diseñado o una que hemos comprado en un tianguis. En los perfiles personales se pueden identificar estos elementos a través de la información contenida en el nombre de usuario o una foto de perfil.

El sistema de producción de diferencias exagera, precisamente, las diferencias pues mientras más finas sean se tiene la sensación de ser *realmente* distinto de los otros. Estas diferencias, explica el autor, esconden la más rigurosa discriminación social pues “todos somos iguales ante los objetos en cuanto a su valor de uso, pero no lo somos ante los objetos en cuanto a los signos y diferencias que representan, los cuales están profundamente jerarquizados” (Baudrillard, 1970: 98). Se trata, como explica el autor, de comprender que la explotación de los objetos como diferenciadores se logra tomándolos como signos, despojándolos de su valor de uso y de las “necesidades” asociadas a él (Baudrillard, 1970: 100). En otras palabras, no importa si lo que tenemos es útil lo que importa es que lo tenemos.

Estas reflexiones orillan a Baudrillard (1970) a considerar una lógica social de la diferenciación que explique las formas en que podemos distinguarnos. Para el autor, la lógica fundamental es la de la diferenciación/personalización, situada bajo el signo del código puesto que el esquema de singularidad/conformidad no es esencial y es el nivel vivido. Es decir, el esquema singularidad/conformidad está presente de manera -digamos- natural y cotidiana, Baudrillard (1970) explica que se trata de:

Tener el mismo código en común, de compartir los mismos signos que hacen que todos en conjunto sean diferentes de tal otro grupo. Lo que establece paridad de los miembros de un grupo (más que la conformidad) es la diferencia con otro grupo (p. 101).

Esto -explica el autor- permite advertir que el sistema nunca se apoya en las diferencias *reales*, que son singulares e irreductibles y que existen entre las personas sino en la eliminación del ser propio de cada individuo para sustituirlo por la forma diferente,

industrializable y comercializable como signo distintivo, lo cual, permite que las diferencias dejen de ser excluyentes haciéndolas elementos combinables. Esta característica de las diferencias permite que se conviertan en material de intercambio en forma de código de signos emitidos, recibidos y reinventados como lenguaje (Baudrillard, 1970:102). Es decir, prácticamente todas las diferencias son consumibles e intercambiables.

El panorama propuesto por Baudrillard (1970) nulifica algunos de nuestros planteamientos; en su visión, en este contexto la personalización no refleja elecciones personales sino que muestra que en el proceso negamos, precisamente, lo que nos hace diferentes. Salta la pregunta de si el llenado de un formato para acceder a un servicio de red social supone un paso hacia la personalización del perfil o hacia la homogeneización del usuario.

Hoy, la web2.0 se compone de diversas empresas que podrían incluirse en el “sistema productor de diferencias” que toman en cuenta las actividades de los usuarios, las tendencias en contenidos para estandarizarlos e introducirlos en la dinámica explicada por Baudrillard. Sería ingenuo descartar la existencia de esta industria normalizadora, sin embargo debemos considerar que para que puedan ser añadidas nuevas diferencias se requiere que alguien las invente; desde nuestra perspectiva los usuarios tienen la posibilidad de generar nuevos usos, contenidos o sentidos de la información a la que tienen acceso cuando navegan en Internet.

Por ejemplo, el uso de memes supuso un formato distinto y novedoso que involucraba imágenes y texto para comunicar ideas específicas, además de que no suponía ninguna ganancia económica para alguien en específico. Se trataba más bien de un intercambio entre pares. Hoy los memes están inscritos en un entramado industrial y económico, donde podemos encontrar personas contratadas para producir cada cierto tiempo un número específico de memes. La web2.0 permite la difusión de información en dos sentidos, es decir, el flujo de información va del usuario a la red y viceversa.

En Facebook (y en general en todos los servicios de redes sociales) la elección de una foto de perfil, un nombre de usuario, una foto de portada, su red de contactos, la forma en que se llenan los formularios donde se solicita información personal (dónde vive el usuario, su

religión, su tendencia política, etc.) establece lo que le distingue de otros usuarios.

La personalización de un perfil personal posee aspectos visibles (en publicaciones y actualizaciones) e invisibles (atravesadas por los ajustes de privacidad) que se consuman en un un perfil personal que es siempre visible para los demás. Es bastante complejo tratar de explicar concretamente por qué algunos usuarios tienden a ciertos temas en las imágenes y textos que comparten en sus perfiles personales, sin embargo es importante tener en cuenta que la personalización es un proceso que revela hábitos y usos que están inscritos en una situación contextual específica que incluye diversos aspectos sociales.

## **2.4 El perfil personal, sus componentes y formas para observarlos**

Para identificar claramente el objeto de estudio es necesario exponer qué es un perfil personal así como los elementos de los que se compone, esto nos permitirá observar la diversidad de formas en que puede presentarse la personalización de un perfil personal.

De acuerdo con el glosario de Facebook (2015), un perfil es “una colección de las fotos, historias y experiencias que componen tu vida. Tu perfil también incluye tu biografía”. El perfil se compone de fotos de portada, información básica, actualizaciones de estado en la biografía, registro de actividad, publicaciones destacadas, acontecimientos de la vida del usuario, fotos, actividad en aplicaciones.

Cada uno de estos elementos es personalizable, es decir, cada usuario puede elegir las fotografías, links, acontecimientos y actualizaciones que desee compartir. Al mismo tiempo, esto hace que un perfil personal se convierta en una fuente de datos bastante extensa. Debido a esto, consideramos importante llevar a cabo el análisis de los perfiles en las siguientes secciones: nombre de usuario, información básica y las fotos de perfil y portada. La razón de esto es que dichas secciones suelen permanecer accesibles a cualquiera que revise el perfil personal de otro usuario.



*Ilustración 10: en la imagen podemos observar la foto de perfil (1), la foto de portada (2), el*

La foto de perfil es “la foto principal que aparece en tu perfil. Tu foto del perfil aparece en miniatura junto a tus comentarios y otras actividades de Facebook” (Facebook, 2015). Se trata de una fotografía que sirve para identificar al usuario. De acuerdo con el glosario de Facebook (2015), la foto de portada es una imagen grande situada en la parte superior del perfil, justo encima de la foto del perfil. Estas fotografías pueden encontrarse en los álbumes “fotos de perfil” y “fotos de portada” dentro de la pestaña de “Fotos” del perfil personal.

El nombre de usuario es un elemento dentro del perfil que ayuda a identificar al usuario y al perfil personal, Facebook (2015) solicita a los usuarios que utilicen los nombres que usan en la *vida real* o tal y como aparecen en cualquier documento de identidad. Los usuarios pueden

elegir poner un apodo o sobrenombre, Facebook sugiere que el apodo sea una variación del nombre real.

La información básica está compuesta por otra serie de elementos entre los que podemos encontrar la situación sentimental del usuario, los empleos que ha tenido, las escuelas donde ha estudiado, la ciudad donde vive y los acontecimientos importantes. Todos estos elementos pueden ser personalizados de diversas formas, utilizando nombres de usuario ficticios, fotos de perfil donde no aparece necesariamente el usuario, etcétera.

Esto debe recordarnos que los usuarios juegan un papel importante en el desarrollo de los servicios de redes sociales ya que las pueden emplear *adecuadamente*, esto es, limitándose a cumplir los objetivos y finalidades de las redes como 'compartir' contenidos y estar en contacto con otros usuarios. Sin embargo, resulta interesante observar cuando las personas deciden utilizar sus perfiles personales de una manera distinta. Por ejemplo, Facebook no se pensó para compartir contenido *gore*, tampoco para que pedófilos recolecten fotos de niños en perfiles, para compartir contenido académico o científico ni tampoco para que los políticos midieran su popularidad a través de compra de likes. El trabajo de Túñez y Sixto (2011), por ejemplo, explora la comunicación de los diputados españoles a través de la web2.0. Independientemente de la importancia de la comunicación que los políticos deben mantener con la ciudadanía a través de estos sitios, la relevancia del trabajo se ubica en que ofrece ciertas características que debe tener la participación del político en los servicios de redes sociales, estas características abordan lo que nosotros llamamos personalización de los perfiles personales. Túñez y Sixto (2011) exponen los puntos directrices sobre la forma en que se deben utilizar los servicios de redes sociales; por ejemplo que:

Se ha de procurar que los asuntos importantes estén en el muro (de Facebook). No todos los usuarios buscan en otras pestañas de la página; la mayoría se conforma con lo que ve al acceder: miran lo que se les aparece a simple vista (p. 9).

Estos puntos representan claramente una estrategia de uso que, de acuerdo con Túnñez y Sixto (2011), los políticos deberían considerar seriamente, se observa también una forma de concebir Facebook como un espacio dialógico pero no de discurso. Esto modifica profundamente la forma en que se utiliza. De acuerdo con el planteamiento de Túnñez y Sixto (2011) el uso de Facebook por parte de los políticos (o de sus equipos de asesores) debería ser premeditado y consciente, debe tenerse presente el papel que tienen los servicios de redes sociales en la vida cotidiana así como la imagen que proyectan a través de ellos.

Consideramos que la personalización que llevan a cabo los usuarios diariamente no siempre es premeditada o consciente, sin embargo revela un uso específico así como una serie de prácticas cotidianas. Por otra parte, aunque cada sitio tenga ciertas normas establecidas en sus condiciones de uso y políticas de privacidad -aceptadas *por defecto* por los usuarios en el momento en que se suscriben- no representa garantía alguna de que se empleen de la manera en que hayan predeterminado los desarrolladores del sitio.

Como hemos mencionado, los elementos que observaremos en los perfiles personales son el nombre de usuario, la información básica y las fotos de perfil y de portada, es decir los elementos visuales y textuales. Es importante mencionar que en las fotos de perfil y de portada encontraremos más datos e información que analizar: fechas, horas, likes, links, textos, animaciones, etcétera. Esto convierte a los perfiles personales en textos multimodales (Erstad, 2008).

## **2.5 El perfil personal como parte de una red sociotécnica**

Como hemos explicado anteriormente, Gómez (2012: 140) identifica la red sociotécnica como una articulación no sólo de tecnologías sino de redes de comunicación y personas que comparten prácticas específicas. En nuestro caso, el perfil personalizado forma parte de una red sociotécnica que rodea al usuario, dicha red está conformada por diversos elementos: un dispositivo que permite conectarse a Internet, una cuenta activa en un servicio

de red social, una red de contactos, conexión a Internet, una red social (entendida sociológicamente), etcétera.

La red sociotécnica puede ser tan amplia y compleja conforme el investigador profundice en ella. En este sentido, se pueden encontrar nuevos elementos que formen parte del nodo “dispositivos que permiten una conexión a Internet”, ya que podemos distinguir entre pc's, laptops, tablets, smartphones, etcétera. De la misma forma, podemos incluir en el nodo “conexión a Internet” desde el cableado, un router, un servidor, etcétera.

Fausing (2013: 11) aborda, por ejemplo, la cuestión de los filtros de fotografía que vienen incluidos en las cámaras o en las aplicaciones para smartphones. Fausing explica que de alguna manera estas aplicaciones son una forma de intentar humanizar la fotografía, es decir añadir signos (en forma de filtros) que indican que un humano tomó dicha fotografía. Gómez (2012: 206) explica que dichos filtros simplifican un proceso químico u óptico; por su parte Rettberg (2014) propone que los filtros son tecnológicos pero también culturales:

Los filtros se popularizaron a través de Instagram y aplicaciones para smartphones como Hipstamatic, pero ya existían antes, sólo que no era tan sencillo utilizarlas por usuarios amateurs. Yo uso filtros en un sentido literal: un filtro aplicado a una fotografía. Pero también lo utilizo metafóricamente para hablar de las formas en que la tecnología distorsiona visiblemente nuestra propia representación. Algunas veces seleccionamos deliberadamente un filtro, en otras ocasiones no estamos conscientes de cómo nuestros datos, nuestro texto, nuestras imágenes están siendo procesados. Los filtros son tecnológicos pero también pueden ser culturales, este filtro es un gran ejemplo, se trataba de un filtro que venía integrado ya en el Photobooth de Apple cuando fue lanzado, pero claro que está copiando algunas de las famosas litografías de Andy Warhol (p. 14).



Ilustración 110: Fotografía tomada de una presentación de Jill Walker Rettberg (2014). Para esta autora, los filtros son tecnológicos y culturales.

Con la cita anterior podemos considerar que la personalización de los perfiles contiene elementos que a primera vista pueden pasar desapercibidos y que forman parte de la red sociotécnica del usuario, por ejemplo si una foto de perfil o de portada ha sido editada (utilizando un filtro o efectos, recortándola, etcétera), la hora en que fue publicada, con quién está compartida o si hay alguien etiquetado en ella. Por otra parte, encontraremos que las fotografías utilizadas para personalizar los perfiles personales pueden tratar temas específicos o retratar escenas y momentos particulares. Además observaremos que a partir de las fotografías que personalizan los perfiles personales, se detona un intercambio -la mayoría de las veces- textual entre usuarios que suelen pertenecer a una misma red de contactos.

Es particular el caso de los selfies o autofotos, una práctica que genera gran cantidad de fotografías que suelen ser compartidas en diversos servicios de redes sociales. Muchas de

estas fotografías además de retratar a un usuario suelen contener características específicas (de composición, edición, difusión) que se hacen evidentes una vez publicada la autofoto en un perfil personal en cualquier servicio de red social.

Fausing (2014: 4) advierte que los selfies (con sus variantes: helfies, belfies, usies, etc.) están completos sólo si los otros pueden verlos pues de esta manera se confirma no sólo la identidad sino las relaciones que mantenemos con otros.

Los selfies se han convertido en una práctica muy popular y, como señala Lasén (2012: 1), forman parte de los procesos de subjetivación y encarnación contemporáneos. Lasén (2012) considera que las autofotos pueden ser tratadas desde una óptica menos banal a la que se hace cotidianamente en charlas o noticias que patologizan el selfie y a quienes lo practican. Lasén (2012: 1) afirma que las autofotos “participan en las dinámicas de configuración de género, así como en las transformaciones y negociaciones de la división entre lo público y lo privado”.

De acuerdo con Lasén (2012: 6), los selfies provienen del autorretrato pictórico; antes de las cámaras digitales no se encuentra gran cantidad de autofotos puesto que la capacidad de exposiciones de un rollo de película y el costo que implicaba su revelado dejaba fuera la posibilidad de experimentar con la cámara o practicar miles de veces una pose, además, al acudir a un estudio de revelado se corría el riesgo de que otras personas las vieran sin el consentimiento del propietario.

Hoy en día las cámaras digitales abren un amplio abanico de posibilidades, incluso a aquellos que no son fotógrafos profesionales, de experimentar con la fotografía y los elementos que la componen. Lasén (2012: 6) identifica que el uso de cámaras digitales ha multiplicado la producción y la presencia de fotografías personales en distintos contextos. Nuestro interés en las autofotos radica en que hay una gran cantidad de ellas en los servicios de redes sociales, donde fungen como materia prima de intercambio y son de vital

importancia en la personalización de perfiles personales ya sea como fotos de perfil, de portada o simplemente para compartirlas en alguna publicación. En este sentido los selfies constituyen una “configuración cultural, social y personal de las tecnologías” (Lasén, 2012: 5).

No hay que perder de vista que alrededor de los selfies existe un entramado de prácticas, conocimientos técnicos y condiciones de comercialización de dispositivos necesarios para tomar un selfie: cámaras digitales, smartphones, computadoras, cables, baterías, servidores, plataformas, etcétera. Desde la perspectiva de Gómez (2012: 64) esto se piensa como redes sociotécnicas.

Los selfies que circulan en la red pueden no ser composiciones estéticas hechas por un profesional, no obstante, se acercan a representar el mensaje deseado por el usuario que tiene la posibilidad de modificarlos hasta obtener el resultado deseado. Para Lasén (2012: 7) las autofotos “permiten ahorrar tiempo y explicaciones, además de operar como selectores de nuestros contactos, a través de lo que cuentan de nosotros”. Este relato de sí mismos puede cristalizarse en la personalización que los usuarios hacen en sus perfiles personales.

Una característica particular de los selfies es que no se trata de una práctica aislada, involucra determinadas convenciones acordadas entre usuarios para su producción y difusión (Lasén, 2012: 7), estas convenciones también están atravesadas por los medios donde se difunden. Dependiendo del servicio de red social donde se comparta, los usuarios modifican el contenido, la composición, la intención y el mensaje que le quieran dar a la fotografía. Por ejemplo, los participantes de la investigación de Lasén (2012: 7) explican que Facebook es un espacio para la “socialidad” y que quienes se encuentran ahí regularmente son conocidos, por lo que la fotografía tenderá a ser menos provocativa y su calidad puede ser descuidada, a diferencia de lo que sucedería en Flickr, donde se valora la calidad estética de la fotografía. Por otro lado los selfies enviados por Whatsapp funcionan más para “documentar el momento” (Lasén, 2012: 7) como el nuevo look o una escena cotidiana.

La investigación de Lasén (2012) permite identificar habilidades que los usuarios desarrollan para lograr un selfie, por ejemplo, sus informantes señalan la importancia de aprender a posar para poder lucir bien siempre; si se trata de un selfie erótico encontrarán la manera de no mostrar la cara y los genitales en una misma fotografía (Lasén, 2012: 9). Estas habilidades, convenciones y conocimientos técnicos suponen estrategias que lograrán producir un selfie, el cual a su vez servirá para personalizar el perfil.

Lasén (2012: 9) agrega tres aspectos que comprenden la práctica de los selfies: la presentación (del cuerpo y del yo), representación (para uno mismo y para los demás) y coroporealización o encarnación (embodiment) que para la autora constituye una configuración e inscripción de los cuerpos. Los selfies son formas de presentarse en el entorno online ante una audiencia de conocidos -o desconocidos- y seres queridos. Así los selfies representan al yo para uno mismo y para los demás, a la vez que los cuerpos se inscriben en las plataformas a través de los selfies, de los intercambios y de comentarios. Por último, la forma en que el cuerpo es dispuesto -por ejemplo para posar- lo modifica, debido a esto, Lasén (2012: 10) afirma que la práctica de los selfies favorece a reconciliarse con el propio cuerpo y la imagen propia.

De acuerdo con Lasén (2012: 13), aquellos que comprenden las convenciones para tomar un selfie logran identificar en las fotografías elementos que dan cuenta de la edad, clase social o el género al que pertenecen los retratados. Estas convenciones pueden tratarse de las condiciones técnicas y las poses que adoptan para determinado momento. Lasén (2012: 13) encontró que los hombres pueden mostrarse más tímidos para posar debido a que se considera una práctica característica de mujeres y homosexuales; por otro lado, las mujeres que se preocupan más por mostrar su aspecto físico pueden ser tomadas por inmaduras al contrario de aquellas que busquen mostrar su estado de ánimo o personalidad.

Alrededor de la práctica de los selfies existe una complejidad más; el autor de la fotografía es al mismo tiempo modelo, por lo que no se trata de una fotografía sencilla. Las autofotos involucran -también- una práctica performativa (de performance) donde el autor aprende a *actuar* y a ver su cuerpo de otra manera. Debido a esto, Lasén (2012: 14) señala que las

autofotos son escenas donde se explicitan la presentación-representación-encarnación de las caras, cuerpos y apariencias de una misma personalidad.

Desde esta perspectiva, las autofotos no tratan sólo de una espectacularización del yo, vigilancia o voyeurismo, puesto que aquellos que miran también se encuentran expuestos a la mirada de los demás, son objetos y sujetos de las imágenes (Lasén, 2012: 15). Lasén (2012: 17) considera que la privacidad en estas prácticas está vinculada a dos elementos: Primero a la forma en que el propietario controla su información -en este caso imágenes-, por lo que las convenciones establecidas sobre qué fotografías mostrar o no y en qué sitios ofrecen posibilidades para mantener cierta seguridad sobre su privacidad. En segundo lugar, el control de las imágenes es relativo debido a los criterios de privacidad definidos 'por defecto' por los servicios de redes sociales.

Las reflexiones de Lasén (2012) y Fausing (2014) sobre los selfies, nos ayudan a considerar las autofotos como un elemento más de la vida cotidiana, por lo que no está fuera de la "realidad" sino que forma parte de ella. Su trabajo nos permite considerar que lo que llamamos perfil personal está constituido por fenómenos mucho más complejos. Fausing (2012: 12) explica: "La cara es la sala de exposición del sí mismo. Es aquí donde podemos ver todas las características que te dicen algo acerca de la edad, la etnicidad, el género, el humor, la presencia. No por nada se llama Facebook y no Footbook. Nos mostramos a nosotros mismos en primer lugar a través de nuestra cara, y esperamos que lo que mostramos sea aceptado". Esta cita puede aplicarse para pensar los perfiles personales: En ellos podemos ver toda clase de características que nos dicen algo de la edad, la etnicidad, el género, el humor, las posturas políticas, las creencias religiosas y en general cualquier interés personal.

## **2.6 El perfil personal como texto multimodal**

El desarrollo de la tecnología y los medios digitales han puesto a prueba conceptos tales como texto, lector, escritor y alfabetismo (Erstad, 2008: 181), de acuerdo con Kress y van Leeuwen (2001: 1) hasta hace un tiempo en la cultura occidental existía una preferencia

por la monomodalidad, esto es la predominancia de la palabra escrita, lo que parece estar revirtiéndose en la “edad de la digitalización” (Kress y van Leeuwen, 2001: 2) ya que las exigencias de los medios digitales que utilizamos van modificándose constantemente, permitiéndonos encontrar un gran número de contenidos que pueden estar compuestos por diversos elementos y formatos de archivo sin limitarse únicamente a texto. Lo que deriva en la multimodalidad. Erstad (2008: 186) explica que la multimodalidad indica la combinación de diferentes elementos dentro de una nueva expresión textual que va más allá de la suma de ellos.

Dentro de los medios digitales, en los que podemos incluir a Internet y los servicios de redes sociales, los textos multimodales contemplan la conjunción de texto, imágenes, videos, audio, enlaces, etcétera. Estos elementos dejan de observarse aislados pues una vez articulados se aprecian en conjunto. Consideramos que es posible identificar textos multimodales en los perfiles personales en servicios de redes sociales, ya que en ellos se pueden incluir una diversidad de elementos como fotografías, enlaces, texto, videos, etcétera que se encuentran articulados por medio del perfil.

Es relevante considerar al perfil como un texto multimodal ya que de esta manera el análisis de la información contenida en él cobra mayor sentido. Para el análisis de los perfiles fue imprescindible el uso de capturas de pantalla en las que se observa la agrupación de la información del perfil, es así que podemos observar la foto de perfil junto con los comentarios y el número de likes otorgados por los contactos del usuario. En otras palabras, la información que comparte puede ser complementada o corroborada con la información proporcionada por el sitio, como la fecha y la hora que queda registrada y a su vez, por la información que proporcionan sus contactos a través de comentarios o likes.

La personalización de un perfil personal consiste en la selección de información que el usuario hace y que comparte en él, es así que podemos identificar que los contenidos que se encuentran en un perfil son variados. El uso de contenidos en diversos formatos es habitual, en primer lugar porque existe la posibilidad técnica y porque el sitio alienta a los usuarios a

hacerlo y por otro lado, por la inquietud de los usuarios, ya que de esta manera pueden expresar activamente sus intereses y posturas hacia determinados temas de una forma más completa (Erstad, 2008: 187).

Los medios digitales han abierto la posibilidad de crear textos multimodales de forma cotidiana. Más allá del agrupamiento de información, la creación de textos multimodales representa habilidades técnicas básicas como descargar, buscar y navegar. A su vez requiere conocimientos y habilidades para clasificar, integrar, evaluar, comunicar y cooperar (Erstad, 2008: 182). Estas habilidades desarrollan también la lectura y escritura de textos multimodales y el uso de medios digitales. De esta manera, los recursos que utilizan pueden ser editados y reorganizados para la creación de un nuevo texto multimodal (Erstad, 2008: 178). Desde otra perspectiva, Gómez (2012: 230, 231) identifica la presencia de la *imagen en red*, se trata de imágenes ensambladas junto con textos, enlaces y contextos específicos que forman interfaces, conexiones y un sistema de comunicación particular.

El trabajo etnográfico de Gómez (2012) explora los cambios que ha tenido la fotografía, su uso así como una nueva forma de concebir y pensar la imagen digital como un proceso y producto de una red sociotécnica, y no sólo como una representación de la vida. Gómez y Ardèvol (2011) explican que:

Si bien hasta ahora la fotografía doméstica era utilizada como un objeto para preservar la memoria familiar, la emergencia de nuevas prácticas fotográficas populares, especialmente entre los jóvenes, se sitúan más en el terreno de la conectividad y la comunicación que en el de la representación y la memoria (p. 90).

La fotografía ha experimentado diversos cambios tecnológicos y su uso también ha cambiado a lo largo del tiempo. Hoy, las fotografías están íntimamente relacionadas -por su condición digital- con nuestras computadoras, smartphones, con los servicios de redes sociales, nuestros perfiles personales e inevitablemente con la personalización de éstos.

De acuerdo con las reflexiones de Gómez y Ardèvol (2011: 90), en los álbumes familiares se puede observar claramente representada la vida cotidiana en el ámbito doméstico, donde la fotografía se utiliza por el investigador como una ventana al mundo de sus sujetos; ahí el contexto social puede inferirse del significado de la fotografía de los autores, esta inferencia está sujeta también a la mirada del investigador y a sus competencias cognitivas.

En los perfiles, este fenómeno puede estar presente también. Aunque es probable que el usuario no sea el autor de todas las imágenes que utiliza para personalizar su perfil, a través de ellas se configura otra “ventana al mundo” (Gómez y Ardèvol, 2011: 90) del usuario, enriquecida algunas veces por los distintos textos multimodales que intercambian los usuarios.

Así las imágenes logran un nuevo sentido con el sólo hecho de aparecer en un perfil. Pensemos por ejemplo en los usuarios que utilizan como fotos de perfil el escudo de un equipo de fútbol, no sabemos las condiciones contextuales en que la imagen digital ha sido creada o la intención que tiene al utilizarla, sin embargo podemos intuir que posee un significado para el usuario por el mero acto de seleccionarla.

Encontrar en repetidas ocasiones imágenes similares en un perfil nos ayuda a deducir una línea temática relacionada al contexto y a los intereses del usuario. Aquí podemos observar que la personalización de un perfil enlaza el contenido del mismo con la vida cotidiana del usuario. Debido a esto, es importante tener en cuenta lo que las personas *hacen con* las fotos y no exclusivamente lo que aparece *en* ellas (Gómez, 2012: 59). Gómez y Ardèvol (2011: 93) explican que “se trata de estudiar las fotografías como objeto de intercambio simbólico y no sólo como representación”. Notaremos que hay sin duda una relación con lo que Debord (1995: 9) piensa como espectáculo: “El espectáculo no es un conjunto de imágenes, sino una relación social entre personas mediatizada por imágenes”.

Los elementos visuales que están contenidos en los perfiles son siempre imágenes digitales puesto que están constituidas por matrices numéricas. Se trata de documentos electrónicos que contienen la representación digital de una imagen (Aragónés, J. y Luján, S., 2002: 2),

esto permite que en las imágenes digitales encontremos representadas fotografías, pinturas, etcétera. A través de los perfiles personales las imágenes digitales circulan por los servicios de redes sociales, lo cual permite que puedan ser vistas en distintos dispositivos tecnológicos.

Llevar a cabo el análisis de una imagen supone un ejercicio donde se ponen en juego diversas teorías y métodos. Marzal (2007) lleva a cabo una revisión sobre las distintas metodologías que pueden utilizarse para realizar la lectura de cualquier imagen fotográfica. Su extensa revisión nos permite observar que no existe una forma única para leerlas, de las imágenes fotográficas pueden identificarse aspectos psicológicos, estéticos, sociológicos, semióticos, tecnológicos, históricos, entre otros. Esto significa que las imágenes contienen tantos elementos como el investigador requiera.

Consideramos que es de importancia rescatar los aspectos sociológicos y en la medida de lo posible, los aspectos tecnológicos de las imágenes fotográficas que encontraremos en los perfiles personales. Estos elementos pueden servir para configurar la red sociotécnica que está alrededor de las fotografías que los usuarios comparten. En este sentido, nos parece importante mantener presente la idea de que aún las fotografías más modestas pueden ser un reflejo del modo en que se entiende la realidad en la sociedad en la que existe (Marzal, 2007: 117). Por otra parte, intentar identificar las características técnicas que permitieron la creación (o edición) de una fotografía nos puede ayudar a identificar procesos que los usuarios llevan a cabo para poder compartir sus fotografías; por ejemplo que se trate de fotos tomadas y editadas en Instagram o se trate de fotos editadas en la computadora.

Racamán (2011) propone la adopción de una pedagogía de y con las imágenes. Para la autora, el análisis de la imagen estimula la capacidad crítica y contribuye al desarrollo de un estilo personal por la adquisición paulatina de una cultura visual (Racamán, 2011: 89); por lo que no debe ser tratada como acompañante del texto. Las imágenes complementan el texto, es decir, no se trata únicamente de ornamentos o de elementos que ejemplifiquen al texto que acompañan. Racamán (2011: 90) explica que los entornos virtuales han favorecido el vínculo entre texto e imágenes, además de otros elementos multimedia, lo que constituye

una relación interactiva entre contenidos. Esto hace que considere imperativa la alfabetización en comunicación audiovisual y multimedia, ya que piensa que la sociedad altamente tecnificada lo exige.

En este sentido, su propuesta se enmarca en las ideas de Aparici y García Matilla (Citados en Racamán, 2011: 93, 95), quienes señalan que se debe considerar el término “leer” una imagen; de esta forma, aspira a ser una actividad reflexiva pues las imágenes se producen con la intención de transmitir ciertos mensajes que además son contextuales e históricos y permiten comprender procesos sociales, políticos, económicos y artísticos.

Racamán (2011: 92) explica que podemos considerar a las imágenes desde dos niveles de análisis: el descriptivo o denotativo y el simbólico o connotativo; desde el primero se hace énfasis en los elementos que configuran a la imagen (contornos, formas, colores, matices, etc.) aquí el análisis consiste en la enumeración y descripción de los elementos de la imagen. El nivel simbólico o connotativo es donde se puede llevar a cabo una interpretación subjetiva (Racamán, 2011: 92) que va más allá de la pura descripción formal de los elementos de una imagen (Aparici y García Matilla citados en Racamán, 2011: 99). Estos niveles de análisis permiten distinguir el cúmulo de información que puede estar contenido en las imágenes, por otra parte la identificación y lectura de los elementos contenidos en las mismas no pueden -ni deben- estar sujetos a una única interpretación.

La autora señala que “el signo-imagen cumple, al mismo tiempo, una doble función: la de representar una determinada realidad y la de expresar la idea de su autor mediante el tipo de representación que hace de ella” (Racamán, 2011: 97). Así, los signos pueden clasificarse en dos grandes grupos: conceptuales y contornuales, los primeros son “designaciones de conceptos o ideas basadas en una convención arbitraria” (Racamán, 2011: 94) mientras que los segundos “manifiestan aspectos sensibles y materiales de lo representado” (Racamán, 2011: 92).

Hay otros aspectos que deben ser considerados como el contexto en el que se encuentran las imágenes (Racamán, 2011: 95-96), éste define una estructura así como soporte, difusión,

integración, técnicas y herramientas de diseño diferentes (Racamán, 2011: 95). Así la imagen digital brinda la posibilidad de ser no sólo acompañada por otros elementos o recursos multimedia sino que puede ser complementada por ellos. Por esto, no podemos aislar a un perfil del contexto en que esté dispuesto, pues éste le dotará de mayores -o menores- elementos que intervendrán en su lectura y por ende en su interpretación.

Desde la perspectiva de Racamán (2011: 98, 99) las imágenes forman parte de un proceso comunicativo que, aún cuando esté en un entorno virtual/online, está compuesto por los mismos elementos. Es decir, existe un emisor que transmite un mensaje codificado a través de un canal para que un receptor lo descifre. La autora considera que no hay que perder de vista que la interpretación de la imagen también está condicionada al contexto de aquél que la quiera descifrar, por lo que sus experiencias particulares, su bagaje cultural, su dominio tecnológico, entre otros elementos tendrán un papel importante en la tarea de leer una imagen. Esto se equipara a lo que Bourdieu llama “competencias cognitivas”, o sea lo que sabemos modifica lo que vemos. El análisis de las fotos de perfil y de portada contemplará los textos que acompañan a dichas imágenes, en este sentido la propuesta de Racamán (2011) es útil pues plantea que:

Del mismo modo que las palabras se concatenan para formar estructuras lingüísticas dotadas de sentido en su conjunto, las imágenes, también establecen conexiones entre sí y con el texto al que acompaña. Estas relaciones dotan de estructura unitaria al contenido y permiten alcanzar una comprensión global coherente (p. 100).

El perfil aparece entonces como un texto multimodal que contiene diversos elementos: imágenes digitales, texto, videos, audio, etcétera. Al mismo tiempo, el perfil personal forma parte de una red sociotécnica, es decir, de un contexto así como de prácticas y hábitos específicos.

## Capítulo 3. Metodología

### Resumen

El presente capítulo abordará las cuestiones metodológicas y técnicas que fueron utilizadas durante este proyecto de investigación, la organización del capítulo es de la siguiente forma: La primera parte del texto muestra los objetivos y preguntas que dirigieron nuestra investigación, la siguiente sección está dedicada a definir las categorías conceptuales que sirvieron para llevar a cabo el análisis de los perfiles personales, esto requiere la revisión de las propuestas planteadas por Erving Goffman en su texto “La presentación de la persona en la vida cotidiana” (2012). La siguiente sección del capítulo buscará identificar qué caracteriza a la etnografía conectiva y multisituada propuesta por Christine Hine (2000), a continuación se explicará la forma en que fueron contactados los usuarios de quienes se analizó sus perfiles, por último se explicará la forma en que se llevó a cabo la recolección de datos y su análisis.

## **3.1 Preguntas y objetivos de investigación**

### **Principal**

- ¿Cuáles son las estrategias de personalización de los perfiles que utilizan los usuarios del grupo Etnografía Digital en Facebook?

### **Secundaria**

- ¿Cómo seleccionan y organizan los contenidos los usuarios del grupo Etnografía Digital para la personalización de sus perfiles?

### **Objetivo general**

- Analizar y discutir las estrategias de personalización utilizadas por los usuarios del grupo Etnografía Digital.

### **Objetivos específicos**

- Analizar los elementos visuales y textuales que muestran los perfiles de usuarios del grupo Etnografía Digital.
- Identificar y analizar cuáles son los criterios que los usuarios del grupo Etnografía Digital utilizan para seleccionar y organizar los contenidos para la personalización de sus perfiles.

## **3.1 Categorías conceptuales para la observación y análisis de los perfiles personales**

Para el análisis de los perfiles personales se utilizaron algunas categorías planteadas por Goffman (2012) en su libro “La presentación de la persona en la vida cotidiana”, el uso de la metáfora dramaturgica planteada por Goffman da la posibilidad de identificar en los perfiles impresiones que se manifiestan a través de la personalización de los perfiles y, por lo tanto, de ciertas técnicas y estrategias que son practicadas por los usuarios para el mantenimiento de las mismas; al mismo tiempo quedan manifiestas las disrupciones a las que están sujetas

las impresiones que se actúan en los perfiles personales.

El libro “La presentación de la persona en la vida cotidiana” fue publicado por primera vez en 1959 y es resultado de una investigación realizada por Goffman sobre la interacción, el texto ofrece además múltiples ejemplos de la tesis doctoral inédita de Goffman realizada en la isla de Shetland. El texto plantea un enfoque para el estudio de la vida social, dicho enfoque supone identificar de qué maneras se presentan los individuos y presentan su actividad ante otros en las situaciones de trabajo corrientes (2012, p. 13); podríamos pensar que presentarse ante los otros es una práctica social bastante común donde los individuos comparten información sobre sí mismos, para Goffman la presentación del individuo ante otros supone la proyección consciente e inconsciente de una definición de la situación en la cual el concepto de sí mismo constituye una parte esencial (2012, p. 271), todo esto ocurre además en el marco de un establecimiento social es decir, de todo lugar rodeado de barreras establecidas para la percepción, en el cual se desarrolla un tipo determinado de actividad (2012, p. 267). Con esto notaremos que la presentación implica de entrada el análisis no sólo de cómo se presentan los actuantes sino también los medios en que esto ocurre.

La presentación además tiene la particularidad de perseguir un fin específico: mantener una impresión ante los otros o el auditorio, el mantenimiento de las impresiones es –de hecho- un asunto central en el enfoque dramático presentado por Goffman puesto que, uno de sus planteamientos fundamentales es que las impresiones fomentadas en las actuaciones cotidianas están sujetas a interrupciones (2012, p. 81) que pueden debilitarlas y de acuerdo con Goffman, tener consecuencias en tres niveles de la realidad social: la personalidad, la interacción y la sociedad (2012, p. 271).

Los fenómenos descritos detalladamente por Goffman en general aluden a un ejercicio de observación de lo que ocurre durante una interacción cara a cara (2012, p. 284), sin embargo Goffman señala algunas excepciones donde el actuante puede representar un papel ante un auditorio que no está presente físicamente, por ejemplo cuando el auditorio es imaginado por el actuante (2012, p. 98).

Consideramos que la selección de contenidos que personalizan los perfiles personales de los usuarios está guiada por la suposición de que un auditorio -que no está presente físicamente- verá dichos contenidos. La ausencia física del auditorio permite, de cierta forma, otro tipo de control sobre las impresiones que se intentan mantener en el perfil personal por ejemplo, en la interacción cara a cara el manejo de las impresiones debe ser llevado a cabo de forma mucho más rápida y sutil puesto que cualquier mínimo gesto puede provocar una disrupción en la impresión, en los perfiles los usuarios pueden seleccionar imágenes, enlaces, frases, hashtags, videos, etc. para mantener una impresión específica lo cual implica tener más tiempo para pensar qué información compartir y cómo presentarla; más aun los usuarios en Facebook tienen la posibilidad de editar, ocultar o eliminar lo que hayan publicado, esto no asegura que la impresión logre ser transmitida eficazmente ni que se logre evitar la aparición de disrupciones.

Para llevar a cabo la observación de los perfiles personales y de las secciones que lo conforman consideramos primeramente el componente expresivo que poseen los perfiles personales en la vida social, pues de ahí emanan también impresiones que son dadas a otros. En segundo lugar hemos tomado como categorías de análisis conceptos desarrollados por Goffman (2012) a lo largo del texto “La presentación de la persona en la vida cotidiana” que nos ayuden a identificar y sistematizar las prácticas que son realizadas por los usuarios cotidianamente en sus perfiles, a continuación describiremos las categorías conceptuales que han sido utilizadas.

Categoría concpetual	Definición	Ejemplo
Gestos impensados.	“Actos menores accidentales e inadvertidos que suelen ser buenos vehículos destinados a transmitir impresiones inadecuadas para ese momento.” (p.223)	Un gesto impensado que podría debilitar la impresión de un académico en su perfil personal se hace evidente cuando el usuario escribe con faltas de ortografía.
Intrusiones inoportunas.	“Cuando un extraño se introduce accidentalmente en	Durante un hilo de conversación otro usuario interviene con un comentario

	<p>el sector donde se ofrece una actuación o cuando un miembro del auditorio entra sin ser advertido en el trasfondo escénico, es probable que el intruso sorprenda a los presentes <i>flagrante delicto.</i>” (p. 224)</p>	<p>ajeno a la discusión o se dirige al propietario del perfil con demasiada familiaridad cuando el resto de participantes mantienen cierta distancia afectiva, las intrusiones inoportunas generalmente modifican la escena o producen una nueva, en este ejemplo, los participantes de la conversación y el propietario del perfil podrían ignorar el comentario inoportuno o producir un nuevo hilo de conversación.</p>
Paso en falso.	<p>“Cuando durante una actuación se introducen hechos que desvirtúan o debilitan la personalidad que el actuante alega tener y que trata de proyectar como parte de la definición de la situación, estos hechos pueden atraer nuestra atención a través de gestos impensados o intrusiones inoportunas.” (p.224)</p>	<p>Cuando algún contacto revela mayor información de la que el propietario del perfil está dispuesto a compartir sucede un palso en falso. La información puede evidenciar aspectos que avergüencen al propietario del perfil o que exponga aspectos más íntimos de la vida del usuario debilitando la impresión que ha intentado mantener a lo largo de su perfil.</p>
Metida de pata (gaffe).	<p>“Cuando un actuante sin pensarlo hace un aporte intencional que destruye la imagen de su propio equipo cuando el actuante compromete la imagen de sí mismo proyectada por el otro</p>	<p>Una metida de pata puede ser evidente cuando el propietario del perfil comparte información que contradice la impresión que mantiene en su perfil.</p>

	equipo hablaremos de “metida de pata”. (p. 224)	
Circunspección.	<p>“Cuando el actuante se prepara para todas las contingencias posibles y explotando las oportunidades que se presentan al escenificar la representación.” (p.233)</p> <p>Goffman explica al menos dos formas de circunspección, la primera consiste en elegir miembros leales y disciplinados, la segunda consiste en que el grupo reconozca el grado de lealtad y disciplina que puede esperar de los miembros en conjunto.</p>	<p>La circunspección puede notarse en la selección de la red de contactos pero también por cómo es llenada la sección de información del perfil.</p> <p>En el primer caso, la selección de la red de contactos supone una práctica de circunspección porque el usuario tiene la posibilidad de elegir directamente quiénes podrán ver la impresión que transmitirá a través del perfil; suele tratarse de un auditorio que está compuesto por gente conocida aunque también por usuarios con quienes se presentará de cierta forma, por ejemplo compañeros de trabajo, colegas, alumnos.</p> <p>La forma en que se ha llenado la sección de información puede interpretarse como una forma de preparación sobre el papel que será representado en el perfil, además sirve para establecer una forma en que debemos dirigirnos al usuario actuante.</p>
Tacto.	“Obrar con tacto significa mostrar un grado adecuado	Es posible identificar tacto del auditorio así como del usuario

	<p>de atención e interés, estar dispuestos a controlar sus propias actuaciones a fin de no introducir demasiadas contradicciones, interrupciones o exigencias de atención; impedir todos los actos y expresiones que puedan conducir a pasos en falso y el deseo de evitar una escena.” (p. 246)</p>	<p>actuante, en el primer caso puede notarse cuando las intervenciones del auditorio en los contenidos del usuario evitan dar información que comprometa la impresión del propietario del perfil. De hecho, los comentarios exaltan y refuerzan la impresión que el usuario intenta transmitir.</p> <p>En el segundo caso, los usuarios suelen responder las intervenciones del auditorio con tacto cuando atienden sus dudas o mantienen una línea temática sin producir contradicciones o confusiones, demostrando así interés y atención a la vez que se evitan escenas disruptivas.</p>
<p>Confianza en el papel que desempeña el individuo.</p>	<p>“El individuo solicita implícitamente a sus observadores que tomen en serio la impresión promovida ante ellos. Se les pide que crean que el sujeto que ven posee en realidad los atributos que aparenta poseer.” (p. 29)</p>	<p>Los usuarios llevan a cabo la solicitud implícita de confianza en el papel que desempeñan a través, por ejemplo, de los datos compartidos en la sección de información del perfil personal. La plataforma permite que los usuarios digan ser algo (profesor, estudiante, investigador, esposo, padre, etc.) que se “corroboran” en los contenidos del perfil, el usuario actuante solicita al auditorio confianza en que su</p>

		actuación es sincera.
Fachada.	<p>“Es la dotación expresiva de tipo corriente empleada intencional o inconscientemente por el individuo durante su actuación” (p.33).</p> <p>La fachada a su vez se compone del medio, apariencia y modales.</p>	<p>La fachada puede ser notoria en las imágenes que los usuarios seleccionen para las fotos de perfil y de portada. Notaremos que en muchas fotografías, los usuarios suelen cuidar la apariencia física, el lugar en el que ha sido tomada la fotografía así como también que se transmita una impresión de alegría o al menos de tranquilidad.</p>
Medio.	<p>“El medio incluye el mobiliario, el decorado, los equipos y otros elementos propios del trasfondo escénico (...) En términos geográficos el medio tiende a permanecer fijo de manera que los que usan un medio determinado como parte de su actuación no pueden comenzar a actuar hasta haber llegado al lugar conveniente y deben terminar su actuación cuando lo abandonan” (p.36)</p>	<p>En aquellas fotos de perfil y de portada donde aparezca el usuario actuante notaremos que su apariencia suele adecuarse a un medio específico. Por ejemplo los casos en que el usuario aparece dentro de un salón de clases, debemos atender el hecho de que el medio ha establecido unos límites en la vestimenta o el arreglo personal.</p>
Apariencia.	<p>“Aquellos estímulos que funcionan en el momento de informarnos acerca del status social del actuante” (p.38)</p>	<p>En muchas de las fotos de perfil y de portada notaremos que los usuarios procuran su apariencia, esto no significa que en las fotografías los usuarios aparezcan arreglados sino</p>

		que suelen mantener una apariencia específica que no contradice la impresión que desean transmitir en el perfil personal.
Modales.	“Estimulos que funcionan en el momento de advertirnos acerca del rol de interacción que el actuante esperará desempeñar en la situación que se avecina” (p.38)	Los modales pueden notarse durante los intercambios textuales que ocurren entre el auditorio y el usuario actuante, observaremos que los usuarios actuantes suelen mantener un rol específico durante el intercambio textual, en ocasiones -por ejemplo- intentando estimular al auditorio a participar y en otras permitiendo que el auditorio establezca un tema para comentar. Notaremos que los modales suelen depender también del papel que desempeña el usuario.
Realización dramática.	“Mientras se encuentra en presencia de otros, por lo general, el individuo dota a su actividad de signos que destacan y pintan hechos confirmativos que de otro modo podrían permanecer inadvertidos y oscuros. Porque si la actividad del individuo ha de llegar a ser significativa para otros, debe movilizarla de manera que exprese <i>durante a</i>	La realización dramática puede observarse en los perfiles cuando los usuarios comparten contenidos que confirman un papel que desempeñan, por ejemplo cuando el usuario actuante comparte fotos de él mismo dando clase o mientras está en un congreso dando una ponencia.  De la misma forma, es posible observar la realización dramática cuando los usuarios nos dan

	<p><i>interacción</i> lo que él desea transmitir. (...) El problema de dramatizar el trabajo propio significa más que el mero hecho de hacer visibles los costos invisibles (...) Así los individuos se enfrentan a menudo con el dilema de expresión <i>versus</i> acción. Aquellos que poseen el tiempo y el talento para realizar bien una tarea pueden no tener, por la misma razón, ni el tiempo ni el talento para mostrar que lo están haciendo bien.” (pp. 42,44, 45)</p>	<p>información específica sobre su carrera académica o profesional, por ejemplo cuando hacen evidente que han estudiado una maestría en tal universidad o que llevan cierto número de años estudiando su doctorado. Esta información compartida es una forma de hacer evidente un esfuerzo personal que suele mantenerse oculto.</p>
<p>Idealización.</p>	<p>“Moldear y modificar una actuación para adecuarla a la comprensión y expectativas de la sociedad en la cual se presenta [...] Así cuando el individuo se presenta ante otros, su actuación tenderá a incorporar y ejemplificar los valores oficialmente acreditados de la sociedad, tanto más, en realidad, de lo que lo hace su conducta general.” (pp. 46,47)</p>	<p>La idealización puede ser observada de forma clara cuando el usuario representa valores a través de los contenidos con los que personaliza su perfil personal. Los contenidos (desde los datos compartidos en la sección de información hasta los comentarios hechos en las fotos de perfil y de portada) pueden entonces idealizar a los usuarios en los papeles que desempeñen.</p> <p>Si el grupo al que pertenece el usuario actuante valora el buen uso</p>

		de las reglas ortográficas es probable que en el perfil del usuario encontremos diversos contenidos donde esto se haga evidente pues esto favorece su posición moral así como la sinceridad con la que desempeña su actuación.
--	--	--

Se notará que en ocasiones un pequeño detalle en la publicación de los contenidos puede pensarse con dos o más categorías conceptuales, por ejemplo a veces un error ortográfico -de un usuario que hace énfasis en su carrera académica- podría considerarse un gesto impensado que al mismo tiempo modifica la fachada del usuario, todo esto produce un cambio en la idealización que el auditorio se haga del usuario actuante. La lectura de los contenidos debió ser contrastada con la mayor cantidad de información disponible en el perfil, de esta manera se pudo identificar más claramente en qué categorías conceptuales cabía uno u otro contenido.

### 3.2 Etnografía conectiva

Como hemos expuesto en los capítulos anteriores, la discusión en torno a las posibles consecuencias sociales del uso de la tecnología se materializan en las perspectivas utópica y distópica que mantienen la creencia de que ésta produce cierto *impacto*. Nuestro proyecto de investigación apunta a que la discusión moralizante de la tecnología nos conduce a un callejón sin salida; el objetivo de esta investigación se dirige al análisis de la tecnología a partir del uso que se le da -en nuestro caso a los perfiles personales-, en el cual se involucran una serie de procesos sociales contingentes (Grint y Woolgar, citados en Hine, 2000: 16) que dan como resultado una práctica en torno a la tecnología.

Nuestra investigación se centra en el nexo que existe entre la vida cotidiana y el uso de Internet, particularmente en la personalización de perfiles personales en servicios de redes sociales. Como hemos mencionado a lo largo del texto, consideramos que la personalización

es producto de una red sociotécnica. Partimos de la idea de que tanto la dimensión online como offline se entretajan en la vida cotidiana del usuario, los perfiles personales revelan prácticas específicas, hábitos de navegación, contexto, experiencia personal, habilidades/capacidades técnicas, etc. Con lo anterior queremos resaltar que los perfiles personalizados permiten observar una red de elementos más extensa.

Hine (2000) ofrece una perspectiva concisa sobre el trabajo etnográfico en Internet al rescatar las ideas de Castells y Strathern, para configurar una etnografía conectiva. Antes de profundizar en esto, tomaremos una definición de etnografía dada por Hammersley y Atkinson (citada por Hine, 2000):

En su forma más característica implica la participación del etnógrafo, sea abierta o encubiertamente, en la vida cotidiana de las personas, durante un periodo prolongado de tiempo, observando lo que sucede, haciendo preguntas -de hecho recopilando cualquier dato que esté disponible para arrojar luz sobre los temas de su investigación (p. 56).

La propuesta de una etnografía virtual multi-situada y dinámica, es decir conectiva, permite acercarse a la enorme y diversa cantidad de *interacciones mediadas* que pueden presentarse, pero también a las prácticas en torno a ellas y al uso de Internet, el significado que le otorga y el lugar que ocupa en la vida cotidiana del usuario. Por otro lado, Hine (2000) explica que esta propuesta permite:

Preservar [...] cierto grado de escepticismo acerca de la existencia 'real' de lugares y categorías. En vez de catalogar las características de la comunicación por Internet, el etnógrafo virtual no se pregunta qué es Internet sino cuándo, dónde y cómo es (p. 78).

Esto significa la superación de la categoría *virtual* que alude a algo que no es *real* al mismo tiempo que deja atrás la distinción online/offline pues esto “nos permitiría jugar un rol que atravesará (creará y sostendrá) las formas en que las conexiones se ensamblan” (Hine, 2000: 78); es desde esta intersección que nos interesa observar la personalización de un perfil.

No podemos negar que existen diferencias entre ambos entornos (online y offline), sin embargo consideramos -de la misma manera que lo hace Hine (2000, p. 78)- que si conseguimos desplazar la atención de los *límites localizados o estáticos* a la noción de *redes y conexiones*, se abre la posibilidad de atender a otros fenómenos que suceden a la par de la personalización de perfiles personales y que no sólo aparecen online sino que acontecen también en lo offline.

Hine (2000, p. 78) considera que la etnografía conectiva vuelca su atención del 'estar ahí' al 'llegar ahí', esto es, la etnografía conectiva busca romper con la noción estática de *espacialidad* de las interacciones y desligarse de las fronteras impuestas por dicotomías tales como *real o virtual, online y offline*. Es así que para los fines de nuestra investigación resulta más factible dejar atrás esa discusión para dar paso al análisis de las prácticas sociales que atraviesan la personalización de perfiles personales llevada a cabo por los usuarios.

Por otra parte, implica asumir que el conocimiento sobre los servicios de redes sociales, los perfiles personales y la personalización es siempre imparcial e incompleto, pues es prácticamente imposible conocer un objeto de investigación de forma holística. Así, la labor etnográfica depende de las necesidades del investigador; como lo explica Hine (2000):

Aceptar una noción multi-situada o conectiva de la etnografía abre muchos caminos diferentes al diseño y conducción de proyectos de investigación. Las alternativas y movimientos pueden lograrse sobre la base de decisiones a veces arbitrarias, que dictan la forma y los límites del objeto etnográfico resultante (p. 79).

Las prácticas sociales son dinámicas, aspirar a conocerlas supone una tarea interminable, aunque esto se lograra no podríamos comprender del todo su complejidad, como lo expresa Silvermann (citado en Hine, 2000: 64) "el fenómeno siempre se escapa". Por lo que la etnografía no se interesa en imponer conceptos aislados o prefigurados como sucede con los métodos cuantitativos, más bien "busca estudiar las culturas en su estado natural, en vez de intervenirlas con técnicas de encuesta o arreglos experimentales" (Hine, 2000: 56). Ante la

imposibilidad de conocer el espectro total del objeto de estudio, la etnografía conectiva pretende estudiarlo de manera parcial y selectiva. La etnografía conectiva funge como una herramienta que permite considerar los elementos que se ensamblan en torno al uso de Internet, las conexiones que se establecen con la vida cotidiana así como la exploración de tales vínculos.

Una de las principales dificultades con la que nos encontramos para realizar este proyecto fue identificar las herramientas teóricas y metodológicas para llevar a cabo una investigación sobre la personalización de perfiles, en parte por ser un campo que -como después veríamos- sigue en construcción y cambia constantemente, ya sea porque aparecen nuevas plataformas dentro de la red, nuevas herramientas, nuevos objetos culturales o nuevas posturas teóricas.

En este sentido, Hine (2000: 55) enfatiza una “crisis” dentro de la etnografía, en primer lugar porque cada vez más se utiliza en diversas disciplinas como la medicina, la psicología y en distintos campos de estudio como las aulas de clase, la vida urbana, la ciencia y tecnología, estudios culturales, entre otros. En segundo lugar porque ha hecho más concretos sus objetos de estudio; así los etnógrafos observan a las personas únicamente desde un rol específico: como estudiantes, pacientes, televidentes, usuarios, etc. Esto ha llevado a que existan extensas y muy variadas formas de etnografía aunque, explica Hine (2000: 55) con un compromiso en común: “Desarrollar una visión profunda de lo social a través de la participación y la observación”. En segundo lugar debido a la crisis epistemológica descrita por Denzin (citado por Hine, 2000: 57) quien observa una “crisis de la representación, la legitimación y la praxis”. Esta triple crisis ataca por todos sus frentes a la investigación cualitativa; así se pone en debate “su pretensión de representar la cultura, o de producir conocimiento auténtico, así como la habilidad de sus defensores para hacer intervenciones de principio basadas en el conocimiento que han adquirido a través de esta metodología” (Hine, 2000: 57).

La validez de la etnografía es criticada debido a la falta de datos cuantitativos precisos y en el caso particular de la etnografía virtual, a la falta de interacción cara a cara con los sujetos

de estudio. Sin embargo, la etnografía no busca representar o capturar *la realidad* cuantificándola como si se tratase de una realidad estática. El trabajo cualitativo en general está sometido a un riguroso análisis auto-crítico y reflexivo que evalúa y se pregunta constantemente por sus técnicas, su objetividad, su validez y otros conceptos que giran alrededor de éste.

Marcus (citado por Hine, 2000) explica que:

Entre sus reconsideraciones [de la etnografía] están la naturaleza de la representación, de la descripción, la subjetividad, la objetividad, e incluso las nociones mismas de "sociedad y 'cultura'". No han quedado ilesos ni los modos de materializar los objetos de estudio ni de organizar los datos para conformar 'lo real' con respecto a lo cual el trabajo se dirigía en el pasado (p. 57).

Es decir, prácticamente todos los soportes epistemológicos que mantenían los métodos y las técnicas son cuestionados y analizados detenidamente. Hine (2000: 58-82) propone analizar tres áreas temáticas que son importantes :

- El rol del viaje y la intervención cara a cara en la etnografía.
- Texto, tecnología y reflexividad.
- La constitución del objeto etnográfico.

La primera área pone en relieve la cuestión del hecho de la aparición del etnógrafo en el campo. Los primeros trabajos etnográficos requerían la presencia del investigador en un lugar, casi siempre alejado, para que pudiera interactuar con los informantes. Implícitamente se equipara a las descripciones etnográficas como narrativas o relatos que se sustentan únicamente en la experiencia del investigador. Como textos que poseen un carácter científico que les da la validez para ser creíbles, transparentes y fieles a la realidad. De acuerdo con análisis hecho por Hine (2000: 59), la autoridad del etnógrafo solía sostenerse en cuatro hechos fundamentales: viajar al campo de estudio, la experiencia, la interacción y el regreso a casa. El primero consiste en el desplazamiento físico al lugar donde se encuentran los

informantes. El desplazamiento físico permite un acercamiento presencial al campo para observarlo y registrarlo directamente así como para interactuar con los informantes cara a cara, evitando enfrentarse con la versión que un tercero pudiera proporcionarle acerca de los mismos.

La segunda área alude al producto de la inmersión parcial en el campo, esto es el relato producido por el etnógrafo a través de sus observaciones durante el período en el que estuvo ahí. La experiencia del etnógrafo se enriquece una vez que se ha estado en el campo y logra contextualizar al lector a través de las descripciones y observaciones que haya analizado; en palabras de Wolf, citado en el texto de Hine (2000: 61): “No es que la experiencia del trabajo de campo tenga un poder misterioso, pero sin ella la etnografía no encontraría el contexto -los olores, sonidos, signos, tensiones emocionales, etc.- de la cultura, que intenta evocar en el texto escrito”. La tercera se refiere a la participación que el etnógrafo mantenga en el campo, con los informantes, evitando así, ser un mero espectador. El retorno a casa representa la posibilidad de hacer legibles las experiencias de ese contexto “extraño” al que se acudía a investigar un determinado aspecto.

La tercera área describe que la legitimidad del trabajo etnográfico también se basa en la interacción que el etnógrafo establezca con los participantes de su investigación, lo que hace más valiosa su inmersión ya que no sólo registrará una descripción detallada del lugar donde pasó un lapso de tiempo, sino que, también albergará hechos inesperados que forman parte del flujo cotidiano del contexto. El etnógrafo se situará en un contexto, al que puede o no pertenecer y al que tendrá que analizar, lo que significa una inmersión parcial que le permita observar y simultáneamente ser partícipe de la vida cotidiana de los informantes, esto a su vez, le dará la posibilidad de ser sensible ante detalles fortuitos que pueden dar un giro inesperado a la investigación. Estos hechos concedían al relato etnográfico cierta veracidad puesto que lo que se reflejaba ahí era su experiencia a profundidad de un grupo y un entorno.

La legitimidad de la etnografía virtual está, prácticamente, en función de las mismas condiciones que la etnografía tradicional aunque incorpora algunas variaciones. En primer

lugar, abre la posibilidad de repensar la presencia física en un determinado espacio para llevar a cabo una investigación de corte etnográfico. Esta variante de la etnografía, pone en duda el valor de “estar ahí” y se muestra desinteresada en cuestionar la autenticidad de la información proporcionada por los informantes. Es decir, con la llegada de Internet, es posible que el investigador se mantenga presente y en contacto sin necesidad de salir de casa o de su cubículo, no le impide presenciar ciertos aspectos de lo que sucede cuando las personas utilizan Internet, además, de esta manera puede acercarse a sus informantes haciendo uso de los diversos recursos que Internet ofrece. “Estar ahí”, en el campo supone una tensión teórica pues trae la pregunta de dónde está el campo y cómo se distingue cuando se está en él.

Que el etnógrafo utilice esos recursos le permite observar lo que le interesa investigar mientras sucede en su *estado natural* -condición muy similar a la que se suscita en el campo de investigación de la etnografía tradicional- y al mismo tiempo, lo coloca en una posición simétrica ya que “utiliza los mismos recursos y medios de comunicación que ellos” (Hine, 2000: 64). Estas consideraciones permiten abrir el panorama y observar la interacción mediada y los elementos con los que se constituye a partir de una experiencia similar a la de los informantes. Así, si los usuarios utilizan grupos de noticias, blogs, etc. el etnógrafo también entrará en esa dinámica -parcialmente- y observará páginas web, grupos de noticias, blogs, información proporcionada por los buscadores, dominios multi-usuario, publicidad, servicios de redes sociales entre otros elementos que se entrelazan y que adquieren sentido cuando se utiliza Internet, de esta manera el etnógrafo mantiene cierta cercanía y simetría con sus informantes obteniendo así un mayor número de elementos que le permitan conocer el contexto y las prácticas del usuario.

Más que preguntarse qué es Internet o averiguar sus límites, la etnografía virtual profundiza en los recursos que ofrece Internet para acercarse a descubrir la interpretación y reinterpretación que hacen las personas cuando lo utilizan.

Es importante ir dilucidando estas cuestiones cuando se habla de “estar ahí” pues es este hecho el que confiere cierto poder al etnógrafo a la hora de relatar sus descripciones e

interpretaciones al lector. Esta cuestión se hace más relevante cuando leemos que Hine (2000: 62) afirma que “el etnógrafo no es solamente un viajero o un observador desvinculado sino que, hasta cierto punto, es un participante que comparte las preocupaciones, emociones y compromisos de los sujetos de investigación”.

La labor etnográfica virtual cuida las formas de aproximarse a sus informantes, se debe evaluar detenidamente las ventajas y desventajas de encontrarse con los usuarios/informantes. Al respecto, Hine (2000: 64) considera que el etnógrafo debe ser cauteloso en el momento de decidir un encuentro, porque podría ser tomado por la academia de dos formas distintas: como una triangulación que avale la veracidad de sus hallazgos, dicha triangulación permite el contraste de la información que el etnógrafo haya registrado mediante sus observaciones en la dimensión online con las que pudiese identificar de la dimensión offline. En contraste, la triangulación podría poner en duda sus hallazgos mediante la inmersión en la dimensión online de su estudio. Esta paradoja es interesante porque nos permite pensar que la etnografía virtual evita centrarse únicamente en la dimensión online apareciendo como un método flexible que permite observar su objeto de estudio desde diversas perspectivas. Como veremos, el investigador está sumergido en una constante valoración de su labor reflexionando su rol como observador y como participante.

Como hemos mencionado, la etnografía virtual no está interesada en representar una realidad *real*, más bien, en considerar el contexto en el que se produce el fenómeno que investiga. Thompson (citado por Hine, 2000: 67) propone un ejercicio interpretativo que contemple, además de los textos y sus contenidos, las prácticas de escritura y lectura que dan sentido a dichos textos. En el entorno que observamos, es importante no sólo identificar las formas en que se generan, encuentran y seleccionan los contenidos que terminan por aparecer en un perfil sino también el sentido que tienen cuando se establecen las formas en que se conectan con otras actividades cotidianas del usuario. Esto último implica considerar y aceptar las múltiples lecturas e interpretaciones que puede tener el texto etnográfico.

En esta dinámica, el etnógrafo parece tener que recurrir constantemente a observarse a sí mismo: lo que observa, lo que distingue, las intuiciones que le llevan a preguntar más por

una cosa o por otra. Hine (2000:71) explica que: “si el conocimiento se interpreta como una construcción social, la etnografía es la que menos posibilidades tiene de ser la excepción, pues la validación de sus aseveraciones, en tanto representación “real” de la realidad, se torna ‘sospechosa’”. Para superar esto, Hine propone tres estrategias puntuales; La primera es retirar los privilegios a las descripciones hechas por el etnógrafo y rehabilitar la comprensión que tienen los propios participantes de su cultura; la segunda propone a la etnografía como un ejercicio de auto-descubrimiento en el que la reflexividad puede jugar un papel estratégico de desarrollo de la autoconciencia; y la tercera propuesta consiste en una “corrección epistemológica” que admite la naturaleza construida de las descripciones hechas por el investigador.

La última estrategia propuesta por Hine puede tener un paralelo en teoría literaria con lo que Asensi (2007) llama textos atéticos, para el autor es relevante que el crítico literario revele su propia postura ideológica desde la cual se genera un texto, esto con el fin de poner en crisis la posibilidad de deformar-modelar la realidad fenoménica en una ideología y los efectos que tenga esto en la realidad. Si bien su propuesta contempla específicamente la crítica literaria, podemos considerarla útil cuando admitimos la naturaleza construida de las descripciones hechas por el investigador, el investigador debe explorar y evidenciar también sus propios supuestos epistemológicos desde los cuales observa y produce una descripción etnográfica.

De acuerdo con Hine (2000: 61) la validez del estudio etnográfico se encuentra sujeta a diversos aspectos por los que el etnógrafo debe responsabilizarse y comprometerse para mantener su *autoridad etnográfica*, en el sentido de que él es quien ha tenido la experiencia de estar en el campo, lo que le permite interpretar el objeto de estudio, Hine afirma que tal autoridad etnográfica no es transferible. El etnógrafo, al observar su objeto de estudio mantiene un nivel de análisis que le permite ser sensible ante la información que va obteniendo, por su parte, los informantes, aunque se encuentran en el campo mantienen una perspectiva distinta a la del etnógrafo por lo que, en palabras de Hine (2000: 61), el investigador se encuentra “solo en el espacio analítico”. La interpretación del etnógrafo

tendrá que cubrir ciertos criterios para que los informantes y los lectores puedan adquirir la información necesaria para comprender el objeto de su investigación, sin olvidar que también tendrá que cubrir los requisitos que la academia dicta para evaluar la autenticidad de su trabajo.

Hine (2000: 80) afirma que “la etnografía virtual funciona como un módulo que problematiza el uso de Internet (...) el universo WWW adquiere sensibilidad en su uso”. Y para llevar a cabo la comprensión del uso de Internet es imprescindible reconocerlo como un elemento más de la vida cotidiana que está interconectado con el contexto desde el cual lo utilizamos, que posee prácticas específicas. No se trata únicamente de un *espacio* y de lo que los usuarios hacen con ellos: una página web, un perfil, un blog sino de observar también la forma en que la vida diaria de los usuarios se modifica con el uso de Internet, la etnografía virtual permite al investigador observar esta transformación desde el medio en el que se genera y registra: Internet.

Como hemos dicho anteriormente, es técnica y prácticamente imposible realizar un estudio etnográfico de manera holística puesto que existen diversos fenómenos que ocurren como para poder mantenerse consciente de todos. Aunado a esto, Internet cambia constantemente y no posee límites espaciales establecidos, Internet estrictamente *está* en los servidores del mundo que contienen las páginas web o que alojan las plataformas que utilizamos en la red pero también podemos considerar que *está* en todas las terminales desde las cuales accedemos a él: smartphones, laptops; al mismo tiempo pensemos que cualquier objeto puede -de un momento a otro- aparecer en Internet y formar parte de esa red informática. Internet también *está* cuando nuestras conversaciones cotidianas se ocupan de hablar de los memes que hemos visto, de los videos virales que nos han entretenido últimamente, etc. El constante cambio de Internet representa un reto para los investigadores pues los objetos de investigación no se centran únicamente en el carácter técnico de Internet sino en una mezcla de prácticas, hábitos así como sus aspectos sociales, culturales, etc.

### **3.3 La selección de perfiles y el acercamiento con los usuarios**

Para llevar a cabo nuestra investigación fue necesario seleccionar perfiles personales activos para analizarlos y consideramos la posibilidad de trabajar con el grupo en Facebook Etnografía digital. Como miembros del grupo de Etnografía digital hemos participado y observado algunas dinámicas que ocurren ahí por ejemplo el intercambio de textos académicos, de fuentes de información, preguntas y debates sobre algunas publicaciones, etcétera.

Trabajar con un grupo en Facebook supone también mantener contacto con el administrador del mismo, en nuestro caso Edgar Gómez Cruz, quien suele moderar y estimular la participación de los usuarios, mantuvo en general una disposición para atender nuestras preguntas e inquietudes a través de mensajes privados. Nuestra participación en el grupo permitió que durante una visita que Edgar Gómez Cruz hizo a la Universidad De Las Américas Puebla (UDLAP), pudiéramos conversar con él más a fondo sobre lo que observábamos del grupo así como los objetivos que él tiene sobre el mismo. Hasta el día 13 de mayo del 2015, el grupo estaba conformado por 660 usuarios sin embargo, es una minoría la que participa activamente.

El hecho de haber decidido trabajar con el grupo de Etnografía digital no significó que tuviéramos claro con qué usuarios trabajaríamos y qué características debían tener sus perfiles para analizarlos. Decidimos en principio utilizar un directorio propuesto y creado por Edgar Gómez Cruz, la dinámica del directorio es compartir información voluntariamente para la creación de vínculos académicos posteriores, el directorio es público y se encuentra disponible en Google Docs para cualquier persona interesada en el tema.

Utilizar el directorio para seleccionar los perfiles nos proporcionaría mayor información de los usuarios ya que ésta se encontraba en el formato del directorio (nombre, proyectos presentes o pasados, la universidad en la que el usuario trabaje o estudie, el país donde se encuentra,

una página web o blog y un correo electrónico), toda esta información nos permitiría realizar un análisis más profundo de los perfiles de los usuarios, sin embargo al consultarlo con Edgar Gómez Cruz nos explicó que el directorio no tenía esa finalidad, nos propuso que pusieramos un aviso en el grupo para ver quién se animaba a participar.

Finalmente optamos por identificar usuarios que participaran regularmente, esto nos aseguraba de cierta forma más posibilidades en que los usuarios aceptaran colaborar con nosotros. Decidimos utilizar el directorio hecho por Edgar Gómez Cruz como una simple guía para ubicar posibles participantes sin utilizar la información que compartieron en el mismo, por otra parte invitamos a los miembros del grupo en general a participar en nuestra investigación. Para lograr esto, decidimos hacerlo mediante dos vías: La primera fue -como hemos mencionado- publicar un post en el muro del grupo invitando a los miembros a participar en nuestra investigación.



*Ilustración 12: Primer mensaje compartido públicamente para invitar a los miembros a colaborar en nuestra investigación.*

La segunda fue enviar mensajes privados a algunos usuarios invitándoles a participar en nuestro proyecto, esto suponía una breve explicación donde se expusieran de forma clara y concisa nuestros objetivos así como resolver las dudas que los usuarios tuvieran. Algunos

usuarios aceptaron y otros no respondieron, por lo que trabajamos únicamente con los perfiles de aquellos que nos dieron su consentimiento.



*Ilustración 13: Mensaje privado para pedir la autorización de las capturas de su perfil.*

En los primeros mensajes que enviamos los usuarios nos pidieron información que hasta ese momento no habíamos considerado, por ejemplo si las capturas iban a ser presentadas, si su nombre podía ser censurado, si tenían que formar parte de nuestra red de contactos y qué partes en específico utilizaríamos, a partir de estas preguntas nuestra experiencia se enriqueció y nos permitió redactar un mensaje más claro donde se detallaban tales asuntos.

Solicitar el permiso a los usuarios sobre si podíamos tomar capturas de pantalla de sus perfiles personales supone una forma de negociación horizontal donde implícitamente se está problematizando lo público y lo privado, así como una labor ética por parte de nosotros como observadores e investigadores. Tal y como explican Estalella y Ardèvol (2007: 5) es

importante procurar que las acciones del investigador no perjudiquen a quienes colaboran con el estudio, por otra parte supone que los participantes estén informados y sean conscientes de que colaboran en un proyecto de investigación. Dicho conocimiento informado “debe entenderse como un pacto que se consigue a través de la relación que el etnógrafo mantiene con aquellos a quienes trata de comprender” (Estalella y Ardèvol, 2007: 6). Ese pacto supone respetar plenamente las decisiones, en este caso, de los usuarios por ejemplo con que no aparezcan sus nombres en las capturas, que se utilicen seudónimos para citarlos o cuando deciden no participar en la investigación.

Estalella y Ardèvol (2007) plantean que las decisiones éticas del investigador sobre qué información requiere el permiso del usuario está sostenida sobre las “expectativas de privacidad” que tienen los usuarios. Esto significa que es probable que en muchos casos, el investigador como observador externo, no comprenda plenamente que la información o las opiniones compartidas en foros, salas de chat o grupos en Facebook sean consideradas por los usuarios privadas. En nuestro caso, parecía sencillo pensar que los perfiles personales pueden considerarse “públicos” puesto que están a la vista de cualquier usuario sin embargo, ya que llevaríamos a cabo un proceso de almacenamiento de información resultaba importante solicitar la aprobación de los usuarios dueños de los perfiles. Las respuestas a las invitaciones enviadas por mensajes privados nos mostró que, en efecto, cada usuario tenía ciertas preocupaciones sobre qué haríamos con dichas capturas, cómo las utilizaríamos, qué partes del perfil capturaríamos, etcétera. Es decir, encontramos que la información de estos perfiles que pueden considerarse “públicos” son en realidad bastante personales y a los usuarios les preocupa qué uso pueda darles el investigador, en la mayoría de los casos los usuarios parecieron no sentirse invadidos ni molestos aunque también hubo algunos casos donde los usuarios buscaban una forma de mantener su identidad protegida. Enfrentarnos a este hecho significó identificar y conciliar una forma junto con los usuarios donde su información estuviera a salvo a la vez que nosotros podríamos llevar a cabo nuestro estudio.

En este sentido “lo público y lo privado no son categorías absolutas que podamos determinar “a priori” en relación a las interacciones de Internet, son contextuales y dependen de la negociación que cada colectivo lleve a cabo” (Estalella y Ardèvol, 2007: 10). Por otra parte,

tal y como señalan Estallela y Ardèvol (2007): el comportamiento ético es un proceso que resulta de una negociación horizontal entre las dos partes -el investigador y el informante-. No se trata del resultado de una relación jerárquica. Por otra parte, es importante notar que “los problemas éticos requieren soluciones situadas” (Estallela y Ardèvol, 2007: 12).

Así, la selección de perfiles personales dependió de la decisión y consentimiento de los usuarios de participar y colaborar permitiéndonos tomar capturas de pantalla de algunas secciones de sus perfiles personales. La selección de usuarios se conformó por hombres (12) y mujeres (8) en su mayoría jóvenes y adultos, que estudian o estudiaron diversas carreras profesionales como psicología, comunicación, pedagogía, diseño gráfico, danza contemporánea, entre otras y que tienen cierta inquietud por el estudio de Internet.

En este grupo se encuentran usuarios de varios estados de México y diversos lugares del mundo como Centroamérica, Suramérica y Europa, lo que nos permite tener cierto contacto con perspectivas similares y ajenas a nuestro contexto y por lo tanto una visión ligeramente más amplia de lo que lograríamos homogeneizando la muestra. Dentro de este grupo se encuentran investigadores destacados en el ámbito de la etnografía digital, la antropología visual y la ética en Internet y algunos de sus textos fueron utilizados para el desarrollo de nuestra investigación.

La razón de esto es que consideramos que a futuro puede llevarse a cabo una retroalimentación con los investigadores miembros del grupo Etnografía digital, dicha retroalimentación posiciona a los usuarios en dos dimensiones: una como usuarios que utilizan cotidianamente un servicio de red social, en este caso Facebook, pero también como investigadores que problematizan el uso de Internet desde diversas disciplinas. Esta segunda dimensión puede resultar en otros proyectos de investigación o en discusiones donde los investigadores enriquezcan el trabajo que realizamos.

### **3.4 Aspectos técnicos del proyecto de investigación**

El trabajo técnico consistió en tomar capturas de pantalla de la biografía del perfil, la sección de información y las fotos de perfil y de portada. En caso de que una foto de perfil o portada tuviera más comentarios de los que pudieran caber en la captura, se tomaban capturas extra de aquellos que no cupieran y se anexarían a una tabla de análisis. por otra parte nos permitió observar los intercambios que tenían los usuarios con sus redes de contactos.

Las capturas se hicieron de toda la pantalla y no sólo de la ventana del navegador de Internet, esto supone mostrar también parte de las herramientas con las que trabaja el investigador.

Es importante mencionar que en una de las computadoras con sistema operativo Windows 8 se requirió instalar Greenshot, un software adicional para tomar las capturas. Los archivos de imagen que se obtuvieron fueron nombrados con la fecha y la hora en que se hizo la captura. Estos archivos fueron organizados en carpetas para cada usuario como se observa en la siguiente ilustración:

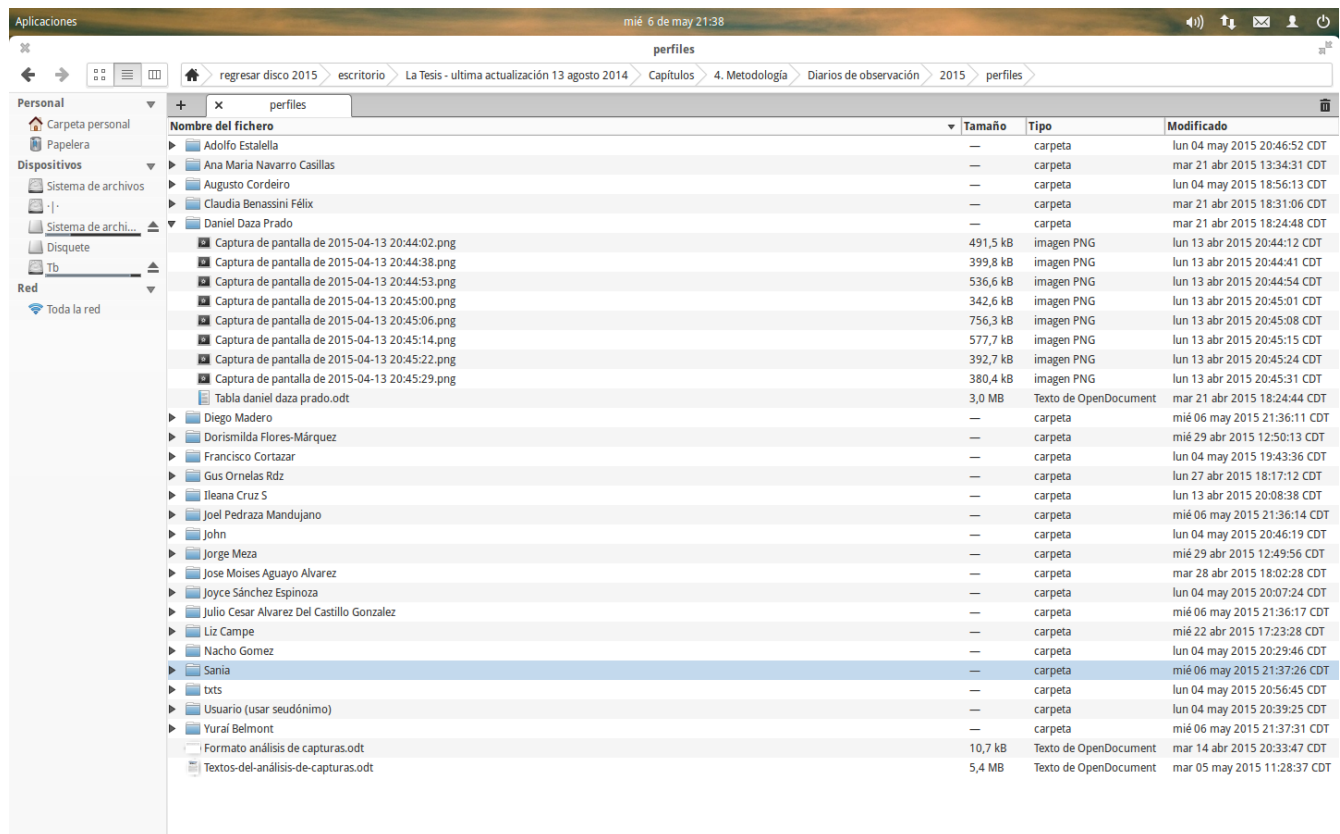
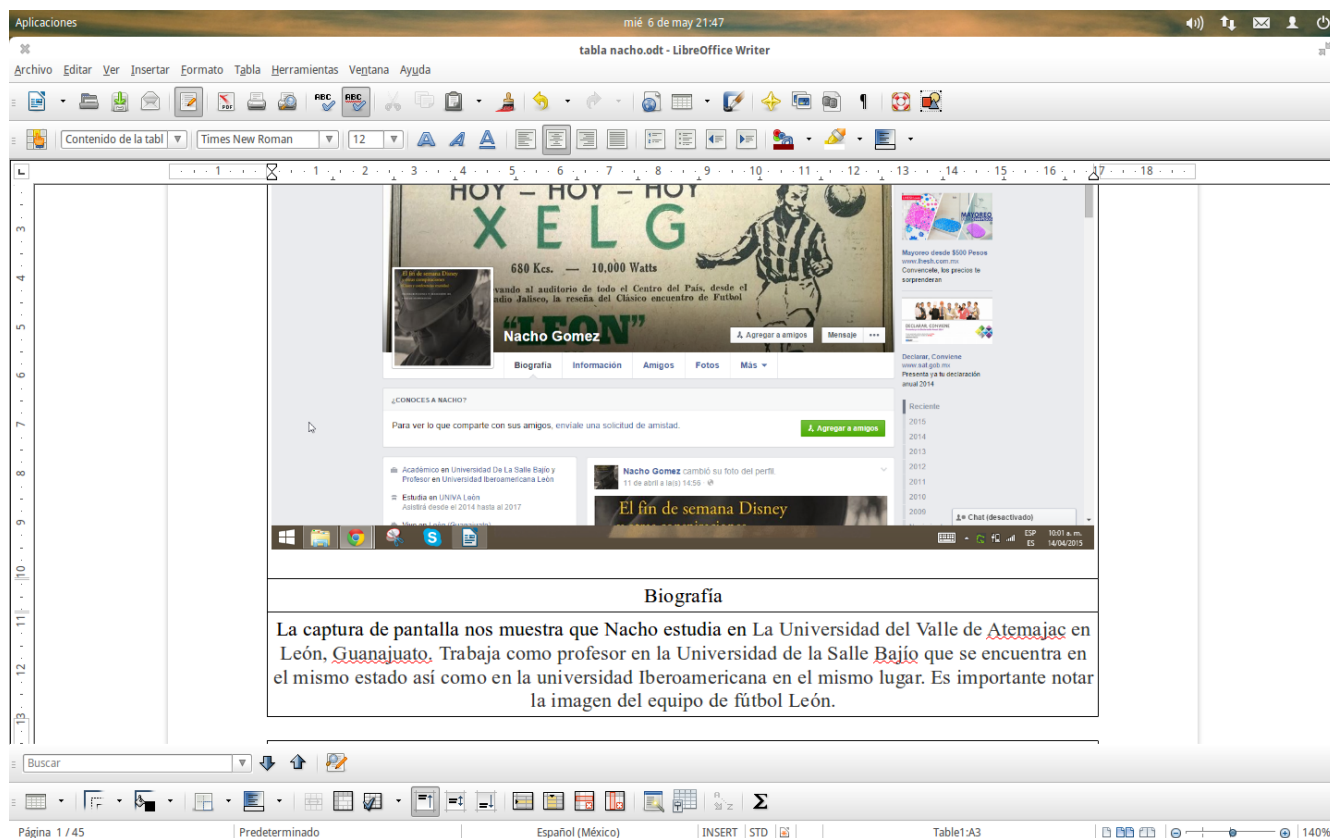


Ilustración 114: Imagen donde se observan los subdirectorios con las carpetas hechas para cada

La tabla utilizada para el análisis de las capturas de pantalla debía incluir tres espacios: uno para la captura(s) de las partes del perfil, otra donde se mencionara la parte del perfil donde se encontró dicha información y una sección más donde se hiciera un breve análisis de la captura.



*Ilustración 15: En la imagen se observa la estructura de la tabla utilizada para el análisis de las*

Esto nos permitió observar las imágenes individualmente, al final de cada documento se redactó un texto breve donde se exponen las características más notables así como las categorías conceptuales que fueron identificadas en la personalización del perfil personal observado.

## Capítulo 4. Discusión y resultados

### Resumen

En el presente capítulo se expondrá una discusión de los resultados del análisis que se realizó a los perfiles personales de los miembros del grupo de Etnografía digital en Facebook así como lo encontrado en cada perfil.

El capítulo está organizado de la siguiente manera: En la primera parte se encuentra un texto donde se abordan elementos teóricos en función de lo encontrado en el análisis de los perfiles personales. La siguiente sección muestra las capturas de pantalla de la primera sección de la biografía de cada usuario seguidas de un texto donde se exponen las características más relevantes de las estrategias de personalización del perfil de cada usuario.

## 4.1 Discusión de resultados

Los servicios de redes sociales pueden adscribirse a lo que Gergen (2006, p. 80) identifica como tecnologías de alto nivel, como tales permiten acercarnos a lugares y personas que no están presentes físicamente en nuestro entorno social; como hemos explicado en el capítulo dos, este avance tecnológico supone un cambio histórico así como a los discursos que son utilizados para hablar del yo. Facebook, como servicio de red social, puede considerarse también una tecnología de saturación social enmarcada en lo que Gergen describe como posmodernidad; en Facebook los usuarios tienen la posibilidad de consumir nuevas pautas de comportamiento así como nuevas imágenes que se transmiten a través de las pantallas desde donde se conectan los usuarios, los usuarios pueden ser consumidos también y convertirse en productores-transmisores de nuevos contenidos; la saturación social puede ocurrir entonces en los dos sentidos.

Con los servicios de redes sociales se confirma que vivimos al alcance constante del otro, de aquí que se desarrolle un cuidado por la forma en que nos presentamos en nuestro perfil personal, en la posmodernidad -tal como ha sido descrita por Gergen- podemos situar a la personalización de los perfiles personales como un proceso de suma importancia pues supone una forma en que se hace evidente cómo está configurado y descrito nuestro propio yo.

Esta descripción que se hace de sí mismo en el perfil personal muestra los diversos discursos que son utilizados por los usuarios para referirse a quiénes son, así como el pastiche que los usuarios construyen con toda la información a la que tienen acceso en Internet; los perfiles personales pueden pensarse como objetos que reflejan el espíritu de la época posmoderna puesto que éstos registran -a veces sin que los usuarios tengan la intención- cambios culturales, tecnológicos, artísticos, políticos y sociales. Los perfiles tienen además una peculiaridad, nos dejan ver que el discurso que los usuarios utilizan para hablar del yo se constituye tanto de la visión posmoderna, moderna y romántica; en los perfiles se encuentran contenidos que aluden al mundo interior, a las emociones, a la reflexión, incluso a

la espiritualidad experimentada por los usuarios, al mismo tiempo dichos contenidos pueden entretenerse con otros donde se haga énfasis en la razón, el desarrollo científico y tecnológico, la racionalidad, el conocimiento; encontramos así perfiles donde hay un collage de posturas discursivas donde se discute el valor de las emociones hasta los cambios que tienen -por ejemplo- algunos servicios de redes sociales. Esta mezcla carente de estabilidad y congruencia es muestra de la presencia de la posmodernidad, descrita por Gergen, en los contenidos de los perfiles personales.

Los servicios de redes sociales posibilitan muchos de los fenómenos descritos por Gergen como la saturación social, la colonización del yo y el estado multifrénico; notaremos que gracias a los perfiles personales el contacto con otros es distinto tanto en su frecuencia como en su duración en comparación con las visiones romántica y moderna. Los usuarios pueden experimentar una multiplicación de las relaciones ya que las interacciones no dependen de la presencia física de los otros, podemos hacernos presentes al otro a través de un like o un comentario y podemos hacerlo en lugares tanto públicos como privados por ejemplo, en un restaurante, dentro de un avión a mitad del océano Atlántico o mientras estamos acostados en nuestras recámaras. La intensidad del contacto con los otros puede además ser mucho más veloz, el intercambio textual o audiovisual que podamos tener con otros usuarios puede ocurrir de un momento a otro y de la misma forma terminar sin ningún problema.

Este hecho puede explicar –al menos de forma parcial- por qué algunos usuarios suelen compartir mucho más información en sus perfiles durante un periodo de tiempo y de momento abandonar por completo la personalización de los mismos. Los usuarios pueden desarrollar entonces un sentimiento de afinidad y correspondencia no sólo con otros usuarios sino con su misma red de contactos en menor tiempo.

Tal y como lo explica Gergen (2006, p. 107) las tecnologías de saturación permiten que los usuarios incorporen constantemente nueva información del medio, un medio que se configura con objetos y personas que no necesariamente *están aquí*. El saber social de los usuarios se amplía puesto que pueden incluir nuevas formas de ser, de pensar, de comportarse así como nuevos signos sociales que -aparentemente- los distinguen de otros.

Los servicios de redes sociales no son, evidentemente, la única fuente de toda esta información puesto que hay individuos que siguen leyendo el periódico, viendo la televisión; pero consideremos la sección de “últimas noticias” o newsfeed de Facebook como una fuente a través de la cual puede ocurrir la colonización del yo descrita por Gergen; a través de esta sección los usuarios pueden añadir nuevas voces a las que habitan ya en sí mismos.

Hasta aquí es posible identificar que la propuesta de Gergen puede actualizarse y repensarse en función de las condiciones sociales en las que vivimos; la lectura del análisis realizado sobre la personalización de los perfiles personales debe siempre tener como marco de referencia los cambios tecnológicos, discursivos y sociales descritos por Gergen puesto que, estamos atendiendo una forma de expresión del yo que puede ser transmitida a una red de contactos seleccionada por el usuario y a una audiencia anónima que forma parte de Internet.

Analizar la personalización de un perfil en cualquier servicio de red social implica en buena medida atender tanto las características técnicas de cualquier contenido publicado en el perfil así como la información extra que es agregada por otros usuarios, esto constituye la red sociotécnica que surge de una publicación. Esta red nos permite notar además del uso de herramientas y dispositivos, una práctica alrededor de los contenidos donde los usuarios participan e intercambian más información entre ellos.

Las capturas de pantalla realizadas para llevar a cabo el análisis de los perfiles muestran textos multimodales donde se observan los contenidos compartidos por los usuarios así como la forma en que éstos se complejizan con las intervenciones de otros; los likes, etiquetas, comentarios, enlaces, etc. son formas en que un contenido puede ser complementado. Como veremos, en algunos casos estas intervenciones resultan ser una fuente importante de información, de referencias y datos extras que no se encuentran en las publicaciones originales; por otra parte dichas intervenciones son muestra de que los perfiles personales, al permitir el intercambio de contenidos con otros, multiplican las relaciones de los usuarios.

Los perfiles personales, como hemos dicho, suelen registrar diversos cambios tecnológicos y culturales a veces sin que el usuario se lo proponga; dichos cambios pueden observarse en los contenidos compartidos por los usuarios. El uso de filtros exclusivos de Instagram o Retrica, el cambio en la resolución de las fotos debido a la aparición de smartphones con cámaras con más megapíxeles son registro de la aparición de dichas herramientas tecnológicas y culturales. Esto convierte a los perfiles personales -a través de las capturas de pantalla- en documentos históricos donde se observa cómo son utilizadas dichas herramientas por los usuarios.

Por otra parte los perfiles personales registran -principalmente en la producción de imágenes- las habilidades técnicas adquiridas por los usuarios, notaremos que las primeras fotografías son, por ejemplo en cuanto a su composición, mucho más sencillas que las compartidas recientemente. En las últimas fotografías compartidas por los usuarios se observa una exploración técnica con las cámaras: se utiliza la doble exposición, el uso de filtros, la larga exposición, formas de encuadrar un objeto, etc.; esto supone el registro en el perfil personal de una forma de observar el medio que rodea a los usuarios y de cómo capturarlo con la cámara. En este sentido, el uso de la cámara fotográfica (ya sea la de un smartphone o de una cámara análoga) aunado al de los perfiles personales en los servicios de redes sociales, como tecnologías de saturación, posibilitan la producción y distribución de nuevas imágenes que terminan por incorporarse al discurso del yo.

La observación de cada perfil personal permitió identificar las tendencias temáticas que cada usuario utiliza para presentarse ante los demás, dichas tendencias son importantes si consideramos que revelan un discurso del yo que se materializa en los contenidos compartidos por cada usuario. En algunos casos es más evidente que los usuarios intentan hacer énfasis en un único aspecto de sí mismos idealizando su propia imagen y presentándola como su yo, en otros casos se observa que los temas propuestos por los usuarios en los contenidos para hablar de sí mismos son variados y cambiantes.

En los dos casos los perfiles personales tienen el efecto de organizar y mantener una cierta

estabilidad en la forma en que los usuarios se presentan, de antemano sabemos que el yo no tiene una única faceta sino que está compuesto de diversos pliegues y voces que no siempre están organizados pero los perfiles personales, con su organización longitudinal, mantienen una imagen del yo cohesionada y organizada. Así, mientras más contenidos se registren en los perfiles personales se acentúa la sensación de que aquello que se ve en el perfil es uno mismo.

Los contenidos donde los usuarios hablan de sí mismos en los perfiles son indicio de que existen unos criterios que dirigen la selección de contenidos que son compartidos en sus perfiles, esto es diferente para cada usuario puesto que cada uno tiene diferentes formas de hablar de sí mismo. Notaremos que en los casos donde los usuarios intentan hacer evidente únicamente aspectos de su vida profesional los contenidos buscarán mostrar por ejemplo, el valor que tiene el trabajo en el desarrollo personal; los perfiles personales muestran implícitamente una valoración sobre lo que puede o no ser compartido en un servicio de red social a la vez que hacen evidentes los conceptos del yo que son utilizados por los usuarios.

Uno de los principales objetivos de esta investigación es hacer notar que la división offline y online es poco productiva puesto que las dos categorías están -de hecho- mezcladas, las diversas formas en que los usuarios hablan de sí mismos en los servicios de redes sociales son un intento de establecer enlaces entre lo que viven cotidianamente (lo offline) y sus perfiles personales (lo online). En el caso de la muestra con la que se ha trabajado, los contenidos relacionados a actividades profesionales y académicas representan precisamente este enlace entre las dos categorías, de la misma forma los contenidos donde se retratan las calles de las ciudades donde viven los usuarios son muestra de enlaces entre lo “real” y lo “virtual”.

Como se ha mencionado en otras partes de este trabajo, el uso cotidiano de servicios de redes sociales involucra la adquisición de habilidades y conocimientos técnicos pero también de estrategias personales para la selección de información que circule en un perfil personal, se requiere de cierta regulación por parte del propietario para lograr transmitir una impresión adecuada. El estudio de Silfverberg et. al. (2011) da origen al concepto “trabajo de perfil” que

se refiere a las estrategias seleccionadas por los usuarios intencionalmente para controlar la información que circula en las listas de música reproducida y registrada en su perfil de Last.fm, es así que el “trabajo de perfil” constituye un antecedente de lo que denominamos estrategias de personalización. Cuando los usuarios controlan la información que será transmitida en sus perfiles personales se identifica a esta práctica intencional como estrategia de personalización.

Los usuarios desarrollan estrategias que les permitan identificar la clase de contenidos que son necesarios para presentarse ante su auditorio y bajo sus criterios evaluarán si es conveniente compartir por ejemplo aspectos más íntimos de su vida cotidiana u omitirlos; así que para transmitir determinada impresión los usuarios podrán sentirse libres de utilizar fotografías en las que se les ve acompañado por su familia o pareja o por el contrario, si desean mantener una impresión centrada en aspectos menos íntimos pueden compartir información sobre su carrera profesional o académica. La personalización de perfiles personales otorga a los usuarios la oportunidad de presentarse por medio de contenidos con los que se identifiquen y con los que muestren sus gustos, intereses y preferencias lo que a su vez, les permitirá transmitir a su auditorio ciertas pautas de interacción.

Hasta aquí hemos abordado la personalización como un fenómeno que permite al usuario un encuentro con su auditorio partiendo de la selección de contenidos, sin embargo el concepto personalización desde la perspectiva filosófica y sociológica de Baudrillard pone en tensión términos como identidad y diferencia. Baudrillard (1970, p. 94) sitúa a la sociedad de consumo como el escenario más factible para la aparición de contradicciones y considera que una de ellas es la personalización. De acuerdo con el autor esta búsqueda desesperada de la identidad no hace más que sumergir a la persona en un anonimato más profundo, Baudrillard se refiere únicamente a la personalización en un ámbito social donde la interacción se produce cara a cara, sin embargo desde nuestra perspectiva, la anulación de las diferencias también sucede en un entorno digital como Facebook.

Recordemos que Facebook es una corporación que se encuentra dentro de un sistema de consumo que forzosamente orilla a la homogeneización, desde nuestra perspectiva se

homogeneiza la experiencia del usuario quien se encuentra frente a un formato que tiene que llenar con información que -Facebook recomienda- sea verídica para otorgarle un servicio mejor y personalizado pero que finalmente encapsula a un gran número de usuarios por medio de categorías (como el género, el lugar donde vive, edad, etc.) que terminan por delimitar publicidad específica para este sector de usuarios.

Otra manera en que se anulan las diferencias entre un usuario y otro es cuando Facebook marca las reglas a las que cada uno tendrá que atenerse para formar parte de su red, este reglamento invita a compartir información verídica, evitar el uso de apodos, evitar el uso de imágenes pornográficas y desnudos, identificarse como hombre o mujer, entre otras normas. Una de las condiciones en las que se exalta la homogeneización es aquella en la que el usuario acepta que su nombre y foto de perfil sean utilizados por páginas con contenidos comerciales o patrocinadores, de esta manera la identidad del usuario queda asociada a marcas comerciales con su consentimiento -por defecto- al crear una cuenta en Facebook. La producción industrial de diferencias se pone en marcha una vez que se eligen contenidos y cuando se comparte información personal en los perfiles, esta es la contradicción de la que Baudrillard (1970) habla cuando se refiere a la personalización y queda ejemplificada en el uso de Facebook puesto que las diferencias entre cada usuario quedan omitidas cuando se trata de promocionar y difundir marcas, productos y servicios.

De acuerdo con Baudrillard (1970, p. 100) la producción industrial de diferencias logra establecer un orden y una organización subjetiva, en los perfiles personales los usuarios tienen que identificarse con la información suficiente para tener acceso a contenidos que les interese pero que también termina por agruparlos.

Mediante la personalización de sus perfiles se regulan los límites entre usuarios, se establecen estatus y clases que pueden ser observados mediante los contenidos que seleccionan y comparten, por ejemplo mediante los productos que los usuarios indican que “les gusta” y que seleccionan para personalizar sus perfiles. La apropiación de marcas y productos puede encontrarse cuando en las fotos de perfil se les observa utilizando o consumiendo cierta marca de bebidas alcohólicas o haciendo referencia a Starbucks,

también cuando se hacen referencias a películas, personajes de series animadas, músicos, artistas plásticos o visuales y logotipos de grupos musicales, entre otros. Este es un ejemplo de lo que Baudrillard reconoce como una organización subjetiva en torno a un sistema de consumo en el que los intereses artísticos, culturales, políticos y de entretenimiento quedan registrados en este caso por medio de la selección de contenidos que hacen en sus perfiles.

Baudrillard (1970, p. 94) considera que cuando algo es personalizado en realidad lo que se busca personalizar es a sí mismo para poder distinguirse y *ser*, en los perfiles personales la personalización tiene una función similar a la descrita por el autor; los contenidos que los usuarios comparten suelen exaltar ciertos aspectos de sí mismos, acentuando por ejemplo sus carreras profesionales, la obtención de grados, sus papeles como docentes o investigadores, como madres, padres o esposos, entre otros. De acuerdo con Baudrillard, la contradicción se encuentra en que la singularidad entre una persona y otra no puede ser percibida por otros sobre todo si se comparte un contexto específico. La posmodernidad aunada a las tecnologías de saturación facilitan que un numeroso grupo de personas compartan códigos y signos lo que a su vez complica la posibilidad de “ser diferente”.

El uso de contenidos tomados de otros sitios o creados por el usuario revela la búsqueda de la propia singularidad y de mostrarla ante su auditorio, por lo que es importante encontrar un contenido adecuado que logre acentuar las características personales con las que el usuario se siente más cómodo o con las que garantice transmitir al resto de usuarios que posee una diferencia que hay que hacer notar. Esto podría notarse con la creación de textos multimodales donde se incluyen fotografías, enlaces, texto son un intento de singularizar un mismo contenido que puede ser compartido por otros usuarios lo cual supone intentar establecer una diferencia con los otros.

El uso de textos multimodales remarca la posibilidad de reinventar signos y códigos que permitan la diferenciación entre usuarios y grupos de usuarios, los temas que los textos multimodales abordan buscarán un intercambio con otros y posiblemente la consolidación de un grupo específico que pueda comprender y compartir tales signos y códigos. La creación y uso de textos multimodales no garantizan la diferenciación entre usuarios plena y para

siempre puesto que todo contenido puede ser viralizado, popularizarse y repetirse; este hecho puede darnos una idea de por qué los usuarios buscan constantemente actualizar sus perfiles personales, la búsqueda del sí mismo y su representación en los perfiles personales es una práctica constante que lleva a los usuarios a producir nuevos contenidos así como nuevas estrategias para intentar evidenciar lo que lo hace diferente de los otros.

El enfoque dramático de Goffman (2012) permitió identificar en los perfiles personales diversos fenómenos que ocurren ahí, antes de ahondar en detalles debemos aclarar que aunque el planteamiento Goffmaniano está pensado para las estructuras de las interacciones sociales que surgen durante la presencia física de los actuantes, se consideró a los servicios de redes sociales -así como los perfiles personales- como contenedores de expresiones sociales donde se pueden identificar estrategias de presentación y personalización de los usuarios. Así, la personalización de un perfil personal puede equipararse con aquellas actuaciones donde el individuo imagina estar frente a un auditorio, dicho auditorio -en el caso de los usuarios- consiste tanto en su red de contactos como todos los usuarios de Internet que puedan mirar su perfil; y tal como ocurre en una actuación ante la presencia de otros, en la personalización de un perfil personal los usuarios-actuantes tienen la posibilidad de presentarse de cierta forma así como de lograr transmitir y mantener una impresión determinada.

En los perfiles personales los usuarios llevan a cabo muchas de las prácticas descritas por Goffman, desde la solicitud de confianza en su actuación, el tacto, la circunspección, la mistificación o la disciplina dramática; todas estas prácticas se presentan de formas muy sutiles resultando a veces casi imperceptibles sin embargo, constituyen la base de lo que identificamos como estrategias de personalización. En cada usuario se observó -a través de la selección de contenidos- el manejo de una impresión, de acuerdo con Goffman (2012, p. 17) las personas tienen un interés particular por controlar la conducta de otros y este hecho se presenta durante la personalización de los perfiles personales, con la identificación de la impresión que quiere ser transmitida por los usuarios no solo se revela cómo quieren ser vistos, sino también cómo quieren ser tratados.

La observación y el análisis de los perfiles permite confirmar que el usuario define una situación específica mediante los contenidos que comparte, es decir ocurre un registro de los elementos con los que el usuario actuante desea ser identificado y evaluado, de esta manera el usuario invita a su auditorio a verificar si su actuación es sincera o cínica y si la impresión que maneja coincide con el papel que desempeña habitualmente. La irrupción de contenidos que debiliten la impresión que el usuario desea transmitir suele ser menor, esto nos muestra que también en los perfiles personales los usuarios se limitan a compartir opiniones o sentimientos que momentáneamente son aceptables dentro de su red de contactos y que no ponen en riesgo la impresión que con esfuerzo han intentado sostener y transmitir.

Los perfiles personales son un elemento más de la fachada del usuario y en ellos los usuarios registran voluntariamente características que complementan su actuación, cada dato proporcionado y compartido en el perfil personal puede funcionar como una prueba que confirma un aspecto de su fachada personal otorgando así mayor solidez al rol que mantiene diariamente. En cada sección encontraremos tanta información como el usuario comparta, desde los aspectos profesionales y laborales, sus características físicas hasta sus intereses personales, todas buscando proporcionar mayor información al auditorio para confirmar el papel del usuario y la forma en la que pueden dirigirse a él, en este sentido las publicaciones, las imágenes e intercambios que ocurren en los perfiles personales pueden fungir también como prácticas de realización dramática puesto que hacen evidente un esfuerzo que solía permanecer invisible para el auditorio. Esto es notorio cuando los usuarios comparten contenidos relacionados a su actividad académica o cuando ponen fechas específicas de cuánto tiempo les tomó terminar su maestría o doctorado.

La personalización depende de todos los contenidos compartidos en el perfil lo cual implica observar y analizar enteramente toda la información encontrada, esto significa que la personalización como tal no está sujeta únicamente a las imágenes que encontremos en las fotos de perfil ni tampoco a los datos compartidos en la sección de información sino a todo el conjunto; esto hace que el trabajo interpretativo varíe también en función de la cantidad de información compartida por los usuarios, durante el trabajo metodológico se observó que

solía ser más sencillo identificar una impresión específica de un perfil con aquellos usuarios que compartían más contenidos que con aquellos que llevaban un control mucho más rígido de la información que podía ser observada por el auditorio. Los ajustes de privacidad más rigurosos suponían, en este sentido, una limitación para el análisis y al mismo tiempo dejaban entrever que el usuario posee una preocupación por quién es su auditorio y por controlar lo mejor posible su actuación frente a éste.

Los ajustes de privacidad o la ausencia de información en los perfiles personales no impiden que -como observadores- interpretemos dicha acción de los usuarios sin embargo esta explicación no logra estar enlazada a otros elementos que nos permitan corroborar la validez del ejercicio interpretativo; dependemos de la información que los usuarios comparten para identificar la impresión que intentan transmitir. En este sentido resulta más complejo identificar una impresión si no tenemos una foto de perfil, si la sección de información aparece vacía y si no hay ninguna foto de portada.

El uso de imágenes y fotografías en Facebook es una práctica común, se encontró que las imágenes ayudan al mantenimiento de una impresión ya sea que ayuden a los usuarios a representar una idealización de sí mismos, de su trabajo o de los papeles que interpretan cotidianamente o que se trate de fotografías que no debilitan la impresión mantenida, es decir donde la selección de fotografías suponía un ejercicio circunspectivo donde los usuarios estimularan la mistificación de sí mismos para con su auditorio. Se pudo identificar un caso donde las fotografías de perfil -de hecho- debilitaban la impresión que el usuario intentaba mantener; además de revelarse la falta de tacto del auditorio se pudo observar cuán importante es la preparación de las fotografías para lograr el efecto esperado. En el perfil de un usuario con una maestría en economía de negocios, una fotografía donde aparece con una nariz de payaso puede suponer una inconsistencia en la fachada que se tiene de un “maestro”, esta disonancia puede hacer que el auditorio no deposite en el usuario actuante la confianza en el papel que desempeña y por lo tanto que se ponga en cuestión la sinceridad de su actuación.

Desde otra perspectiva, esta misma fotografía donde el usuario aparece con nariz de payaso

puede suponer un signo que es comprendido sólo por algunos miembros de su red de contactos, investigando más a fondo se identificó que el usuario ha organizado lo que él llama “conferencias teatralizadas” donde se aborda la cuestión de ser un “clown”, esto dentro de una empresa donde dicho usuario tiene el puesto de director general, ésta empresa se dedica al marketing, la consultoría y la capacitación; de esta forma el sentido de la fotografía se modifica, puesto que dicha imagen revela -al menos desde la perspectiva del usuario- un nivel de compromiso con su trabajo así como una sinceridad en el papel que actúa.

Como veremos estas dos lecturas ocurren simultáneamente, el auditorio puede poner en duda la impresión que el usuario está intentando fortalecer en función del mismo contenido. La impresión por lo tanto, parece ser disruptiva cuando la red de contactos o auditorio no poseen toda la información completa como para comprender todos los signos que el usuario actuante está transmitiendo; por otra parte los usuarios actuantes no pueden justificarse, enmendarse o corregirse ante el auditorio de manera inmediata como ocurre en la interacción cara a cara.

La selección de contenidos configura una escena en la que otros podrán intervenir por medio de comentarios o likes, también la selección de contenidos representa una forma más en la que los propietarios de un perfil determinan la manera en que su auditorio participa. El intercambio textual que se produce entre los usuarios a través de los contenidos nos permitió observar, como hemos dicho, el tacto que tiene el auditorio con el usuario actuante así como también el distanciamiento afectivo que cada usuario mantiene con su auditorio. Es importante notar que estas intervenciones, que escapan por completo del control del usuario actuante, pueden modificar la impresión que intenta mantener y transmitir a través de su perfil personal; por otra parte la intervención de otros usuarios hace evidente el lugar en el que es colocado el usuario actuante, si un miembro del auditorio y el usuario actuante llevan tiempo conociéndose es posible que las experiencias previas marquen ciertas pautas de interacción y comportamiento con las que se han de dirigir hacia el usuario actuante; esto también supone que estos usuarios tienen mayores herramientas para comprender el sentido de los contenidos a los que se enfrentan ya que pueden tener referencias sobre el papel que desempeña el usuario actuante y los temas que suele tratar.

Toda la estrategia de personalización y el control que se mantiene en el perfil puede verse afectada con la intervención de un miembro del auditorio que revele información secreta del usuario actuante o que se dirija con una familiaridad que pone en evidencia otro aspecto de sí mismo que probablemente había mantenido oculto en el perfil. En este sentido las impresiones que se transmiten en los perfiles personales son bastante frágiles, no dependen únicamente de los usuarios actuantes y mientras los contenidos estén en el perfil personal, la impresión se mantiene en construcción.

La impresión en los perfiles personales es una construcción de imágenes y signos que busca ser coherente, tal como en la cita que Goffman hace del pasaje de la novela "Contest of Ladies" de William Samson donde se describe la visita del personaje Preedy a una playa, en los perfiles personales todos los contenidos compartidos tienen una finalidad y buscan soportar la impresión que los usuarios intentan transmitir a través de su perfil. Esto nos lleva a identificar lo que a veces pueden considerarse detalles mínimos pero que revelan una característica específica en la impresión de los usuarios, por ejemplo cuando los usuarios se preocupan por la correspondencia temática que pueda haber entre la foto de perfil y de portada, esta práctica a primera vista parece ser un hecho curioso sin embargo es evidencia de un usuario que se ha tomado el tiempo necesario para seleccionar y organizar las imágenes que serán vistas por toda una audiencia.

Otro detalle similar al anterior es cuando los usuarios citan *adecuadamente* al autor de una imagen que aparece en su perfil, se pone un nombre, una fecha y un título de la imagen. Se trata de una práctica no muy común pero revela -además de la selección del contenido- un interés por enlazar a la audiencia con otro individuo, dicho enlace se genera a través de este gesto que funciona como una muestra de respeto y reconocimiento al autor de la imagen.

Se identificaron también perfiles personales donde no había fotos de portada así como perfiles donde fue difícil identificar al usuario actuante puesto que en las fotos de perfil su rostro no aparecía claramente o aparecía cubierto. Aunque las fotos de perfil y de portada son dos espacios distintos dentro de los perfiles personales muestran estrategias específicas

para el mantenimiento de impresiones. La ausencia de fotos de portada pudo ser identificada en usuarios que compartían más contenidos en la sección de información que en las de fotos (de perfil y de portada), con dichos usuarios la sección de información contenía bastantes datos sobre su trayectoria académica y profesional así como diversos enlaces a blogs de otros proyectos académicos. En el caso de estos usuarios con la ausencia de fotos de portada se transmite la impresión de que los usuarios intentan que sus perfiles personales sean utilizados dando más énfasis a lo académico o profesional que a lo personal; no se pone en duda que los usuarios no posean las habilidades técnicas para personalizar su perfil sino que deciden no personalizar los aspectos más visuales del mismo, puesto que se intenta concentrar la atención en la información laboral, académica y profesional.

En el caso donde resultó complicada la identificación del usuario a través de las fotos de perfil se encontraron fotografías donde el usuario actuante está llevando a cabo actividades relacionadas al arte pero no se puede ver claramente su rostro. Las fotos de perfil y de portada solían contener enlaces para descargar pistas de audio hechas por el usuario, en ocasiones simplemente se trataba del registro del usuario tocando instrumentos musicales, cantando o bailando pero sin que pudiera verse su rostro; esta práctica nos llevó a plantear que el usuario mantiene la impresión de que está más interesado en que el auditorio se enfrente a su producción artística como tal sin pasar por la imagen de sí mismo como artista, es decir para el usuario no es importante la fachada de artista sino la obra en sí. Por otra parte esta decisión nos explica una situación más sobre los perfiles y las impresiones: Los perfiles personales aunque no tengan fotos de los usuarios donde se ponga en juego una fachada específica siguen transmitiendo impresiones efectivamente; en otras palabras, aun cuando no sepamos identificar quién es el usuario actuante logramos comprender una impresión que mantiene.

A lo largo del análisis de los perfiles personales se observó que hay una tendencia temática hacia contenidos relacionados a distintas expresiones artísticas, pintura, danza, música, fotografía, graffiti; este gusto hacia el arte da la impresión de una especie de refinamiento en la mirada de los usuarios actuantes, los álbumes de las fotos de perfil y de portada pueden convertirse así en galerías donde se exponen los gustos estéticos de los usuarios actuantes.

Se hace más evidente que los contenidos que encontramos en los perfiles personales, desde una perspectiva Goffmaniana, no son en absoluto casuales ni espontáneos pues pueden ser útiles para la transmisión de una impresión.

Fue posible identificar que los contenidos compartidos forman bloques temáticos, esto es, se encontraron series de imágenes o temas que se repetían, especialmente cuando se aproximaban fechas y festividades importantes. De esta forma podemos afirmar que la personalización funciona en torno al tiempo así como al contexto y situación social de cada usuario, por ejemplo se encontraron contenidos donde se retrataban catrinas a finales de octubre y los primeros días de noviembre, estos contenidos nos hablan de un tema enlazado a un contexto social específico que además se aborda durante ciertos días; de la misma forma los contenidos donde se hablaba de las vacaciones, del día de la madre, del padre o el día de Star Wars suponen situaciones y contextos sociales específicos que son vividos por los usuarios. Estos bloques temáticos también se forman cuando los usuarios personalizan constantemente sus perfiles, compartiendo por ejemplo la misma foto de perfil o de portada repetidas veces, en ocasiones con ediciones mínimas como recortes o agregando luz y contraste.

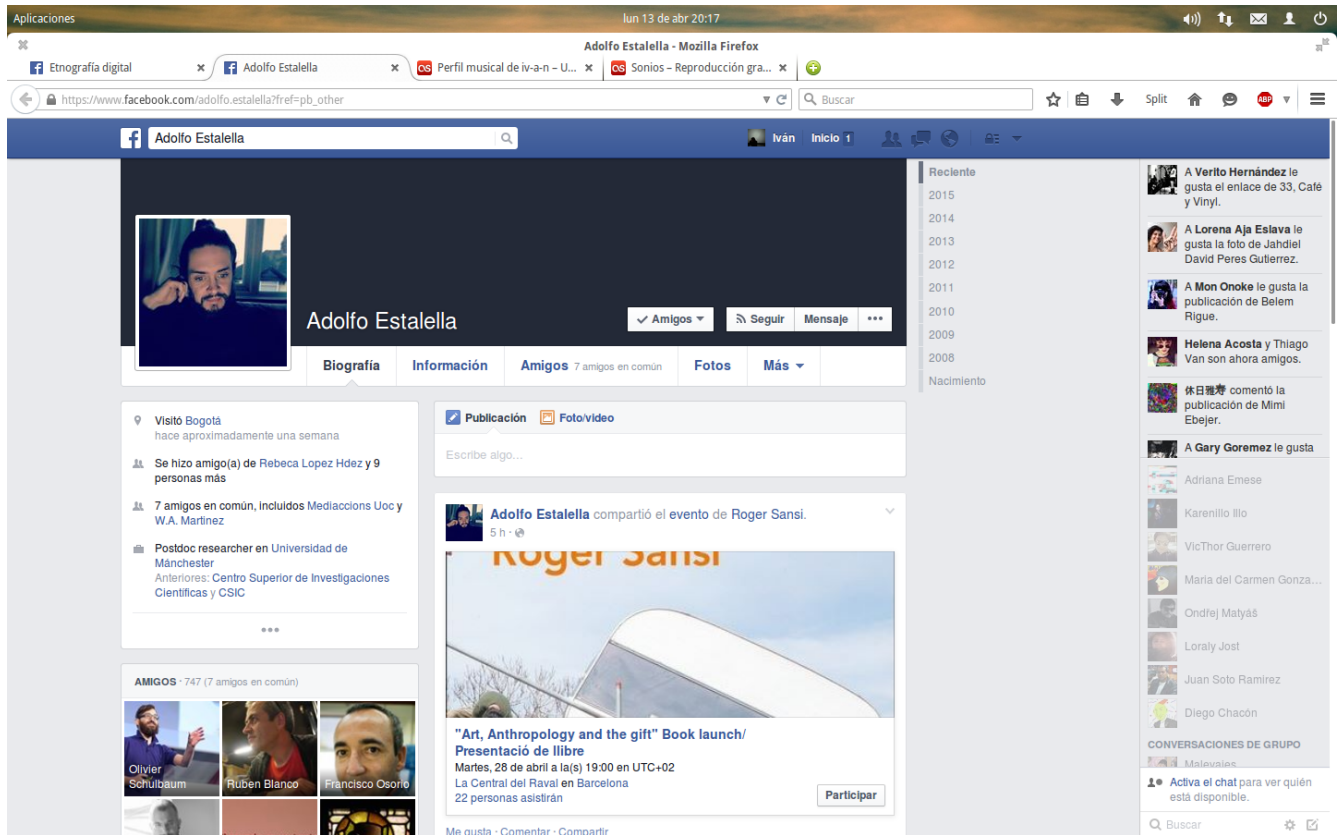
En ocasiones los bloques temáticos son series de fotografías tomadas en una misma sesión, se observa a los usuarios con la misma ropa, en el mismo espacio aunque con poses distintas o con la cámara desde ángulos diferentes; esta práctica revela el juego de la presentación de la imagen de sí mismo en los perfiles personales, se observa una experimentación con la cámara, con las posturas corporales, con las expresiones faciales, la iluminación, etc. Estos contenidos podrían considerarse también como descuidos si consideramos que, después de toda la sesión, se intenta dar la impresión de lucir lo más natural posible; este descuido termina revelando el backstage o parte posterior del escenario, ese espacio donde los actores tienen la posibilidad de ensayar su actuación y prepararse para representarlo lo mejor posible.

Para la lectura del análisis se debe tener en cuenta la consideración de que algunos usuarios

de la muestra no forman parte de nuestra red de contactos, este es un factor que modifica nuestra propia experiencia como observadores; esto no impidió sin embargo que se pudieran identificar las impresiones y por ende las estrategias de personalización utilizadas por los usuarios. Se notó sin embargo que están ocurriendo nuevas prácticas defensivas y de circunspección que permiten el control sobre las impresiones que los usuarios intentan mantener, por ejemplo la posibilidad de que los usuarios puedan eliminar o editar los contenidos compartidos en sus perfiles.

Anteriormente se ha explicado que las tecnologías de saturación nos obligan a estar en contacto con los otros constantemente sin embargo, cuando los usuarios comparten enlaces a videos, pistas de audio, fotografías o escriben lo que piensan y sienten en sus perfiles personales están permitiendo el establecimiento y mantenimiento del contacto con otros al tiempo que se ponen en juego formas de presentación y discursos del yo.

## 4.2 Resultados

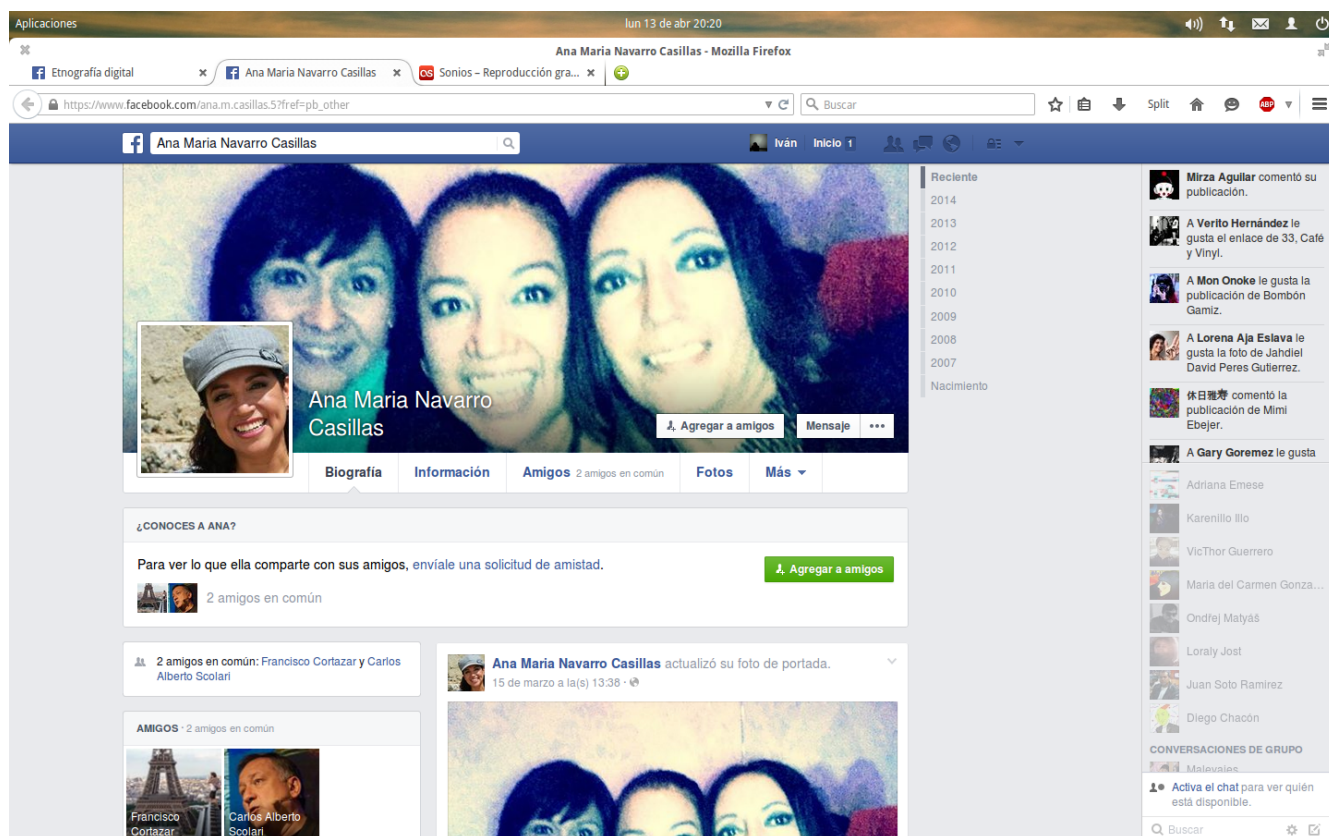


La personalización que Adolfo lleva a cabo en su perfil no es frecuente lo que no significa que no utilice su perfil o el servicio de red social en general. Es importante notar que mediante los contenidos de su perfil, Adolfo mantiene una impresión donde hace énfasis en el aspecto laboral y académico, lo cual se puede notar con la distancia afectiva que establece con el auditorio. Por ejemplo, la sección de información del perfil aparece llena de datos sobre las universidades dónde ha estudiado y trabajado en cambio, no encontramos información más íntima o personal.

Los contenidos que Adolfo comparte tienen el objetivo de suscitar una interacción con el auditorio centrada en lo profesional, lo que nos indica que en todo el perfil se lleva a cabo una práctica de circunspección puesto que otros aspectos de la vida personal de Adolfo quedan fuera, por otra parte supone un control de la escena a fin de mantener una impresión,

y evitar así “metidas pata” u otras interrupciones. Las fotografías donde aparece Adolfo no debilitan la impresión que mantiene desde la sección de información del perfil, en las fotos de perfil se retratan escenas que bien podrían considerarse íntimas porque parecen haber sido tomadas en espacios privados, sin embargo la seriedad que se observa en su rostro nos revela una disciplina dramática que se mantiene aun en estos espacios íntimos; este hecho parece indicarnos que la actuación de Adolfo es sincera.

Consideramos que la ausencia de foto de portada en el perfil de Adolfo da la impresión de desinterés por la personalización de su perfil, sin embargo la selección de contenidos procuran centrar la atención en su vida académica y laboral; este aparente desinterés es anulado por la minuciosa selección de contenidos que refuerzan el papel de profesionista y académico que se muestra en la sección de información del perfil personal.

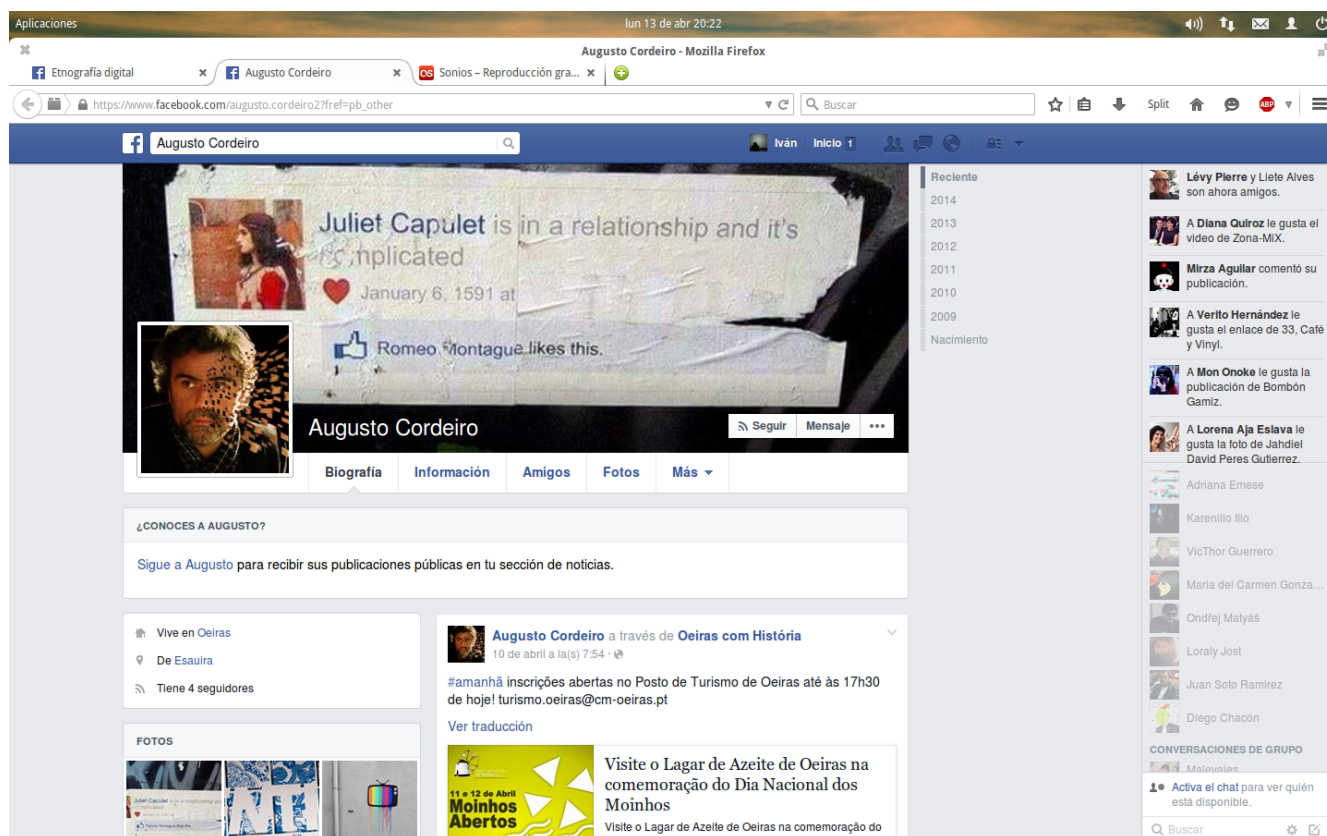


El perfil de Ana María posee información que no nos permite identificar con claridad la impresión que desea mantener, los ajustes de privacidad nos dejan apreciar una práctica de circunspección asociada al control de los contenidos que comparte con usuarios que no forman parte de su red de contactos; en general, la personalización del perfil de Ana María muestra cierta distancia afectiva incluso con su auditorio: la foto de portada, por ejemplo no muestra mayor información sobre la situación en que ha sido tomada esa fotografía, ni sobre las personas que acompañan a Ana María en la escena.

El análisis de este perfil nos hace considerar que cuando el usuario decide omitir información personal, académica, laboral, etcétera muestra una práctica defensiva ya que el control de esa información impide identificar con claridad la impresión que el usuario mantiene en su perfil.

Las características de Facebook permiten al usuario controlar la cantidad de información que comparte con su auditorio y con usuarios que no formen parte de él, esto es a lo que se

denomina *affordance*. Las *affordances* involucran tanto el diseño del sitio como las habilidades y conocimientos técnicos del usuario. El uso de estas *affordances* revelan, en el caso del perfil de Ana María cierta preocupación por el control de su información personal.



La información que Augusto comparte en su perfil personal contribuye al mantenimiento de la impresión de un viajero, una persona que constantemente está dirigiéndose a distintos lugares del mundo y donde además adquiere un cierto grado de reflexión sobre la misma experiencia de viajar. El viajero parece tener entonces ciertos modales que caracterizan su fachada: sencillez, humildad, una capacidad de observación que es distinta a la de un turista común. A lo largo de los contenidos se observa una selección de imágenes y fotografías que hacen referencia a las distintas experiencias que Augusto ha tenido en los viajes que ha hecho, además de que la participación del auditorio gira en torno a los lugares, las situaciones en las que han sido tomadas las fotos; es decir, no se pregunta en ningún momento sobre la vida laboral, la situación familiar o de pareja de Augusto.

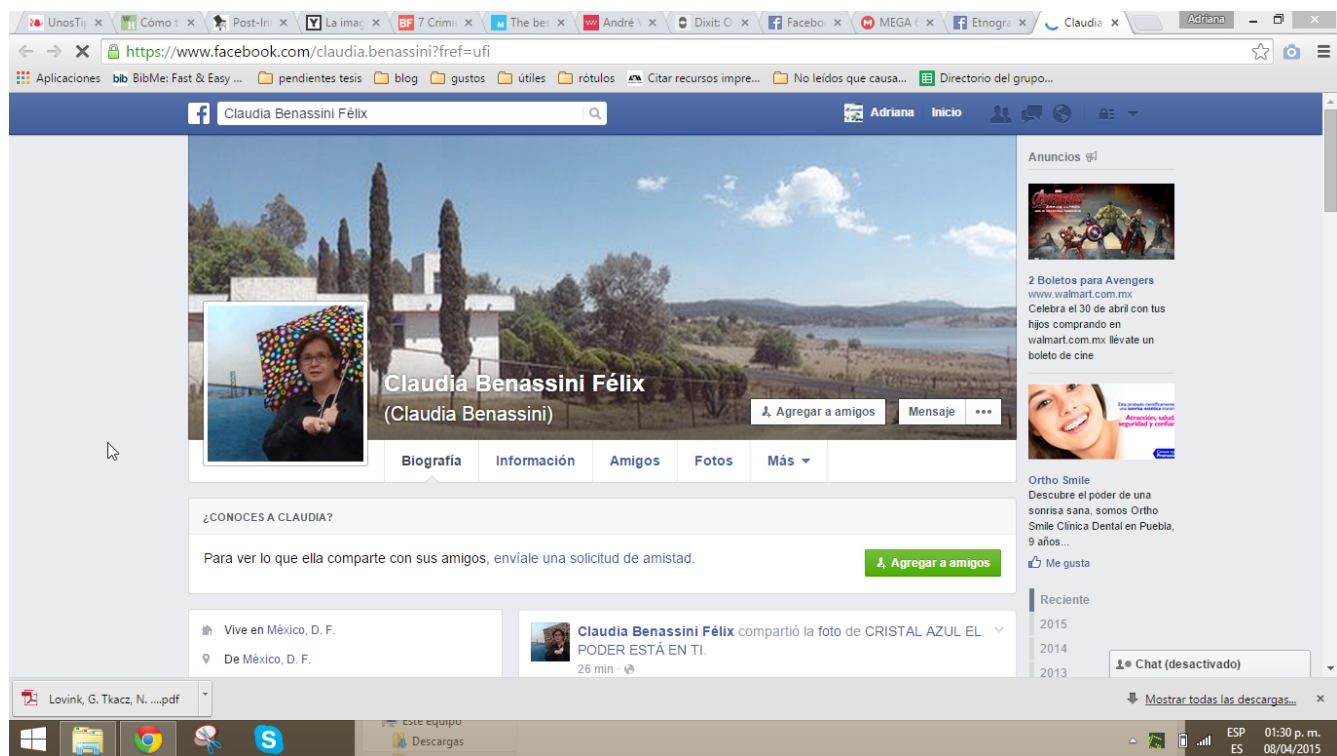
La sección de información del perfil nos muestra únicamente que Augusto es de la ciudad de Esauria en Marruecos y que vive actualmente en Oeiras en Portugal, esto significa que la impresión se transmite en mayor medida por los contenidos que están en las fotos de perfil y de portada. La omisión de información personal, profesional en la sección de información

podría considerarse una práctica defensiva en el sentido de que se intenta dar más énfasis a los contenidos de las otras secciones, y ya que en dichas secciones está más presente el papel de Augusto como viajero deducimos que se trata de una práctica de circunspección.

La impresión de viajero no se da explícitamente sino que se va hilvanando conforme vamos explorando el perfil, encontramos así fotografías de Augusto paseando por diversas ciudades: Barcelona, Roma, Mauritania, Florencia y practicando escalada, montañismo. La impresión que se mantiene no es la de un turista que busque hospedarse en hoteles de 5 estrellas, que busque lujos y comodidades sino la de una especie de explorador que observa, registra y comparte lo que encuentra en cada ciudad o lugar que visita. Las fotografías donde aparece escalando, caminando con su cámara, fumando una pipa durante el atardecer, admirando el coliseo romano -donde además se acompaña con una frase para reflexionar- suponen una escenificación de la impresión de un viajero que busca aprender; son una forma de realización dramática puesto que retratan -de alguna forma- la experiencia que ha adquirido en cada viaje, además de que sirven para solicitar al auditorio una confianza en que la actuación de Augusto es sincera.

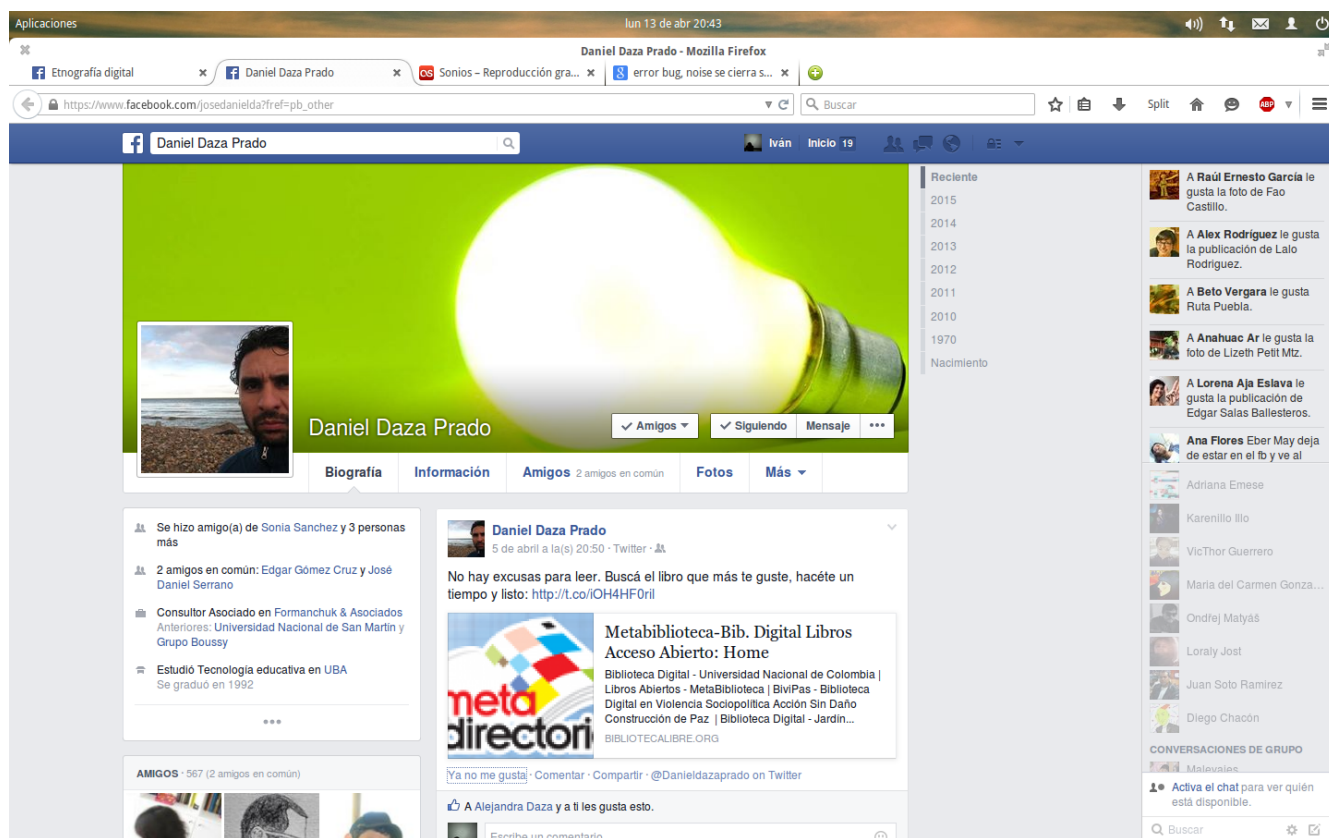
La exploración que se lleva a cabo en los viajes supone una capacidad de observación de lo que hay en las ciudades, Augusto demuestra no observar únicamente los atractivos de las urbes (los monumentos históricos por ejemplo) sino que también nota las expresiones más populares, por ejemplo el arte urbano. Esto le ha llevado a seleccionar contenidos donde se hace evidente no sólo que está pendiente de estas expresiones culturales sino que ha desarrollado un gusto por algunos artistas urbanos. Los contenidos seleccionados por Augusto abarcan también el folclor de algunos países como aquellas fotos de un mercado en Marruecos.

En las imágenes donde aparece el trabajo de alguien más, ya sea que se trate de una ilustración, una fotografía, Augusto suele poner los créditos; esta práctica produce una impresión más, la de un usuario que está preocupado por dar crédito a quienes han creado las imágenes como una forma de valorar su esfuerzo.



La información pública del perfil de Claudia no nos muestra elementos con los que pudiéramos identificar con claridad la impresión que desea mantener, tampoco podemos observar elementos disruptivos dentro de su personalización ya que los contenidos no son suficientes, podemos observar que tanto la foto de perfil como de portada han sido elegidos al menos desde hace un año lo que nos indica que la personalización no es una actividad practicada regularmente por Claudia, por otra parte en la foto de perfil se han hecho ajustes de privacidad que impiden la intervención de otros usuarios.

En el perfil de Claudia se puede observar una práctica de circunspección cuando controla la información de su perfil sin embargo, este atributo no se presenta en la biografía lo cual supone una contradicción en el ejercicio de control que se encuentra en el perfil. El análisis del perfil de Claudia nos permitió observar que la información compartida es insuficiente para identificar una red sociotécnica.

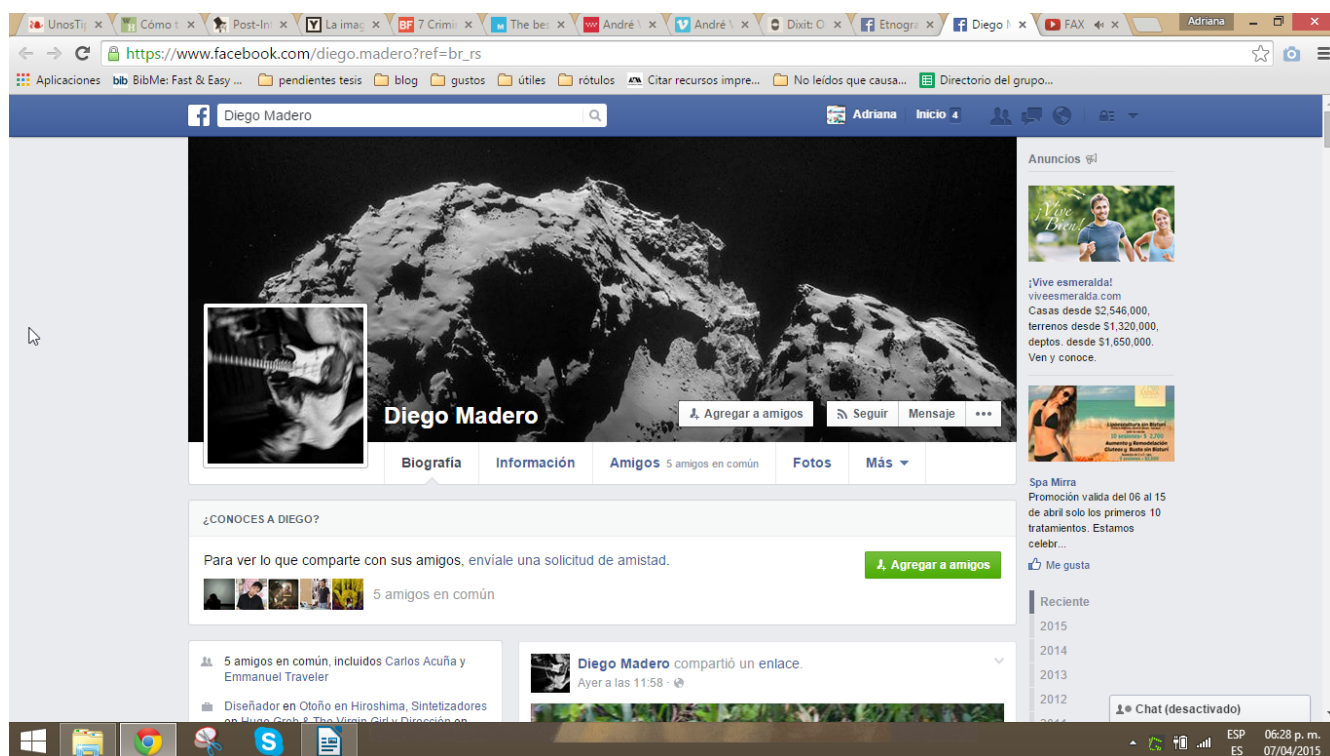


El perfil de Daniel muestra que se graduó en 1992 de la carrera de “Tecnología educativa” en la Universidad de Buenos Aires, esto supone una práctica de realización dramática en el sentido en que se logra hacer evidente que su labor ha sido constante desde esa fecha hasta el día en que se ha tomado la captura. Al mismo tiempo este dato revela un compromiso con su labor académica lo cual indica una actuación de sinceridad, implícitamente se solicita la confianza del observador, es decir convencerse de que Daniel es un profesional con una basta experiencia en el tema.

Aunado a la aparición de esta fecha así como la institución en la que se ha graduado, podemos observar las universidades y empresas en donde Daniel ha trabajado. Es importante notar que la primera publicación que se puede observar en la captura de pantalla de la biografía del perfil de Daniel muestra un enlace a una biblioteca digital, ahí se observa un comentario de Daniel donde solicita el compromiso de su auditorio en una actividad intelectual.

La sección de información reafirma la impresión de un académico comprometido con su labor, encontramos también que Daniel comparte el número de su teléfono celular quizá con la intención de poder establecer vínculos profesionales con otros usuarios. Esto tiene más sentido si notamos que los enlaces compartidos por Daniel mantienen una distancia afectiva puesto que nos redirigen a sitios donde se puede encontrar más información sobre su trayectoria profesional. La dirección de correo electrónico compartida por Daniel puede formar parte de la apariencia que debe mantener él mientras actúa el papel de académico, la impresión que se debe transmitir es de seriedad, confiabilidad, profesionalismo; lo cual supone una dirección de correo que evite el uso de apodosos puesto que esto generaría una disrupción en la impresión que Daniel transmite con su perfil.

La selección de fotografías para las secciones de foto de portada y de perfil ocurre en lapsos de tiempo prolongados, la foto de perfil más reciente fue subida en 2011 por ejemplo. Sin embargo la selección de estas fotografías mantiene una impresión específica, en las fotos de perfil se observa a Daniel utilizando saco, corbata y camisa de vestir lo cual forma parte de la fachada del rol de un profesionista. A través de la personalización, Daniel practica en su perfil personal un distanciamiento afectivo con su auditorio abordando de forma directa temas que están relacionados a su profesión.



Diego Madero es un joven que vive en la ciudad de México, estudia una ingeniería en desarrollo comunitario, está interesado en el diseño, la música experimental, el arte sonoro, la danza, el arte contemporáneo y la fotografía. En su perfil personal de Facebook comparte una gran cantidad de información públicamente, mantiene enlaces a las páginas web de sus proyectos musicales, su cuenta de Tumblr y Behance. Los intereses de Diego se reflejan constantemente a lo largo de la personalización de su perfil, la información que comparte sobre su profesión es mínima en comparación con los enlaces a su trabajo independiente como músico, lo que nos revela que la impresión que desea mantener por medio de su perfil es la de un músico o artista más que la de un ingeniero en desarrollo comunitario.

Diego utiliza retratos como fotos de perfil, la mayor parte de las imágenes muestran a Diego tocando una guitarra, cantando, cerca de aparatos electrónicos o en presentaciones de danza sin embargo en pocas ocasiones se puede apreciar su rostro claramente. Este registro de actividades ayuda a configurar la fachada de un artista además de que nos hace suponer

que la actuación de Diego es sincera puesto que notamos que participa activamente en distintos proyectos, el registro que Diego lleva a cabo no es únicamente por medio de imágenes sino que también podemos encontrar enlaces para descargar pistas de audio.

Las fotos de perfil y de portada (ya sean fotografías o ilustraciones) que Diego utiliza tienen elementos característicos: colores oscuros y neutros, figuras geométricas, trazos delgados, contrastes, calaveras, esqueletos, patrones de figuras que dan la sensación de movimiento, esta misma sensación se puede observar también en algunas fotografías por ejemplo donde las personas aparecen desenfocadas o difuminadas mientras tocan algún instrumento. Las fotos que Diego utiliza suelen ocultar su rostro a veces desenfocado, cubierto intencionalmente con máscaras o superponiendo algunos trazos mediante software, en otras ocasiones la composición de la fotografía incluye algunos objetos como micrófonos que cubren alguna parte del rostro de Diego. La intención de seleccionar imágenes donde su rostro quede cubierto es interesante si consideramos que desea darle mayor importancia a su papel como artista, buscando que la mirada de su auditorio se enfoque en el personaje, su actuación, en su obra, en sí mismo.

Los contenidos muestran las habilidades técnicas que Diego posee para crear o editar imágenes, ayudando así al mantenimiento de la fachada de artista que es capaz de crear contenidos propios en distintas áreas.

En la mayoría de sus fotos de perfil y de portada Diego omite las descripciones, sólo en algunos casos agregó una palabra o enlaces a otros sitios y su ubicación. Generalmente no responde a los comentarios que le dejan sus contactos quienes tampoco participan constantemente en el perfil de Diego, sus fotos de perfil y de portada en pocas ocasiones tienen comentarios o likes.

Los contenidos que Diego comparte hacen referencia a la gran cantidad de actividades que realiza, el perfil de Diego mantiene la impresión de un artista multifacético y multidisciplinar al mismo tiempo que retrata aspectos más íntimos de la vida de un artista. No solo es diseñador sino que también es músico, fotógrafo, activista cultural y político; al mismo tiempo

somos testigos de los días que pasa con sus gatos, con sus amigos, paseando por la ciudad. Es importante hacer notorio que estos contenidos que podrían considerarse como neutrales (pasar el día con los amigos puede ser una actividad común) sirven para el mantenimiento de la fachada de un artista, constituyen una práctica que es esencial en la vida de Diego y forman parte de la impresión que se intenta sostener en el perfil.

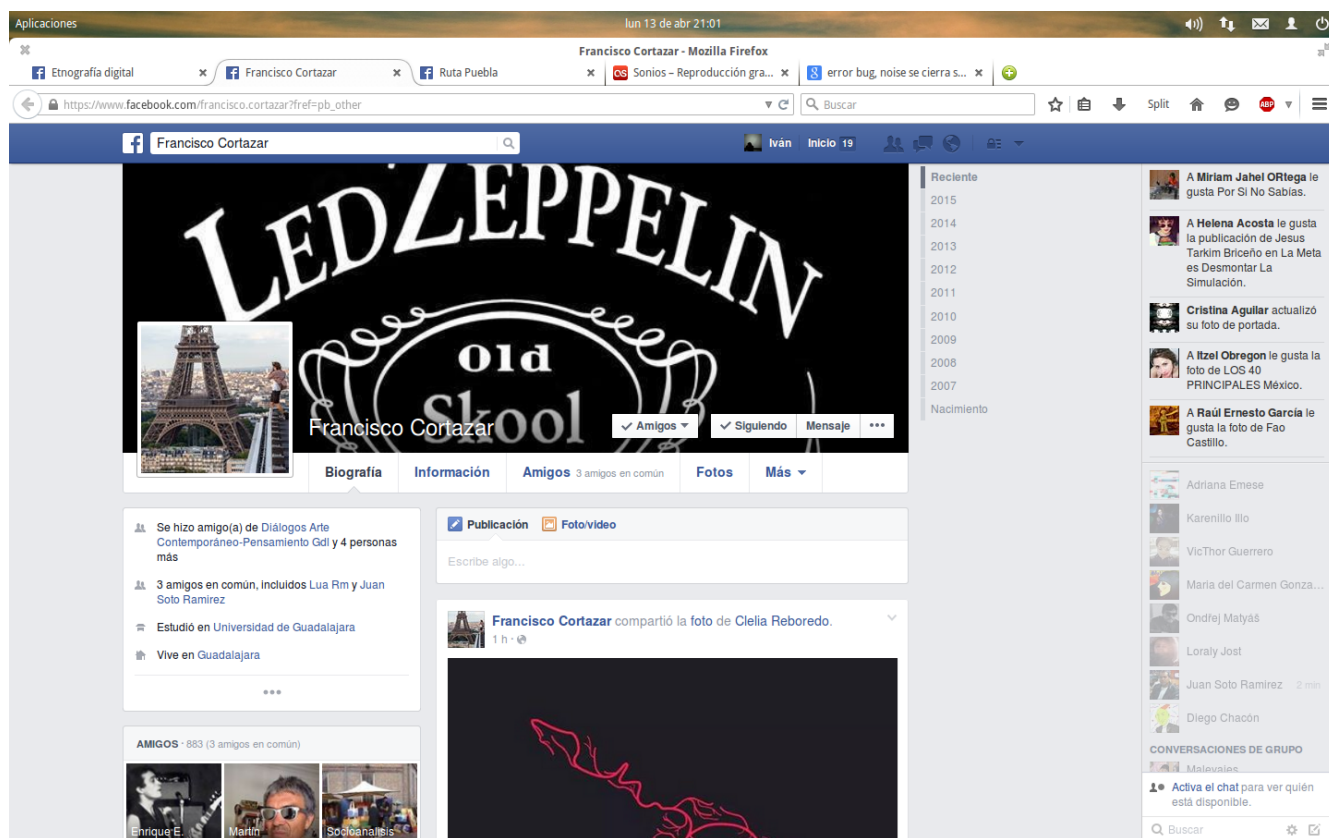


El perfil de Dorismilda muestra los lugares donde ha estudiado así como la universidad donde trabaja, esta información es complementada por los años que lleva Dorismilda estudiando su doctorado así como el tiempo que lleva trabajando como profesora. Esto supone un acto de realización dramática puesto que se hace evidente su trayectoria profesional, no basta con compartir que estudia un doctorado sino que es necesaria la mención del tiempo que ha invertido en su formación.

En este perfil hemos encontrado una única foto de perfil, al menos para los usuarios que no formamos parte de su red de contactos, se trata de un selfie que se compartió en enero del 2015, Dorismilda ha proporcionado otros datos de esta fotografía por ejemplo que fue tomada en diciembre del 2014 en Praga. En un primer momento resulta difícil identificar si esta foto forma parte de la impresión que se mantiene en la sección de información del perfil, no existe ningún indicio de que dicha foto esté relacionada directamente al sostén de la impresión de una estudiante de doctorado, sería distinto si en el perfil tuviéramos información

sobre alguna estancia en Praga o fuera de México. No deja de ser importante, sin embargo, identificar que la fotografía se ha seleccionado para ser usada como foto de perfil.

El perfil de Dorismilda no es personalizado regularmente y mantiene unos ajustes de privacidad donde se evita que sean visibles, por ejemplo, su actividad en la biografía lo cual supone una práctica de circunspección. Que el perfil no se personalice con regularidad no significa que no sea utilizado sino que la preocupación de Dorismilda por la personalización no es central.



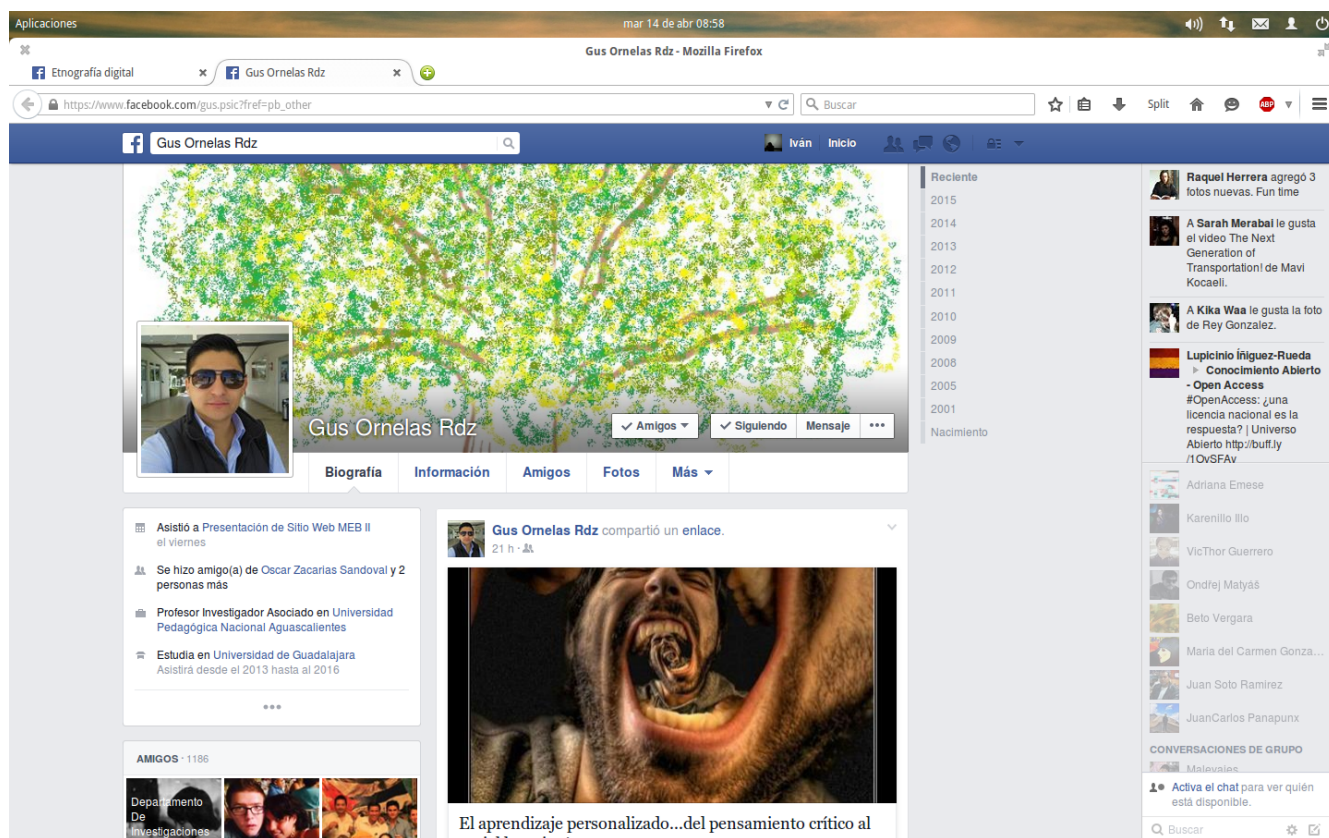
El perfil de Francisco está personalizado con información sobre su trayectoria académica, comparte su fecha de nacimiento, menciona que está casado y se puede observar el enlace al perfil personal de su esposa en la sección de información. La aparición de esta información dentro del perfil muestra la cercanía afectiva con la que puede relacionarse con su auditorio, esta característica se encuentra presente a lo largo del perfil, en sus fotos de perfil encontramos retratados espacios privados y eventos íntimos o familiares.

Tanto en las fotos de perfil como en las fotos de portada Francisco comparte imágenes que hacen referencia a eventos y ciclos temporales y que a su vez están relacionados a sus actividades cotidianas, por ejemplo el inicio de las vacaciones y día de muertos también encontramos imágenes en las que hace alusión a sus actividades profesionales por medio de ilustraciones que muestran a un personaje frente a la computadora, leyendo o escribiendo. Estos contenidos funcionan como rasgos de realización dramática ya que si bien no se trata de un registro o evidencia exacta de sus actividades hace alusión a ellas por medio de fotografías, selfies o ilustraciones que revelan los papeles que desempeña.

Francisco selecciona cuidadosamente los contenidos con los que personaliza su perfil, esta práctica de circunspección le permite manejar una impresión sobre los roles que desempeña, en una ocasión fue posible observar su justificación ante el uso de la imagen de una jirafa como foto de perfil: Francisco explicó que perdió un acertijo y que por tal razón tendría que usar esa imagen tres días, la medida que Francisco tomó para neutralizar posibles interrupciones fue anticiparse al cuestionamiento de su auditorio.

Francisco se muestra receptivo ante los comentarios que le deja su red de contactos, estos comentarios suelen poner en práctica el tacto en ambos sentidos es decir, tanto Francisco como su auditorio responden amablemente y se dirigen con respeto entre sí, esto ayuda al manejo de la impresión que Francisco desea mantener. En algunas ocasiones Francisco responde por medio de likes como una forma de advertir que ha leído el comentario, en otras ocasiones incluye información extra sobre la imagen por ejemplo donde explica que una de las fotografías fue tomada por su esposa, haciendo evidente la cercanía afectiva que tiene con su auditorio.

Los intereses personales, las actividades cotidianas y profesionales de Francisco se mezclan en la personalización de su perfil sin provocar interrupciones, podemos encontrar imágenes sobre personajes de películas o series animadas, fotografías artísticas, imágenes que aluden a la bebida de vino o cerveza, fotografías de calaveras y catrinas, etcétera. La circunspección puesta en práctica por Francisco al momento de elegir los contenidos con los que personaliza su perfil le permite mantener la impresión de un académico que no es tan rígido y que puede permitirse compartir información más íntima de sí mismo.



En el perfil de Gus la sección de biografía ofrece información sobre su vida académica y laboral, la primera publicación está relacionada precisamente a este ámbito. En la foto de perfil que se observa en la misma sección se ve a Gus tomándose un selfie dentro de una institución educativa; Gus desempeña en este caso el papel de un joven que es profesor investigador, lo cual le permite apropiarse del medio de esta forma. Se produce una sensación de contradicción, en el caso de Gus el selfie supone un acto más espontáneo que rompe con la fachada de rigidez de un profesor investigador.

En la sección de información es importante notar la aparición de fechas sobre su carrera profesional, llevando a cabo una realización dramática donde se evidencia el tiempo que invertirá a su formación profesional. Como hemos observado en otros casos, este tipo de revelaciones solicitan una confianza, en este caso en que el papel que Gus sostiene es real y veráz, es decir que se trata de una actuación sincera. Al mismo tiempo, esta información ayuda a los otros usuarios a identificar una forma en la que pueden acercarse a Gus, una forma en la que se le debe tratar.

La sección de información también nos permite observar su fecha de nacimiento así como un usuario que está agregado a la lista de familiares. Esta información, que es más íntima y personal, en otros casos suele ser omitida; el hecho de que aquí sea compartida con su auditorio supone que Gus no lleva a cabo un distanciamiento afectivo ya que la información sobre su vida profesional e íntima puede aparecer conjuntamente.

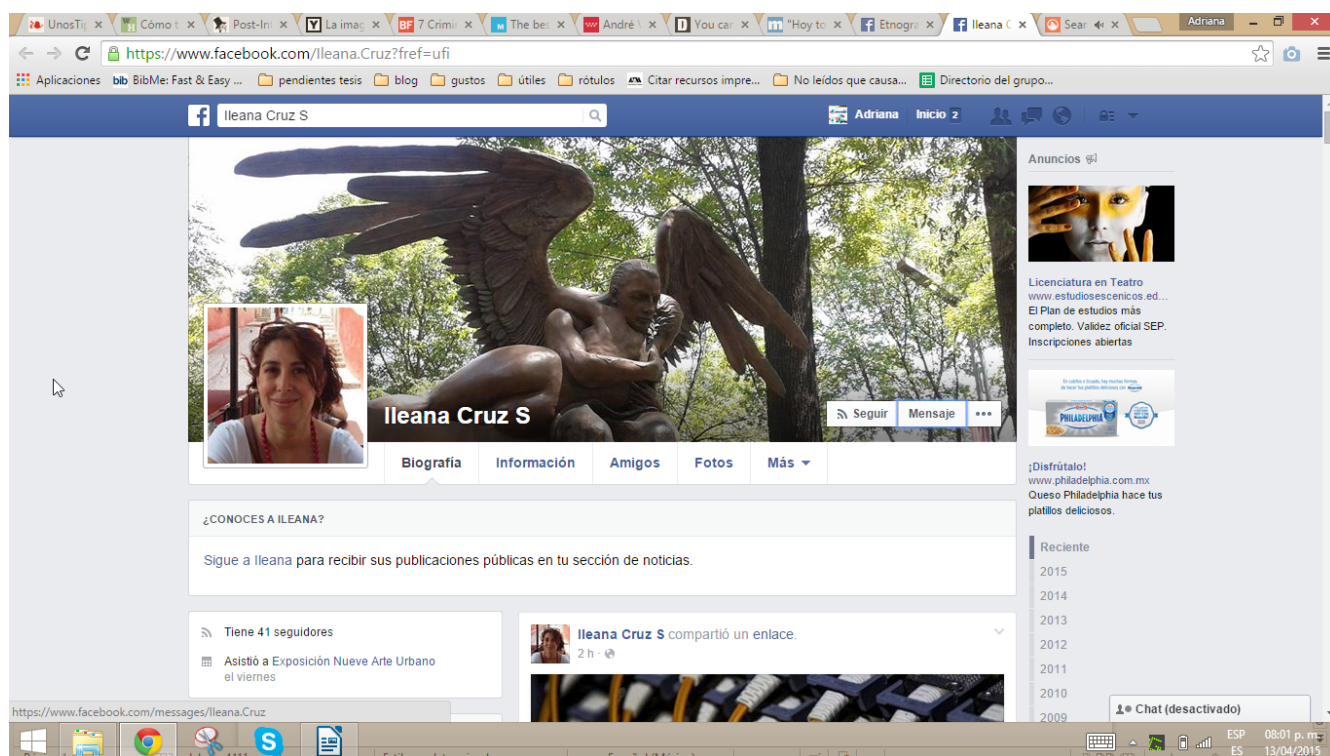
En las fotos de perfil es posible encontrar participación de otros usuarios en los contenidos de Gus, estas intervenciones son llevadas a cabo con tacto puesto que el auditorio, en este caso, evita generar contradicciones, pasos en falso u otras escenas. Es importante notar que la participación de los usuarios suele provenir más de mujeres que de hombres aunque en los dos casos las intervenciones muestran amabilidad y un trato de cercanía o familiaridad. Las fotos de perfil parecen tener también un fin de realización dramática, se observa a Gus llevando a cabo los papeles que configuran el rol que mantiene; esto es mucho más evidente en las fotografías donde aparece en un salón, las escenas retratadas son evidencia de que Gus es profesor puesto que la fachada de profesor investigador está sostenida por una apariencia (aparece vestido con pantalón de vestir, saco o abrigo, está peinado y arreglado), unos modales (se observa que hace gestos con las manos, por ejemplo señala palabras en un pizarrón o en una proyección) y un medio (aparece dentro de un salón de clases) que confirman esta impresión.

La repetición de fotos de perfil es un hecho que podemos observar regularmente en el perfil de Gus, desde la postura Goffmaniana podríamos sospechar que estas fotografías están relacionadas con la impresión que el usuario intenta mantener y que la mejora de estos contenidos (edición por medio de un software) supone una forma de reafirmar y actualizar la impresión.

En el perfil de Gus es posible observar cómo los ciclos temporales modifican la personalización del mismo, ante ciertas fechas o celebraciones Gus selecciona contenidos que están relacionados. Este hecho nos permite observar los distintos papeles que actúa Gus: en ocasiones como maestro de ceremonias de un evento académico, después como el hijo que celebra con su familia el día de la madre, como compañero de trabajo en alguna

reunión. El perfil no mantiene únicamente la impresión de “profesor investigador de una universidad” sino que se retratan mucho más papeles que configuran el rol que Gus desenvuelve en su vida cotidiana.

Es importante notar que muchas de las fotografías que Gus ha subido al álbum de fotos de perfil no están acompañadas de ninguna descripción sin embargo, el auditorio que interviene en las fotos muestra un interés por la escena que está retratada e intentan obtener más información: por ejemplo en dónde se tomó la fotografía, quiénes son las personas que aparecen ahí, en ocasiones no se pregunta directamente pero se suele hacer un comentario que lleve a un intercambio textual más profundo sobre la misma fotografía. Esta solicitud de información implícita nos confirma que Gus mantiene una cercanía afectiva con su auditorio. La personalización del perfil de Gus no presenta únicamente la impresión de profesor investigador sino de un usuario que está interesado en hacer evidente los diversos papeles que desempeña cotidianamente, esto incluye papeles que pueden ser considerados mucho más íntimos y personales.



La sección de información del perfil de Ileana no muestra su profesión, su edad o el lugar donde vive; dicha sección aparece completamente vacía. Esto significa que la impresión se transmite a partir de los contenidos de las fotos de perfil y de portada, la mayor parte de las fotografías de perfil que Ileana utiliza son retratos que registran los cambios que ha hecho en su imagen: los cambios de color y cortes de cabello principalmente.

Se retrata también a Ileana practicando danza, se observa toda una fachada que nos indica que Ileana está comprometida con esta disciplina, los modales representados en estas fotografías nos hacen considerar que no asiste a un taller esporádico sino que se concentra y desarrolla su técnica, de aquí que encontremos fotografías donde aparece haciendo un split o realizando poses que son más propios de esta disciplina, estas imágenes nos revelan rasgos de realización dramática que favorecen la impresión de Ileana que identificamos.

Los contenidos que Ileana selecciona en su perfil no revelan mayor información sobre su actividad profesional o académica aunque sabemos que estudia un doctorado (tal y como se revela en la intervención de un miembro del auditorio de Ileana), únicamente muestra rasgos

de su interés por la danza y por la documentación de cambios en su imagen. Esta selección de contenidos permite al auditorio concentrar su atención en la apariencia física de Ileana e intervenir sus fotografías con tacto señalando lo bien que se ve en ellas. La impresión que Ileana intenta mantener en su perfil no es clara aunque los elementos más repetitivos son fotografías donde actúa el papel de bailarina. La información contenida en el perfil de Ileana fue insuficiente para poder contrastar e identificar otros papeles que desempeña así como la impresión que desea mantener.



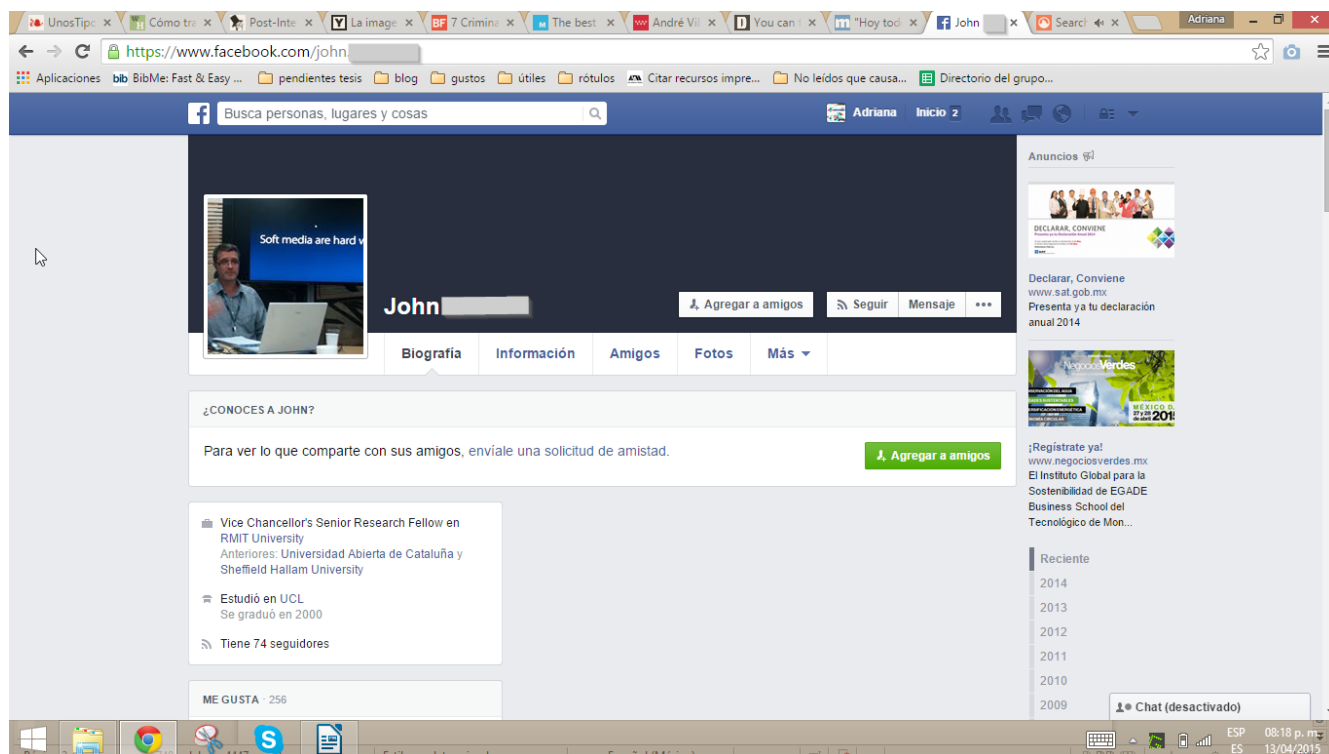
El perfil de Joel ofrece la impresión de un investigador que está comprometido con el tema de la migración, principalmente con la que viven las personas que van de México a Estados Unidos. Para esto Joel no necesitó dar demasiados datos en la sección de información de su perfil sino a través de las fotos de perfil y de portada, en la sección de información sólo encontramos el enlace a un blog -que él mantiene- donde se hacen publicaciones relacionadas a los estudios migratorios.

En las fotos de perfil y de portada se hace notoria la aparición de contenidos relacionados al fenómeno migratorio en la cultura popular, por ejemplo por medio de películas o fotografías de artistas cuya historia se caracteriza por su migración a diversos países. Esta selección de contenidos puede ayudar a establecer una confianza en el papel que interpreta Joel, su grado de compromiso es tan profundo que puede identificar en estos contenidos objetos que aluden a su investigación académica. Por otra parte esta confianza no sólo es solicitada cuando encontramos imágenes donde se aborda explícitamente el tema de la migración (fotografías de la frontera, mapas, fotografías de las banderas de los países) sino también en fotografías por ejemplo de las calles, desde dentro de un avión, de él mismo posando en la

carretera. Estas escenas representan momentos de un usuario que viaja y experimenta en carne propia la situación del migrante, sus viajes no parecen ser de recreación sino para conocer y vivir más profundamente lo que ocurre con las personas que deben salir de su país.

Estas mismas escenas pueden al mismo tiempo mostrarnos una idealización de lo que debe hacer un investigador interesado en los derechos humanos de los migrantes: dicho investigador no puede saber de la migración sentado desde su escritorio en un cubículo sino que tiene que conocer la realidad saliendo a las calles, haciendo trabajo de campo.

A diferencia de otros perfiles observados en esta muestra, el auditorio suele intervenir y dirigirse con bastante familiaridad hacia Joel; el intercambio textual es prácticamente nulo en cuanto a la vida familiar o de pareja de Joel, encontramos más bien preguntas sobre los lugares en que se han tomado las fotografías, comentarios que agregan nuevos significados a las imágenes pero nunca un debate o una discusión por ejemplo sobre el sentido o razón de los contenidos. No existe ningún tipo de distanciamiento afectivo en el que se haga evidente un título profesional que Joel adjudique a su persona, es decir, no se dirige a su auditorio como Joel el investigador académico sino más bien como el amigo, el compañero, el roomie. Esto permite que el auditorio tenga la posibilidad de expresar abiertamente lo que piensa sobre algunos contenidos compartidos por Joel.



El acceso al perfil personal de John se encuentra restringido, por lo que usuarios que no forman parte de su red de contactos -como es nuestro caso- tienen un acceso limitado a la información del mismo. Los ajustes de privacidad del perfil solo nos permitieron observar una foto de perfil donde se observa a John actuando un papel, la fachada nos indica que él es quien dicta una charla ya que una de sus manos se encuentra en movimiento y su boca entreabierta, frente a él se encuentra una computadora portátil conectada a un proyector, al fondo se observa un fragmento de su presentación.

La personalización del perfil de John nos indica una práctica de circunspección: Los contenidos que se encuentran en la sección de información establecen cierto control tanto de la impresión que John desea mantener como del auditorio que puede entrar en contacto con él. La información que John proporciona es suficiente para mantener una impresión, es posible identificarla con la única foto de perfil en la que lo observamos en un medio laboral y la información sobre su trayectoria académica, con estos elementos es posible considerar que la impresión que John desea transmitir es la de un investigador comprometido con el estudio de la ciencia y la tecnología.



El perfil de Jorge no contiene información detallada sobre su actividad académica o profesional así como tampoco se encuentra ningún dato relacionado a su vida personal: si tiene pareja, su fecha de nacimiento, tampoco se encuentran enlaces a otras páginas. La única información disponible es que es de León, Guanajuato y vive en la misma ciudad.

Hay elementos en el perfil de Jorge donde se hace alusión a la ciudad donde vive, desde monumentos, calles, el equipo de futbol de León o el color verde que es característico de dicho municipio, estas imágenes muestran cierta realización dramática ya que revelan su orgullo por la ciudad puesto que la conoce a profundidad, retrata lugares emblemáticos de ella pero también muestra escenas muy específicas que reflejan la vida cotidiana en León.

Las fotos de perfil se comparten públicamente aunque sin ninguna descripción. Las fotografías que observamos en las fotos de perfil no son únicamente retratos o selfies de Jorge sino fotografías donde se utilizan técnicas específicas, además de poner en práctica estas técnicas Jorge las nombra, lo cual supone un ejercicio de realización dramática donde se hace evidente que él sabe y conoce más profundamente sobre fotografía. Jorge

experimenta con la composición de sus fotografías, busca diversas texturas (pasto), contraste de colores, estampados (sillones apilados), temas (basura, niños apuntándose con armas), simetría, iluminación, tiempo de exposición, figuras geométricas, etcétera que si el medio natural no lo ofrece, busca lograrlo mediante la edición de las imágenes. El auditorio suele reconocer las habilidades de Jorge como fotógrafo puesto que solicitan que él les enseñe “truquillos” o les aconseje. Esto supone un tacto donde se sostiene la impresión de Jorge como un fotógrafo más experimentado.

En ocasiones las fotografías compartidas por Jorge son un pretexto para actualizar el contacto con algunos miembros del auditorio, se habla de planes para visitar León u otra ciudad, se hace referencia a lo que se observa en las fotografías: por ejemplo el atuendo de Jorge, su apariencia. Los intercambios textuales que producen las fotografías de Jorge ofrecen un panorama general del contexto en el que se desenvuelve él y su red de contactos, es posible observar sus intereses, los lugares donde se reúnen, sus gustos musicales e incluso llegan a bromear sobre la inseguridad que se vive en su estado debido a la presencia de organizaciones delictivas relacionadas al narcotráfico como los cárteles de los Zetas y los Caballeros Templarios.

Jorge muestra habilidades técnicas no solo en el uso de cámaras o software para la edición de imágenes, también es posible observar que maneja aparatos para la edición de audio, utiliza un mixer de cd's lo que nos indica que probablemente también es dj. Por medio de estas fotografías, Jorge agrega elementos que articulan y mantienen su papel como un joven interesado en actividades artísticas.



De acuerdo con la información visible en el perfil de Jose Moises, ha estudiado un doctorado en Educación en la Universidad Pedagógica Nacional y trabaja en el Centro de Investigaciones Pedagógicas y Sociales, es importante considerar esta información ya que a lo largo del perfil encontraremos referencias a ella de diversas maneras.

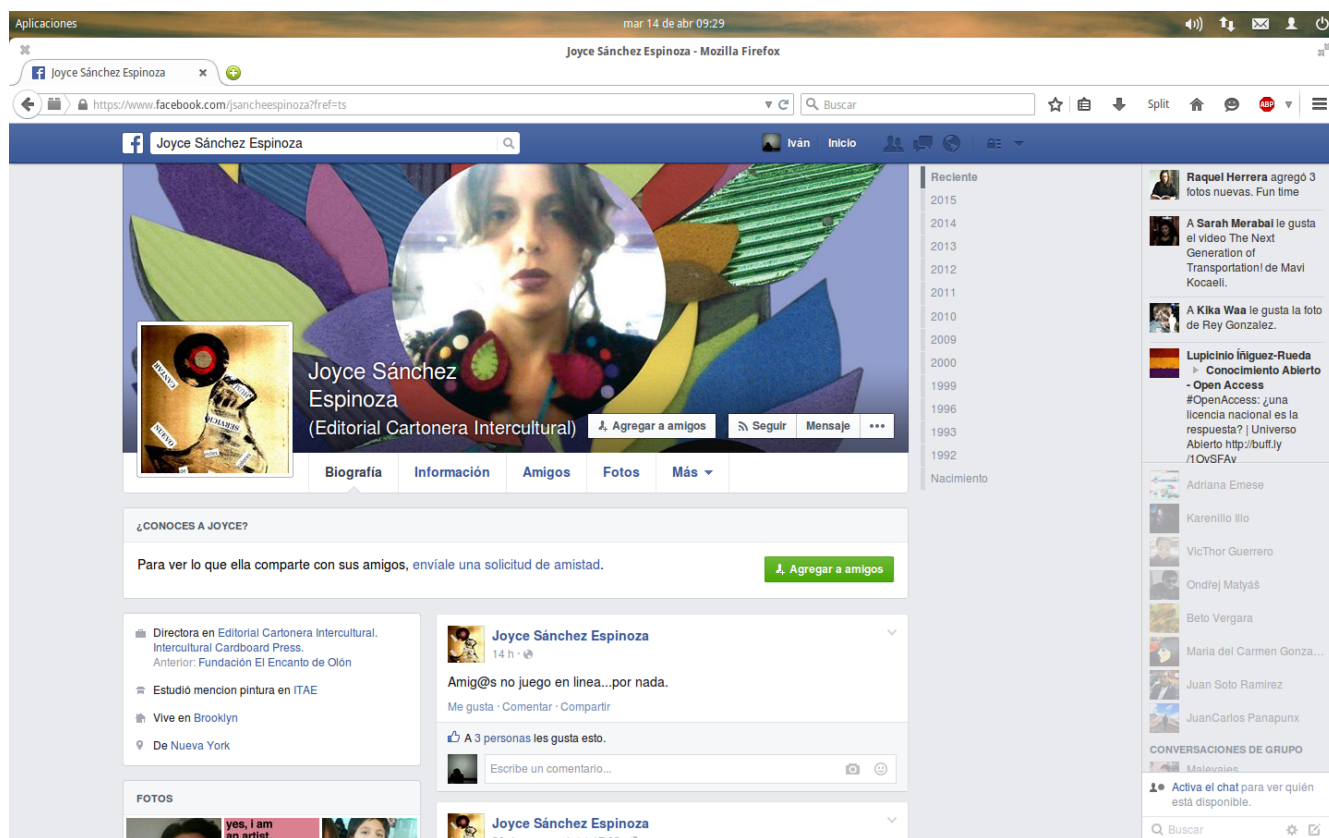
Jose menciona que es escritor y corrector de estilo, a lo largo de su perfil podemos observar que la literatura y el arte se encuentran constantemente, por ejemplo en la primera captura se logra distinguir parte de una publicación de Jose en la que escribe "RIP Galeano", el enlace de la noticia del fallecimiento del escritor uruguayo en el perfil de Jose funciona como una realización dramática que ha de confirmar su interés por la literatura.

Podemos observar que gran parte de la información compartida por Jose está relacionada con su preparación académica y su vida profesional, si bien incluye datos como la ciudad donde reside e indica a siete usuarios de Facebook como sus familiares, parece procurar darle mayor énfasis a su labor profesional, lo que muestra cierto grado de circunspección.

Ya que José no forma parte de nuestra red de contactos tenemos acceso únicamente a dos fotos de perfil, ambas compartidas en 2010. Las fotos son retratos de Jose sosteniendo una pluma, este gesto vuelve a indicarnos una práctica de realización dramática donde se hace evidente que la escritura es un elemento crucial en la vida cotidiana de Jose.

La participación del auditorio de Jose es constante en las imágenes que comparte, los comentarios que suelen dejarle muestran un tacto aun cuando existe una cercanía afectiva por parte del auditorio, es decir el auditorio se dirige a Jose de manera más informal o familiar pero sosteniendo la impresión de académico o profesor. En otros casos hemos observado que el distanciamiento afectivo suele ponerse en marcha desde el momento en que se omite información personal o íntima, en el caso de Jose notamos que esta distancia se hace evidente en dos momentos: En primer lugar cuando responde a los comentarios utilizando expresiones mucho más formales que constituyen los modales de la fachada de un profesor, en segundo lugar cuando Jose decide no responder más ante los comentarios donde se dirigen a él con familiaridad, para atenuar esta ausencia de respuesta Jose utiliza el like como una forma de hacer evidente que ha leído el comentario.

En las respuestas de José encontramos sustituciones léxicas (“salu2”) y el uso de expresiones como “Ea”, se trata de un gesto impensado que produce una disrupción en la impresión que José desea mantener ya que contradice su papel como escritor y corrector de estilo. Otra contradicción que afecta la fachada de Jose es que en su nombre de usuario ha omitido los acentos en “Jose”, “Moises” y “Alvarez”.



El perfil de Joyce aborda dos aspectos de su vida principalmente: el laboral e íntimo, se trata de dos papeles que se escenifican en distintos momentos de su vida cotidiana, en el perfil es posible observar una integración de estas dos actuaciones que configuran el rol que desempeña Joyce. Los papeles están distribuidos en dos secciones distintas del perfil, podemos encontrar el aspecto laboral en la sección de información y el más íntimo en las fotos de perfil y de portada.

Joyce comparte diversos aspectos de su formación profesional y de su vida laboral, las ciudades en las que ha vivido así como enlaces a sitios de una editorial en la que ella trabaja. En este sentido la sección de información funciona como una tarjeta de presentación, con la particularidad de que se puede abundar en los proyectos que participa activamente. La aparición de todos los enlaces en la sección de información supone una forma de escenificar la impresión de una persona que se desenvuelve en diversos proyectos artísticos en los que se pone en juego la creatividad, ésta como un rasgo distintivo de la fachada de una artista que ha tenido estudios en artes plásticas y pintura.

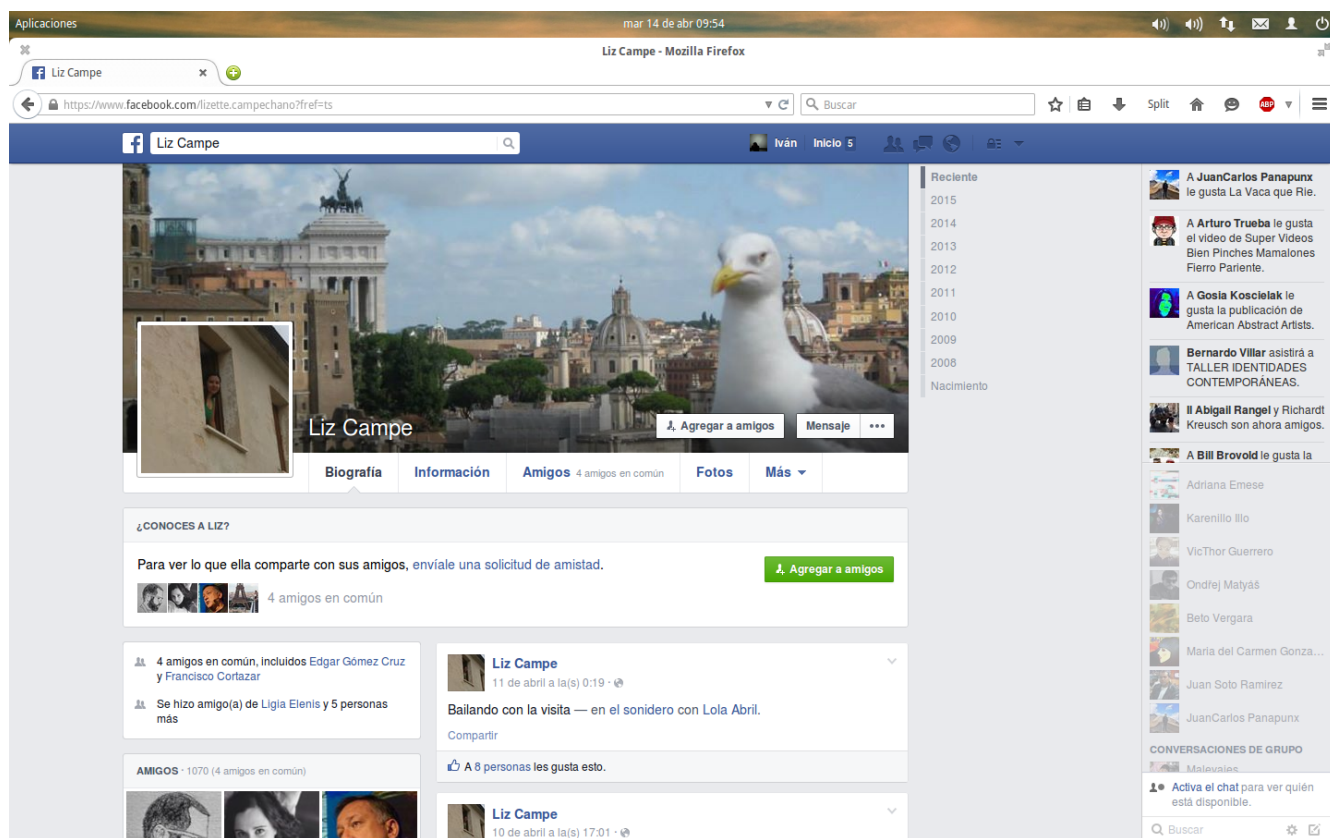
En la sección de información se pone más énfasis en dar la impresión de una persona que está dedicada enteramente a su vida profesional, no aparece ningún dato donde se muestre si tiene pareja, hijos, cuándo cumple años. Esto supone una práctica de circunspección en el sentido de que se plantean unos límites dentro de los cuales se representará una actuación y se solicita una confianza del auditorio hacia la actuante.

Sin embargo en las fotos de perfil y de portada notaremos que no hay escenas que mantengan la impresión que Joyce ha transmitido en la sección de información. Las fotos de perfil abarcan autorretratos, fotos donde aparece Joyce con sus hijos, con su pareja aunque en todos los casos sin ninguna descripción, lo cual no propicia a que el auditorio participe o intervenga en los contenidos compartidos por Joyce. Aunado a esto, el tiempo que pasa entre una y otra foto de perfil es bastante irregular, en ocasiones puede pasar un año o más con la misma foto de perfil y en otras en un mismo día cambia la foto de perfil hasta tres veces.

Dado que Joyce estudió pintura y se encuentra trabajando en una editorial donde pone en práctica la creatividad no resulta extraño que la sensibilidad emotiva esté presente en los contenidos que comparte en su perfil, a lo largo de éste se encuentran rasgos de realización dramática en los que se conjugan su papel como artista y como madre, haciendo evidente el compromiso que tiene con su profesión. Es así que la impresión que se destaca mediante la personalización del perfil de Joyce es de una artista que encuentra inspiración en la cotidianidad de sus actividades.



La personalización del perfil de Julio no muestra signos de mantenimiento de control expresivo, a pesar de que contiene información detallada sobre su vida laboral los contenidos que selecciona debilitan la impresión de profesional que intenta mantener en la sección de información, Julio no mantiene una disciplina dramática: suele responder de manera emotiva a su auditorio procurando quizás una cercanía afectiva exaltada con ellos sin identificar una distancia (afectiva) adecuada que le permita mantener la fachada de un profesional. La personalización de su perfil revela la ausencia de circunspección ya que utiliza información y fotografías donde aspectos profesionales e intereses personales se mezclan abruptamente provocando disrupciones en su impresión; por ejemplo la foto de portada que utilizó cuando tomamos las capturas de su perfil contiene la ilustración de una banda de jazz compuesta por monos, la foto de perfil muestra a Julio usando un traje sastre y un moño en el cuello, ambas fotografías parecen no corresponderse provocando así una disrupción en la impresión que Julio desea mantener.



El perfil de Liz, en contraste con otros perfiles revisados, no muestra contenido sobre su actividad profesional, de hecho encontramos más contenidos de su vida íntima y privada. La sección de información aparece completamente vacía sin embargo, en las fotos de perfil y de portada identificamos a su pareja, la facultad en la que ha estudiado así como lugares que ha visitado.

En la sección de fotos de perfil se observó que las imágenes se han compartido públicamente, la intervención de los usuarios en las fotos de Liz resaltan su apariencia, en parte quizá a que en las fotografías no se hace evidente que Liz esté realizando una actividad laboral, se le observa posando ante la cámara, sola y arreglada. Por otra parte las escenas que se retratan suelen ser de ella en situaciones sociales mucho más relajadas, posa y sonríe.

Ya que no tenemos información sobre su vida académica o laboral resulta complicado qué impresión es la que se sostiene en el perfil, sin embargo podemos notar que buena parte de

los contenidos están relacionados a su apariencia física, a la cercanía emotiva que mantiene con su auditorio. Liz no se presenta como una profesionalista sino como una usuaria que está compartiendo aspectos más íntimos de su vida con su red de contactos; en este sentido importan poco los títulos, los estudios o hacer evidentes sus esfuerzos laborales.

La intervención de los usuarios en los contenidos compartidos por Liz suelen obtener su retroalimentación, a veces respondiendo los comentarios y en ocasiones simplemente dando un like a la intervención. El like parece funcionar como una forma de hacer evidente que Liz está pendiente de todo lo que le comenta su auditorio. La personalización del perfil de Liz tiene una característica peculiar puesto que aborda en su perfil temas mucho más íntimos pero de forma pública.



El perfil de Nacho nos ofrece información sobre su preparación académica y su trayectoria profesional, Nacho -de acuerdo a la información proporcionada- es de León, Guanajuato y trabaja en la misma ciudad. Notaremos que los contenidos del perfil de Nacho abordan diversos temas aunque sirven para mantener la impresión de un investigador social, en un primer momento se podría pensar que la aparición del tema del futbol, el rock o el alcohol podrían ser elementos disruptivos para la impresión de un académico, sin embargo esto ocurre solamente si para el análisis tomamos como punto de partida una de las secciones del perfil (información, fotos de perfil y de portada). Es decir, si nos concentramos en la sección de información donde se observa una tendencia hacia los aspectos laborales y profesionales de Nacho los contenidos relacionados al rock o al alcohol pueden parecer disruptivos.

Los usuarios tienen la posibilidad de mezclar cualquier cantidad y variedad de contenidos, éstos adquieren sentidos distintos una vez que ponemos en juego la demás información proporcionada por los usuarios; así los contenidos relacionados a la música rock pueden tener otras interpretaciones, en el caso de Nacho el rock puede estar relacionado a un seminario académico o a las cualidades estéticas que él como investigador identifica. Este

nuevo sentido propuesto por los usuarios supone una forma de distinguirse y de utilizar -prácticamente- cualquier contenido para mantener una impresión.

Los contenidos que se han ido acumulando en el perfil de Nacho muestran una homogeneidad en la impresión que mantiene puesto que podemos observar la recurrencia de ciertas imágenes o ideas aún cuando observemos que son tratados una gran variedad de temas. La espontaneidad de las publicaciones que Nacho va haciendo puede verse no tan natural si hacemos una revisión de los contenidos de todo el perfil.

El intercambio textual entre Nacho y el auditorio ocurre con cierto tacto (de parte del auditorio) y a la vez manteniendo un distanciamiento afectivo (por parte de Nacho). Se evita un trato demasiado íntimo o personal y se observa que Nacho muestra cuidado en su ortografía y redacción de sus comentarios. Aunque las imágenes suelen mostrar intercambios textuales es importante mencionar que los contenidos compartidos por Nacho, en las fotos de perfil y de portada, suelen ir sin ningún tipo de descripción, esto implica que los usuarios estén familiarizados con los contenidos para poder participar.

En el perfil de Nacho no se encuentra ningún selfie así como tampoco se observan fotografías en las que se pueda distinguir al usuario, encontramos tres imágenes en las que -suponemos- Nacho aparece pero no es posible identificar claramente su rostro: en una fotografía se encuentra utilizando unos gogles, en otra su rostro queda tapado por un sombrero. La ausencia de imágenes en las que se identifique al propietario de un perfil personal no impide que el manejo de impresiones se lleve a cabo.



En el perfil de esta usuaria encontramos muy poca información sobre su actividad profesional, compartimos 5 contactos en común y no aparece la cantidad de personas que forman parte de su red de contactos (auditorio), la sección de información muestra únicamente su fecha de nacimiento y un trabajo ficticio (“operaria en vida”).

La última foto de perfil subida fue compartida públicamente y ha obtenido 17 likes, no está acompañada de ninguna descripción pero sabemos que se trata de un personaje de la serie animada dragon ball. Esta práctica de no compartir en la descripción más información de las imágenes, supone para el observador un enfrentamiento directo con la imagen; al mismo tiempo nos hace pensar que la imagen puede estar dirigida específicamente a un sector de su auditorio, esto nos puede indicar que el control sobre a quién se dirigen los contenidos del perfil no depende única y necesariamente de los ajustes de privacidad sino también con qué tan familiarizados estén los observadores con los contenidos.

La personalización de este perfil contiene imágenes que nos llevan a considerar que la usuaria no está interesada en mantener la impresión de doctorante o académica, como ha

sido el caso de otros usuarios que conformaron esta muestra. Los contenidos suelen ser alusivos a series de televisión generalmente caricaturas y anime, en esta selección de contenidos para las fotos de perfil y portada encontramos una gran cantidad de personajes secundarios de diversas series televisivas, esto mantiene la impresión de que la usuaria conoce con profundidad no sólo las series sino a los personajes.

Además de que encontramos imágenes referentes a series televisivas, películas y cortometrajes debemos resaltar que en muchas de estas imágenes los personajes que aparecen están en acción, es decir, no se observa al personaje posando para la cámara como una forma de promoción de la serie sino que se observa al personaje imbuido en una situación específica. Esto mantiene y confirma la impresión de que la usuaria conoce tan detalladamente las series que le es posible distinguir lo que ocurre en los capítulos y las situaciones que pasaron los personajes. La selección de imágenes para las fotos de perfil y de portada podrían fungir como una especie de realización dramática donde se hace evidente que la usuaria, efectivamente, ha visto los capítulos y las series completas. En este perfil es notable el papel que tiene la televisión en la selección de contenidos de la usuaria.

También es de suma importancia evidenciar que las fotos de perfil y de portada suelen estar relacionadas temáticamente, la coordinación de estos contenidos establece un orden o coherencia que se observa a lo largo del perfil y muestra un cuidado en la selección de imágenes que se compartirán. Es evidente también que la usuaria invierte mucho tiempo en ver las series, en buscar las imágenes y en subirlas a su perfil; estos contenidos -como hemos dicho- no suelen detonar mucha participación del auditorio a diferencia de las fotografías donde aparece la usuaria. En estas fotografías donde aparece ella, las escenas retratadas suelen mostrarla cubriéndose la cara, desenfocada o al fondo de la escena haciendo difícil identificarla.

En ocasiones las fotos de perfil y de portada muestran tener otra función interesante, éstas pueden servir para organizar encuentros con otros. No se habla ya de las fotografías o las imágenes en sí sino que son un pretexto para hacer preguntas más personales e íntimas

entre los usuarios, aunque esto pudiera parecer una intromisión que llevara a pasos en falso o metidas de pata se lleva a cabo este intercambio textual con cierta familiaridad.

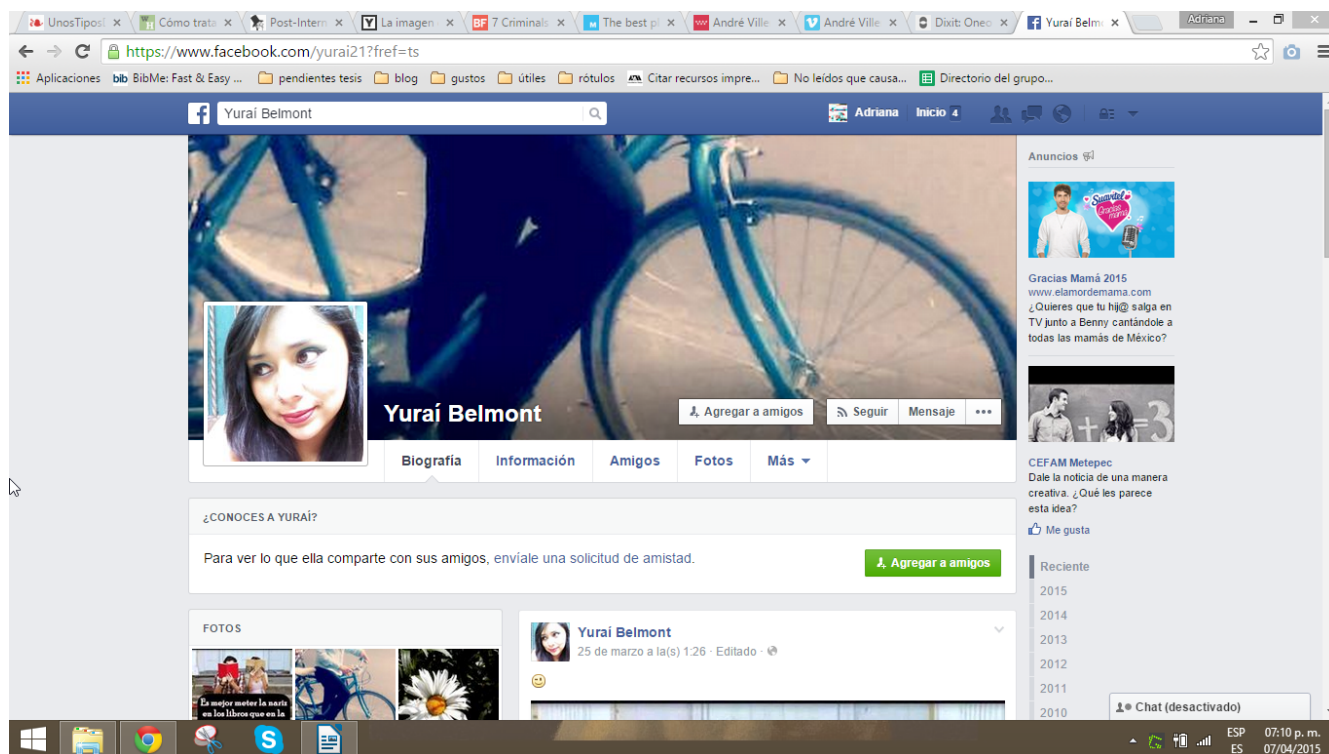
La foto de portada que utilizó el 10 de diciembre del 2014 es un dibujo donde se muestra la escena de su examen profesional de doctorado, esta es la única imagen donde describe y comparte mayor información sobre su actividad profesional. Consideramos que esta foto de perfil es disruptiva en el sentido de que los demás contenidos del perfil abordan una línea temática homogénea, en este caso la imagen muestra un evento que aunque es sobre su vida profesional termina por mostrar un aspecto íntimo de su vida personal.



La personalización del perfil de este usuario revela un alto grado de circunspección, desde el momento en que contactamos al propietario nos solicitó que no reveláramos su nombre de usuario por lo que en las capturas de pantalla hechas ha sido censurado.

Los contenidos con los que el usuario personaliza su perfil suelen estar relacionados con aspectos íntimos, el papel que desempeña el usuario parece estar definido por una estrecha relación con su familia y el lugar que ocupa en ella, como hijo o hermano. En varias ocasiones encontramos fotografiados y etiquetados a miembros de su familia en diversos momentos como reuniones y actividades de recreación actuales o de su niñez, esto muestra que la relación con su familia es una constante en su vida al mismo tiempo, la presencia de estos contenidos suponen una práctica de realización dramática.

La impresión que el usuario desea mantener no queda clara debido a la falta de información personal y profesional, los contenidos que comparte abarcan un aspecto de su vida específico dejando de fuera otros papeles que pudieran proveernos más elementos para identificar el rol que desempeña en su vida cotidiana.



La captura de la sección de biografía del perfil de Yurái muestra -además del post editado- las fotografías que la usuaria ha compartido en su perfil aunque no es posible ver su red de contactos ni tampoco el recuadro de información. A diferencia de otros perfiles donde se hace mayor énfasis en la información profesional o académica, la impresión que Yurái mantiene en el perfil es mucho más sutil. Esto no significa que no exista una impresión sino que ésta se encuentra a lo largo de los contenidos compartidos por la usuaria.

Esto nos lleva a identificar en los contenidos compartidos por Yurái -tanto en las fotos de perfil como de portada- temas que están relacionados a la creación artística (ilustración, literatura), la naturaleza. Estos elementos muestran la tendencia de una usuaria a hacer evidente una sensibilidad que ayuda a mantener la impresión de una persona creativa. Es importante notar que esto también se percibe en la familiaridad y cercanía con que se dirigen a ella en los comentarios, se hace evidente que no existe un distanciamiento afectivo al menos no de forma tan rígida o explícita.

A diferencia de otros perfiles que conforman la muestra de esta investigación observamos que el de Yuraí no posee contenidos que mantengan la impresión de una profesionalista o investigadora, observamos que los contenidos que Yuraí selecciona para la personalización de su perfil suelen tender a aspectos más íntimos y personales de su vida exaltando un carácter espontáneo donde se conjuga su sensibilidad y emotividad. Esto lo podemos identificar, por ejemplo, en las descripciones con las que acompaña las fotos de perfil y de portada, se trata de reflexiones para mantener una actitud positiva con lo cual se reafirma la fachada de una persona creativa y receptiva.

## Capítulo 5. Conclusiones

El análisis presentado para identificar las estrategias de personalización utilizadas por los usuarios miembros del grupo Etnografía digital en Facebook ha sido abordado desde tres perspectivas: Primero tomando como marco de referencia los cambios en el contexto social, tecnológico, cultural y en los discursos del yo expuestos por Kenneth J. Gergen, en segundo lugar considerando el funcionamiento de la producción industrial de diferencias planteada por Jean Baudrillard y finalmente, identificando el mantenimiento y manejo de las impresiones estudiado por Erving Goffman. Las tres perspectivas representan un camino teórico para identificar las estrategias de personalización de los perfiles personales utilizadas por los usuarios.

Los servicios de redes sociales son tecnologías de saturación que son controladas -hasta cierto punto- por los usuarios para establecer y mantener contacto con los otros, las formas en que las personas utilizan los servicios de redes sociales nos llevaron a identificar -inesperadamente- el papel que tienen las empresas que mantienen y modifican dichos servicios; por ejemplo en las formas en que se utiliza la información compartida por los usuarios para formar parte de estudios de marketing.

Voluntaria o involuntariamente tener un perfil que se actualiza cada cierto tiempo implica ya un registro de un aspecto de la realidad del usuario. El registro de las actividades cotidianas refleja una forma en que los usuarios se ven a sí mismos así como una forma en que desean ser vistos por los demás, este registro de los aspectos más importantes de lo cotidiano de acuerdo con cada individuo permite comenzar a pensar en la mezcla de las categorías online y offline puesto que los contenidos observados en los perfiles incluyen aspectos de su vida personal, laboral, íntima, académica, familiar, etc.

En la personalización de perfiles personales es posible observar la presencia simultánea de los discursos romántico, moderno y posmoderno de los que habla Gergen, la mezcla de contenidos seleccionados por los usuarios pueden representar ideas ligadas al mundo

interior, las emociones y al mismo tiempo a la razón, a la objetividad, etcétera. Desde la perspectiva de Gergen la variedad de temas que se encuentran en los perfiles personales de los usuarios puede considerarse como una evidencia de la incorporación de información del medio que los rodea; el saber social cambia con el uso de las tecnologías de saturación debido a que se adquieren múltiples y dispares posibilidades de ser.

El uso de servicios de redes sociales -entre otras tecnologías de saturación- expone a los usuarios a un numeroso auditorio, formas de relación, información, palabras, gestos, vestimentas. El intercambio textual que sucede entre los usuarios a través de los contenidos compartidos permite observar una forma de proceder donde la vida social es eficaz y tiene un sentido que para los usuarios es pertinente, lógico u obvio puesto que comparten signos que configuran una realidad social particular

La colonización del yo, tal como fue descrita por Gergen, supone la inclusión de diversas formas de ser -muchas de ellas opuestas o incongruentes- en nuestro carácter, todos estos simulacros de nosotros mismos incluyen un ruido que compromete la identidad propia. En los contenidos compartidos por los usuarios se observa un intento por exponer a un yo estable, confiable, equilibrado sin embargo ha sido posible observar que los usuarios pueden incluir en este discurso del yo aspectos que escapan totalmente de su contexto social. Esto podemos considerarlo un efecto de la saturación y también una sutil evidencia de la colonización del yo donde los usuarios defienden ideales en entornos sociales totalmente ajenos al lugar en el que viven.

Los servicios de redes sociales han llevado más lejos la producción industrial de diferencias con el supuesto objetivo de que el servicio otorgado a los usuarios sea específico en función de la singularidad del individuo, para nutrir este “servicio personalizado” se busca estimular a los usuarios a compartir cualquier tipo de información sobre sí mismos: género, creencias religiosas, políticas, gustos, intereses; para Baudrillard el primer error cometido por el usuario sería confiar en que los perfiles personales lograrán confirmar que son seres únicos e irrepetibles puesto que dichas características son intrínsecas de cada individuo, el segundo error es confiar en que las empresas realmente se preocuparán por ofrecer a los usuarios un

servicio que considere su individualidad (considérese la idea de personalización corrupta propuesta por Christian Sandvig); Facebook como empresa mantiene una búsqueda constante por aumentar su capital financiero, de aquí que dicha empresa absorba a nuevas aplicaciones y servicios que se van haciendo populares entre los usuarios, en este contexto es una gran ventaja para la empresa que los usuarios sigan concentrando y compartiendo la mayor cantidad de datos en sus perfiles personales ya que de esa manera Facebook puede utilizar dicha información para ofrecer productos o venderla a otras empresas.

Es importante considerar que aunque los usuarios no personalicen sus perfiles es relevante el hecho de que tengan una cuenta en un servicio de red social como Facebook, dicha cuenta asociada a un correo electrónico ofrece ya cierta cantidad de datos que pueden ser comercializados. Como notaremos, los perfiles personales -vistos desde la perspectiva de Baudrillard- estimulan la homogeneización de los individuos y posibilitan a las empresas a establecer pautas de comportamiento de manera global; por ejemplo en la aplicación donde los usuarios podían hacer una película sobre su actividad en Facebook, los usuarios estaban sujetos a ciertas transiciones entre imágenes y a un único tipo de música para todos los usuarios.

Los perfiles personales ayudan a la representación de diferentes aspectos de la subjetividad, y de manera similar a como ocurre con los selfies, en los perfiles personales los usuarios pueden jugar con una serie de distintos elementos para representarse a sí mismos; en este sentido los perfiles personales son un importante elemento de estudio puesto que observaremos que ahí los usuarios representan su género, la edad, la etnicidad, las posturas políticas, etc. Los selfies, de acuerdo con el planteamiento de Lasén (2012, p. 7), son contenidos que ayudan a ahorrarse explicaciones y tiempo puesto que explican visualmente la situación concreta del usuario, los contenidos que aparecen en los perfiles personales -especialmente en las fotos de perfil- pueden tener un efecto similar al descrito por Lasén; nos ofrecen información concreta sobre quién es el usuario, qué hace, un medio o contexto en el que está inscrito y una serie de prácticas para personalizar su perfil.

La forma en que estos contenidos son seleccionados por los usuarios para ofrecernos información sobre sí mismos configuran las estrategias de personalización, a través de estas estrategias los usuarios se presentan ante los otros y mantienen impresiones específicas que pueden ser leídas con los conceptos propuestos por Goffman; los perfiles personales, como se observó en el análisis, suponen un elemento más que debe cuidarse para presentarse ante los demás sin embargo, en los perfiles personales ocurre que dicha presentación considera a una audiencia que no está presente físicamente y sin embargo establece una forma en que el usuario intentará hacer su actuación creíble o sincera. Este hecho puede suponer un cambio sustancial para el planteamiento de la teoría de Goffman puesto que su trabajo tiene más sentido cuando se analiza la interacción cara a cara.

Los perfiles personales producen un efecto metonímico o sinecdótico puesto que se asume que los contenidos que están ahí retratan fielmente al usuario, en este sentido los perfiles logran un mantenimiento del control expresivo ya que la personalización de los mismos implica una burocratización de las sensaciones y los impulsos humanos con la finalidad de causar una confianza en el otro de que la actuación ofrecida a través de los contenidos del perfil es sincera y homogénea; mientras observemos más contenidos en el perfil personal relacionados a un tema o un aspecto específico de la vida del usuario se acentúa en el observador la confianza de que su actuación es sincera. Mediante la personalización de los perfiles se establece una distancia con el auditorio pues en ellos se pone en juego una diversidad de información que idealiza al usuario actuante y puede acrecentar la mistificación que el auditorio tenga del usuario, el auditorio puede entonces comenzar a adjudicarle al usuario actuante habilidades, saberes que sólo él conoce y que son *evidentes* a través de los contenidos del perfil.

La impresión que el usuario transmite a través de su perfil personal puede ser contrastada durante un encuentro cara a cara, la personalización del perfil personal no es el único nodo del que dependen las impresiones mantenidas por los individuos, cuando los usuarios tienden a mostrar únicamente los aspectos de su vida laboral o profesional y presentarse como profesores, investigadores, académicos dejando de lado su vida íntima o de pareja se intuye una forma en que el usuario se desenvolverá durante la interacción cara a cara.

Poder mezclar cualquier cantidad y variedad de contenidos en los perfiles personales supone que éstos adquieran sentidos distintos una vez que se pone en juego la demás información proporcionada por los usuarios; así los contenidos relacionados por ejemplo al rock pueden tener interpretaciones específicas para cada usuario, en algunos casos puede estar relacionado a una actividad académica o a las cualidades estéticas que el usuario en el papel de investigador identifica. Este nuevo sentido propuesto por los usuarios supone una forma de distinguirse, por otra parte otorga un sentido a la adhesión de cualquier contenido si se considera que el fin último es la transmisión de una impresión.

Ya que todos los perfiles están dirigidos o pensados para un auditorio en específico se debe considerar que al no poder interpretar qué lugar ocupa cierto contenido en la impresión de un usuario es probable que, como observadores, no se cuente con la información necesaria para poder identificar la estrategia de personalización utilizada por el usuario actuante. Por otra parte, esto supone otra forma de circunspección y control de la información por parte del usuario; los usuarios no requieren modificar necesariamente sus ajustes de privacidad para establecer un distanciamiento afectivo con su auditorio, en ocasiones establecen dicho distanciamiento cuando comparten un contenido sin ningún tipo de descripción.

Resulta conveniente señalar que en este trabajo se trató implícitamente el debate sobre cuáles son los límites de lo público y lo privado puesto que metodológicamente se debía plantear una forma de acercamiento con los usuarios sin transgredir ciertos límites; esto llevó a una reflexión sobre qué argumentos son válidos para llevar a cabo una investigación en Internet utilizando la información de otros individuos, la forma en que se solucionó esto ha sido -tal como lo plantean Estalella y Ardèvol (2007)- a través de una negociación con los mismos usuarios; son ellos quienes muestran ciertos límites que como observadores no es posible atravesar.

Como se observó y se explicó en la discusión de resultados existen diversas estrategias utilizadas por los usuarios para personalizar los perfiles personales y poder mantener una impresión determinada, haciendo uso de las categorías conceptuales planteadas por Goffman se pudo identificar en los usuarios actuantes la solicitud de confianza al auditorio, el

manejo de una fachada, la realización dramática, la idealización, la mistificación, la circunspección, el tacto, entre otras con el fin de transmitir eficazmente una impresión. Se observó también que los usuarios eligen contenidos limitados a los aspectos laborales y académicos de su vida cotidiana, este límite temático facilita el mantenimiento de las impresiones puesto que resulta más sencillo transmitir y mantener una impresión si se tiene un objetivo específico y menos información que controlar, por otra parte una vez establecida la impresión resulta menos complicado agregar nuevos contenidos al perfil.

Las estrategias de personalización permiten el control de los contenidos que son compartidos en los perfiles personales, esta práctica incluye la selección de contenidos y la forma de presentarlos ante una audiencia; las estrategias de personalización -como hemos visto- son de gran interés psicosociológico porque muestran la forma en que los usuarios se presentan, las palabras y discursos utilizados para hablar de sí mismos, se hacen evidentes también las redes sociales (en el sentido sociológico) que las personas mantienen con otros individuos y una forma en que interactúan a través de los servicios de redes sociales.

Ya que el análisis de los perfiles personales fue hecho partiendo principalmente de las propuestas teóricas de Gergen y Goffman se debe señalar que estas herramientas teóricas ofrecen oportunidades pero también limitaciones. Los planteamientos de Gergen podrían considerarse hasta cierto punto opuestos a los de Goffman si tomamos en cuenta que el sujeto posmoderno se compone de una vasta cantidad de voces incoherentes donde no se distingue fácilmente un yo real, estable y congruente a la manera moderna. Para Gergen (2006, p. 209) el texto “La presentación de la persona en la vida cotidiana” de Goffman logra mostrar las intenciones manipulativas de los individuos negando así, cualquier posibilidad de un acto espontáneo, para Goffman todos los actos de los individuos son medios para lograr un fin; como lo explica Gergen (2006):

Cada movimiento del cuerpo, en apariencia privado y espontáneo, forma parte aquí de una orquestación con el objeto de producir un efecto social. En el intento modernista de lograr eficacia semejante a la de las máquinas, se abandona toda pretensión de sinceridad [...] Por consiguiente, el sentido del yo como

manipulador estratégico es producto de un ambiente modernista, donde ya existían (o se suponía que existían) yoes reales y auténticos, y actuar de cualquier otro modo era una forma de falsificación y de engaño. (p. 210).

Por otra parte, el mismo Goffman (2012, p. 284) explica que la analogía teatral o dramática posee limitaciones que deben ser consideradas por los lectores y recomienda no ser tomada demasiado en serio. Esto supone una controversia teórica que debe ser considerada para la lectura de este trabajo, como se explicó al inicio del presente texto, la teoría funge aquí como una caja de herramientas que permite abordar un objeto de estudio parcialmente. Aun con estas limitaciones ha sido posible identificar estrategias de personalización en los perfiles de los usuarios y ha permitido la explicación de las mismas.

## 5.1 Recomendaciones para investigaciones posteriores

- El presente estudio se limitó a secciones específicas de los perfiles personales, obteniendo aun así una gran cantidad de información y datos de los usuarios. Para trabajos futuros recomendamos considerar la inclusión de más secciones de los perfiles.
- Consideramos que es posible la identificación de enlaces conceptuales con otras disciplinas como la teoría literaria, la estética y la informática. En este sentido, se pueden comenzar a considerar más herramientas teóricas e interpretativas para la lectura de datos obtenidos en los perfiles.
- Es posible llevar a cabo un estudio donde se aborde la cuestión de la memoria en relación a los contenidos publicados en los perfiles personales, por ejemplo partiendo de la documentación que los usuarios hacen de su vida diaria.
- Puede ser de interés observar los procesos de socialización que ocurren en Internet, por ejemplo la aparición de la netiqueta en servicios de redes sociales.
- En estudios posteriores puede considerarse el papel que tienen las plataformas en la forma en que son utilizados ciertos servicios de redes sociales, por ejemplo considerar de qué manera impactan los algoritmos de Facebook en la personalización de perfiles personales, esta idea ha sido comenzada a explorar por Chris Sandvig (2014) y la ha llamado “personalización corrupta”.

## Bibliografía

Abbate, J. (1994). *From ARPANET to Internet: a history of ARPA-sponsored computer networks, 1966-1988*. Ann Arbor: University Films International.

Aguilar, C. (2011) *Uso de Facebook entre jóvenes universitarios de Querétaro como herramienta para fortalecer su cultura política* Tesis (Maestría) Universidad Autónoma de Querétaro, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. México, p. 188

Alvarado, H. (2013) *Interacción discursiva en FB: ¿Una nueva modalidad de construcción de identidad?* Tesis (Maestría en Comunicación) Universidad Nacional Autónoma de México. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. México. p.181

Amaral, A. y Aquino, M. C. (2008). *Prácticas de folksonomía e social tagging no Last.fm*. In *Proceedings of Conference on Human Factors in Computing Systems*.

Aragonés, J. & Luján, S. (2002). *Imagen digital*. Universitat d' Alacant. España. Disponible en: [http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/22135/4/gi\\_v-08\\_09-03-ImagenDigital.pdf](http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/22135/4/gi_v-08_09-03-ImagenDigital.pdf)

Ardévol, E., & Gómez Cruz, E. (2009). *Lo visual como objeto de estudio antropológico en la era digital (pp. 1–11)*. Buenos Aires, Argentina.

Asensi Pérez, Manuel (2007), "Crítica, sabotaje y subalternidad", *Lectora*, 13: 133-153. ISSN: 1136-5781 D.L. 395-1995.

Baudrillard, J. (2009). *La sociedad de consumo: sus mitos, sus estructuras*. Siglo XXI de España Editores.

Berger, J., Blomberg, S., Fox, C., Dibb, M., & Hollis, R. (2000). *Modos de ver. (2o ed.)*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.

Boyd, D. (2014) *It's complicated: the social lives of networked teens*. Yale University Press. Londres.

Boyd, D. m. & Ellison, N. B. (2007). *Social Networks Sites: Definition, History, and Scholarship*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230.

Calderón, A. (2011). *Análisis comparativo de la presentación personal virtual en diferentes espacios de interacción*. Fonseca, *Journal of Communication*, 3, 153–169.

Camarena, C. (2010). El uso de Internet como medio de contacto entre gay's para sus prácticas sexuales. Tesis de Licenciatura. Universidad Nacional Autónoma de México. Estado de México, México.

Castells, M. (2001). *La galaxia Internet: reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad* (1a ed.). Barcelona: Plaza & Janés.

Caro Castaño, L. (2012). *Identidad Mosaico. La encarnación del yo en las redes sociales digitales*. TELOS (Cuadernos de Comunicación E Innovación), 1–8.

Castañeda, D. (2012) *Repercusiones en las relaciones interpersonales, en el ámbito académico, a causa del uso de las redes sociales. Caso Facebook*. Tesis (Licenciatura) Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y sociales. México, Distrito Federal. p. 97

Celaya, J. (2011). *Cultura digital en redes sociales. Escasa creación original, colaborativa, participativa*. TELOS (Cuadernos de Comunicación E Innovación), 2–4.

Cobo Romaní, Cristóbal; Pardo Kuklinski, Hugo (2007). *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona / México DF.

Costigan, J. T. (1999). *Introduction, forests, trees and internet research*, en Jones, S. (ed.),

*Doing Internet research critical issues and methods for examining the Net* (pp. xvii-xxiv). Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications.

Debord, G. (1995). *La sociedad del espectáculo*. Ediciones Naufragio. Santiago.

De Rivera, J. (2010). [en línea] *La socialización tecnológica: La expresión de la identidad personal y nuevas formas de relación social en las redes sociales de Internet*. [Consultado en Abril 2014] Disponible en: <http://sociologiayredessociales.com/textos/SocializacionTecnologica-JavierdeRivera.pdf>

Del Fresno García, Miguel (2011): "Netnografía. Investigación, Análisis e Intervención Social online", Editorial UOC. Barcelona-España.

Di Próspero, C. (2011) *Autopresentación en Facebook: un yo para el público*. Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad [en línea] 2011, 3 (Agosto-Noviembre): [Julio de 2014] Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=273219417005>

Erstad, O. (2008) *Trajectories of Remixing: Digital Literacies, Media Production, and Schooling*. En *Digital literacy and participation in online social networkins spaces*. Nueva York.

Estalella, Adolfo & Ardèvol, Elisenda (2007). Ética de campo: hacia una ética situada para la investigación etnográfica de internet [85 párrafos]. Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research, 8(3), Art. 2, <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs070328>.

Fausing, B. (2013). *Selfie and The Search for Recognition.: See for your Selfie*. Academia. Edu.

Fausing, B.(2014).*Selfies Shape the World: Selfies, Healthies, Usies, Felfies...*

Academia.edu. Accessed Mar 21, 2014, from:  
[https://www.academia.edu/6488189/Selfies\\_Shape\\_the\\_World\\_Selfies\\_Healthies\\_Usies\\_Felfies](https://www.academia.edu/6488189/Selfies_Shape_the_World_Selfies_Healthies_Usies_Felfies)

Fernández, A. (2012). *User profiling. De la auto-objetivación como fuente de control*. TELOS (Cuadernos de Comunicación E Innovación), 1–9.

Flichy, P. (2007). *The internet imaginaire*. Cambridge, Mass.: MIT Press.

Gauntlett, D. (2000). *Web studies: Users guide*, en Gauntlett, D. (ed.), *Web.studies: Rewiring media studies for the digital age* (pp. 2-18). London: Arnold.

Gergen, K. (2006) *El yo saturado. Dilemas de identidad en el mundo contemporáneo*. Paidós. Barcelona.

Goffman, E. (2012). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Amorrortu. Buenos Aires.

Gómez Cruz, E. (2012). *La fotografía digital como una estética sociotécnica : el caso de la Iphoneografía Digital*. AISTHESIS, 52, 393–406.

Gómez Cruz, E. (2013). *Hacia la construcción de una sociología de la imagen digital más allá de la representación*. (p. 12). Retrieved from:  
[https://www.academia.edu/5250295/Hacia\\_la\\_construccion\\_de\\_una\\_sociologia\\_de\\_la\\_imagen\\_digital\\_mas\\_alla\\_de\\_la\\_representacion](https://www.academia.edu/5250295/Hacia_la_construccion_de_una_sociologia_de_la_imagen_digital_mas_alla_de_la_representacion)

Gómez Cruz, E., & Ardèvol Piera, E. (2011). *Imágenes revueltas: los contextos de la fotografía digital*. QuAderns-E, 16, 89–102.

Gómez Cruz, E. (2012) *De la cultura Kodak a la imagen en red, una etnografía sobre fotografía digital*. UOC. Barcelona.

González, S. (2012) *Los mensajes amorosos en Facebook de los estudiantes de FCPYS, UNAM*. Tesis (Licenciatura) Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. México, D.F. p. 226

Gubern, R. (2000) *El eros electrónico*. Madrid. Taurus.

Habermas, J, (1998) *¿Aprendemos de las Catástrofes? Diagnóstico y retrospectiva de nuestro breve siglo XX*. En Nexos (20-09-1998). Disponible en: <http://www.nexos.com.mx/?p=8965>

Haraway, D. (1991) *A Cyborg Manifesto: Science, Technology, and Socialist-Feminism in the Late Twentieth Century* en *Simians, Cyborgs and Women: The Reinvention of Nature* (pp.149-181) Nueva York.

Hernández Sánchez, D. (2008). *Copias, postproducciones y otras estéticas del guardar-como*. Contrastes, Suplemento, 13, 75–93.

Herrera Harfuch, M. F., Pacheco Murguía, M. P., Palomar Lever, J. & Zavala Andrade , D. (2010). *La Adicción a Facebook Relacionada con la Baja Autoestima, la Depresión y la Falta de Habilidades Sociales*. *Psicología Iberoamericana*, 18(1) 6-18. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=133915936002>

Hidalgo, A. C. (2014) *Refriending Facebook* [en línea]: MIT Technology Review. [Consultado en julio 2014]. Disponible en: [http://www.technologyreview.com/view/528756/refriending-facebook/?utm\\_campaign=socialsync&utm\\_medium=social-post&utm\\_source=facebook](http://www.technologyreview.com/view/528756/refriending-facebook/?utm_campaign=socialsync&utm_medium=social-post&utm_source=facebook)

Hillis, D. (2013, Febrero 26). *Internet podría estallar. Necesitamos un plan B* [video]. Obtenido de [http://www.ted.com/talks/danny\\_hillis\\_the\\_internet\\_could\\_crash\\_we\\_need\\_a\\_plan\\_b?language=es](http://www.ted.com/talks/danny_hillis_the_internet_could_crash_we_need_a_plan_b?language=es)

Hine, C. (2011). *Etnografía virtual*. Editorial UOC.

House, N. & Davis, M. (2005). *The Social Life of cameraphone images*. Retrieved March, 15, 2010.

Jankowski, N. W. (2006). *Creating community with media: History, theories and scientific investigations*, en Lievrouw, L. A., Livingstone, S. (eds.), *Handbook of New Media Student Edition* (pp. 55-74). London: SAGE Publications.

Jawaheer, G., Szomszor, M., & Kostkova, P. (2010, September). *Comparison of implicit and explicit feedback from an online music recommendation service*, en *Proceedings of the 1st international workshop on information heterogeneity and fusion in recommender systems* (pp. 47-51). ACM.

Jones, S. (1999). *Studying the net. Intricacies and issues*, en Jones, S. (ed.), *Doing Internet research critical issues and methods for examining the Net* (pp. 1-27). Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications.

Katz, J. y Rice, R. (2005). *Consecuencias sociales del uso de Internet*. UOC. Barcelona.

Kauchakje, S., Camillo, M., Frey, K. & Duarte, F. (2006). *Redes socio-técnicas y participación ciudadana: Propuestas conceptuales y analíticas para el uso de las TIC's*. REDES-Revista Hispana para el análisis de redes sociales. Vol. 11, no. 3. Disponible en: [http://revista-redes.rediris.es/html-vol11/Vol11\\_3.htm](http://revista-redes.rediris.es/html-vol11/Vol11_3.htm)

Kress, G. & van Leeuwen, T. (2001) *Multimodal discourse. The modes and media of contemporary communication*, Londres.

Larraín S., M. E., & Arrieta C., M. (2010). *Adolescencia: Identidad, Moda y Narcisismo*. Revista de Comunicación, 9, 174–189.

Lasén, A. (2012). *Autofotos. Subjetividades y Medios Sociales* en García-Canclini, N. y Cruces F. (eds.) *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales. Prácticas emergentes en las artes, el campo editorial y la música*. Madrid: Ariel (pp. 243-262).

Levy, M., & Bosteels, K. (2010). *Music recommendation and the long tail*, en *1st Workshop On Music Recommendation And Discovery (WOMRAD)*, ACM RecSys, 2010, Barcelona, Spain.

López, R. A. (2011). *La construcción del capital social en las redes sociales en Internet: Discutamos México en Facebook*. (Tesis Doctoral inédita). Facultad de Ciencias políticas y sociales con orientación en comunicación. Universidad Nacional Autónoma de México, México D.F.

Lovink, G., & Rasch, M. (Eds.). (2013). *Unlike Us Reader. Social media monopolies and their alternatives*. Amsterdam: Institute of Network Cultures. Disponible en: [www.networkcultures.org/publications/inc-readers](http://www.networkcultures.org/publications/inc-readers)

Lovink, G. (2009). *Dynamics of critical internet culture*. Amsterdam: Institute of Network Cultures.

Madariaga, C.; Abello, R.; Sierra, G. (2003). *En búsqueda del concepto integrador y del contexto integrado en: Redes sociales, infancia, familia y comunidad*. Ediciones Uninorte. Barranquilla

Markham, A., & Buchanan, E. (2012). Ethical decision-making and Internet research 2.0: Recommendations from the AoIR ethics working committee. *Laddas ner via: http://aoir.org/reports/ethics2.pdf*.

Markham, A. (2003). *Metaphors reflecting and shaping the reality of the Internet: Tool, place, way of being*. Paper presented at the conference of the International Association of Internet Researchers in Toronto, Canada, October 2003. Disponible en:

<http://markham.internetinquiry.org/writing/MarkhamTPW.pdf>

Marzal Felici, J. (2007). *Cómo se lee una fotografía. Interpretaciones de la mirada*. Madrid, Cátedra.

Oguibe, O. (2006) *La conectividad y el destino de los no conectados. Criterios*, 135-149. La Habana.

Okkels, S.(2014). *Selfies are out - Now we take Healthies*. Scribd

Pardo, H. (2007). *Un esbozo de ideas críticas sobre la Wb 2.0*, en *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona/México DF.

Pérez Salazar, G. & Aguilar Edwards, A. (2012). *Reflexiones conceptuales en torno a las redes sociales en las redes sociales: un recorrido de la teoría a las prácticas comunicativas en facebook, twitter y google+*. Razón y Palabra, 17(79) Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199524411018>

Ponce-Rojo, A., Hernández-Vega, L., Hernández-Contreras, J. & Fernández Rodríguez , J. S. (2012). *Análisis de contenido de las interacciones en línea en cursos de pregrado usando Facebook en una modalidad de blended learning*. Revista Electrónica Sinéctica, (39) 1-19. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99826889006>

Ponce, I. (2012). *[En línea] Monográfico: redes sociales. [Consultado en Mayo 2014]* Disponible en: <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/es/internet/web-20/1043-redes-sociales>

Porras Rodríguez, M. A. (2012). *La construcción de la imagen en el marketing político. Versión Estudios de Comunicación Y Política*, 30, 133-149.

Puelles Romero, L. (2008). *En el mundo de Truman. Génesis del estado de hiperrealidad. Contrastes. Suplemento, 13, 187–210.*

Racamán Payo, A. (2011). Generación conectada con imágenes. *Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*, 12(4) 88-111. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=201022649007>

Rettberg, J. (2014). *Seeing ourselves through technology*. Disponible en: <https://docs.google.com/presentation/d/1Q9VuPno4XE5s4jmThr3jJvegzs2d2Zgu-NejNgjMJEY/edit#slide=id.p88>

Sánchez, L. & Buset, S. (2009). *Imagen*. Disponible en: <http://glossarium.bitrum.unileon.es/Home/imagen>

Sandoval-Almazán, R. & Saucedo-Leyva, N. K. (2010). *Grupos de interés en las redes sociales: el caso de Hi5 y Facebook en México*. *Tecnociencia Chihuahua*, 4(3), 132-141.

Sandvig, C. (2014) *Corrupt Personalization* [en línea]: Social Media Collective. [Consultado en julio 2014]. Disponible en: <http://socialmediacollective.org/2014/06/26/corrupt-personalization/>

Sartori, G. (1998) *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Taurus. Argentina.

Sibilia, P. (2012) *La intimidad como espectáculo*. Fondo de Cultura Económica, Argentina.

Siles, I. (2008). *A la conquista del mundo en línea: Internet como objeto de estudio (1990-2007)*. *Comunicación y Sociedad*, julio-diciembre, 55-79.

Silfverberg, S., Liikkanen., A.L. & Lampinen, A. (2011) *I'll Press Play, but I Won't Listen: Profile Work in a Music-Focused Social Network Service*. *CSCW'11: Proceedings of the ACM 2011 conference on Computer supported cooperative work*. ACM New York, NY, USA.

Silver, D. (2000). *Looking backwards, looking forwards: cyberculture studies 1990-2000*, en D. Gauntlett (ed.), *Web.studies: Rewiring media studies for the digital age* (pp. 19-30). London: Arnold.

Sixto García, J. (2014). Mujeres y hombres en las redes sociales. Estudio del perfil de usuario. *Revista TELOS (Cuadernos de Comunicación E Innovación)*, 1–12.

Soto, J. (2012). *Las imágenes y la sociedad (o las imágenes, la sociedad y su desciframiento)*. *Athenea Digital*, 12(3), 217–224.

Stringer, G. (1999). *The internet: MIT2114/2214 [Manual] Creative Media and Information Technology*, University of Exeter. [Fecha de consulta: Febrero 2014]. Disponible en <http://es.scribd.com/doc/171544864/What-is-Internet>

Túñez, M. & Sixto, J. (2011). *Redes sociales, política y Compromiso 2.0: La comunicación de los diputados españoles en Facebook*. *Revista Latina de Comunicación Social*,(66) 1-25. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81921340015>.

Verdú, V. (2005). *Yo y tú, objetos de lujo*. Editorial Debate.

Walker, J. (2014) *Seeing ourselves through technology* [video]: Center for Digital Scholarship, Brown University [Consultado en julio 2014]. Disponible en: <http://vimeo.com/99313872>

Wakeford, N. (2000). *New media, new methodologies: studying the web*, en D. Gauntlett (ed.), *Web.studies: rewiring media studies for the digital age* (pp. 31-41). London: Arnold. <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

White, M. (2006). *The body and the screen. Theories of internet spectatorship*. Massachusetts Institute of Technology Press. Cambridge, Massachusetts.

Winocur, R. (2012). *Transformaciones en el espacio público y privado. La intimidad de los*

*jóvenes en las redes sociales*. TELOS (Cuadernos de Comunicación E Innovación), 1–9.