

Construcción de la identidades en las redes sociales y cómo habitan la red los individuos.

Cristian Varnier y Carlos Toledo.

Cita:

Cristian Varnier y Carlos Toledo (2021). *Construcción de la identidades en las redes sociales y cómo habitan la red los individuos*. XIV Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-074/57>

Título. Construcción de la identidades en las redes sociales y cómo habitan la red los individuos.

Nombre y apellido de los autores: Doctor Luis Sujatovich (UNQUI y UDE).Licenciado Carlos Toledo (UNLP-UDE) y Cristian Fernando Varnier (UNLP-UDE)

Correo electrónico de referencia: cvarnier05@hotmail.com

Mesa de trabajo elegida: Jornadas de Sociología 2021.Mesa: 254

Inscripción institucional: Facultad de Ciencias Sociales Universidad Nacional de Buenos Aires.

Palabras Claves: Identidades. Redes sociales. Individuos. Habitar. Integración.

1-Introducción temática

Las prácticas sociales y la integración que necesitan los individuos para constituirse como miembros sociales y para buscar aprobación y legitimación del otro, se observa en el uso de la red social Facebook y como en ese contexto de intercambio de diálogos, discursos y prácticas sociales se constituye y se referencia nuestro sujeto de estudio en esta ponencia.

Esa búsqueda de legitimación le confiere al uso una ligazón a un doble aspecto de la dimensión psicológica: Por un lado la necesidad, por el otro la carencia. Necesidad del otro para validarme y carencia de lazos afectivos, reemplazados por la virtualidad de "amigos" invisibilizados.

El objetivo implica analizar a nivel social que rol cumplen las nuevas tecnologías en la construcción individual y en la integración social en tanto colectivo humano y seres gregarios.

El impacto de la red social facebook(como el de otras redes sociales) en las prácticas sociales, en las relaciones interpersonales y en las conductas que devienen de ello, presentan aspectos vinculados a la comunicación no solamente novedosos sino que, en algunos aspectos, son revolucionarios en los términos de modificaciones sustanciales, impactantes y duraderas.

La temática de la tecno sociabilidad a través de liderazgos intermedios puede servir para articular canales de comunicación por fuera de la comunicación tradicional cara a cara y

focalizar en las nuevas formas de relacionarse con los otros. Estamos frente a un modelo comunicacional y de interacción humana que debe permitir reflexionar sobre las acciones que hacen los sujetos en el universo de las redes.

La comunicación no solo tiene por fin relacionarnos y ayudar a comprendernos, sino y esencialmente ayuda a construir nuestras propias identidades. Siempre hay emisores y receptores, pero también se construyen imágenes. La imagen que tenemos de los otros, de nosotros mismos, de lo que creemos que piensan de nosotros y de lo que realmente vemos.

La búsqueda de identidad social como paso previo e imprescindible para lograr una integración al grupo, se erige como una de las caras más visibles en la observación de los comportamientos individuales en función del colectivo social.

Esta construcción tiene por principalísimo objetivo operar sobre los imaginarios sociales de pertenencia y de referencia al que todo colectivo social retribuye y del que se quiere formar parte, en un intento por achicar las distancias espaciales, pero también las simbólicas.

El análisis de las redes sociales-en este caso particular, facebook- se centra en descubrir los patrones de interacción entre las personas. La relación entre investigadores e investigados en las ciencias sociales es una relación de interacción significativa. En las ciencias sociales el tipo de interacción que se plantea es una interacción de pares, caracterizada por su dimensión dialógica.

El objetivo implica analizar a nivel social que rol cumplen las nuevas tecnologías en la construcción individual y en la integración social en tanto colectivo humano y seres gregarios.

1-Prácticas sociales e integración individual.

Las prácticas sociales y la integración que necesitan los individuos para constituirse como miembros sociales y para buscar aprobación y legitimación del otro. Existe una especie de lazo digital que reconfigura una construcción social de sentido entre el usuario que realiza la publicación y el que la aprecia y decide interactuar con ella. Los mensajes se vuelven multidireccionales y la comunicación es constante, permanente, sin intermediarios.

Las redes sociales como parte de otra parte (sistema de medios concentrado) van configurándose en un todo vinculado al poder como fijador de ideologías, de sentido común, de estereotipos circulantes. Es interesante saber que en toda construcción de mensajes en las redes sociales el que lo emite no ve la cara del que lo recibe, por lo menos en apariencia.

Hoy podemos decir que la comunicación implica la actuación de diferentes actores.

- a) los ciudadanos que interactúan en cuestiones coyunturales y momentáneas;
- b) los medios de comunicación tradicionales que se vieron obligados a redefinir formas profesionales y formatos comunicacionales.
- c) Los nuevos medios de comunicación o las nuevas tecnologías: principalmente las redes sociales.
- d) Los movimientos y organizaciones sociales y no gubernamentales.
- e) Grupos de intervención en las redes bajo el formato de minorías intensas.

La temática de la tecno sociabilidad a través de liderazgos intermedios puede servir para articular canales de comunicación por fuera de la comunicación tradicional cara a cara y focalizar en las nuevas formas de relacionarse con los otros. Estamos frente a un modelo comunicacional y de interacción humana que debe permitir reflexionar sobre las acciones que hacen los sujetos en el universo de las redes.

Todo proceso colectivo implica la construcción de un discurso, de una opinión y de identidades en forma simultánea: colectiva e individual.

La comunicación en su concepto amplio implica un proceso de ida y vuelta dentro de la sociedad y ya no con el viejo esquema unidireccional de emisor – mensaje – receptor. Se trata de la comunicación como producción social de sentido: La comunicación es un

proceso social de producción, intercambio y negociación.

La imagen que tenemos de los otros, de nosotros mismos, de lo que creemos que piensan de nosotros y de lo que realmente vemos. Y el poder de la imagen en estos tiempos es inmenso y produce un efecto muy importante en las conductas de los individuos y en las relaciones con el otro.

Trabajar en la temática de la tecno sociabilidad a través de liderazgos intermedios puede servir para articular canales de comunicación por fuera de la comunicación tradicional cara a cara y focalizar en las nuevas formas de relacionarse con los otros. Estamos frente a un modelo comunicacional y de interacción humana que debe permitir reflexionar sobre las acciones que hacen los sujetos en el universo de las redes.

Si se analiza detenidamente los planos visibles en los que se operan las redes sociales, podemos afirmar que a los usuarios/actores se les brinda gratuidad, instantaneidad y privacidad. Por supuesto que la suma de estos factores es lo que potencia su uso, además del goce de la característica de libertad que les otorga a los usuarios. Esa libertad se puede leer y entender en clave de equivalencia con el prestigio, la fama, el reconocimiento popular.

Existe una pulsión por la respuesta inmediata y continúa, pero que no implica necesariamente el intercambio de ideas, sino, una nueva manera de comunicación que está escribiéndose y configurándose.

En definitiva, y ya lo había señalado Theodor Adorno, de lo que se trata es de la circulación, explotación y producción de bienes culturales, de modo que actúen como una forma de cohesión social y buscando la conformidad en torno a los instrumentos a utilizar y a las formas de intercambio simbólico. La cohesión e integración social representa uno de los objetivos de los individuos. Esa doble operación implica adecuarse a las condiciones que necesitan para obtener la aprobación del otro. Habitar la red es una de las formas en que nosotros, implícitamente, acordamos esa integración que es una de las caras del control social. Siguiendo esta línea, el manejo de la información genera poder. Este empoderamiento trae consigo la posibilidad de desafiar representaciones, poner en cuestión concepciones naturalizadas y promover un diálogo sin intermediarios. Se genera un vínculo más directo y sin filtros.

Cómo toda práctica social, la comunicación tiene un papel fundamental que es evitar la reclusión en sí mismo de manera que incorpore y excluya permanentemente. Integrar

todos aquellos temas que logren una doble operación: por un lado polemizar acerca de aquellos temas de dominio público, pero y muy importante, logran que se seleccione, jerarquice e identifique a la agenda pública.

Las redes sociales están estableciendo un poder que las configura como uno de los instrumentos de comunicación vitales tanto como productores de contenidos como de la interacción que se produce entre los individuos “dentro” de las redes sociales. Quien dice en las redes sociales, de alguna manera también hace. La palabra circulante me sirve para sentar posición, y además como signo de militancia social, de vínculo El uso y la extensión de las redes sociales que utilizan los ciudadanos como forma de “Integración social y la constitución de un contrapoder simbólico para la realización de acciones políticas y sociales y que configuran instrumentos de conocimiento y de construcción de la realidad¹”

Pierre Bourdieu señalaba que las diferentes clases y fracciones de clase están comprometidas en una lucha propiamente simbólica para imponer la definición del mundo social más conforme a sus intereses, el campo de las tomas de posición ideológicas que reproduce, bajo una forma transfigurada, el campo de las posiciones sociales.

La verdadera importancia, además de su radicalidad en el sentido en que se implementó. La social media no sólo funciona como instancia de visibilización, comunicación y exhibición que además utiliza las opiniones de los usuarios, las corrientes de datos y la sensibilidad digital, para poder estructurar una interacción y una retroalimentación social. Esta construcción tiene por principalísimo objetivo operar sobre los imaginarios sociales de pertenencia y de referencia al que todo colectivo social retribuye y del que se quiere formar parte, en un intento por achicar las distancias espaciales, pero también las simbólicas.

1 Bourdieu, Pierre intelectuales, política y poder, Eudeba, marzo de 2014, página 67

Por supuesto que exponer las prácticas sociales de un grupo o colectivo como el propuesto, implica de manera necesaria y suficiente exponer las teorías que explican esas mismas prácticas sociales asociadas a las propias estructuras de funcionamiento de cualquier sociedad. En este análisis que se propone, podemos remitirnos a las explicaciones de esas estructuras que se fundan en las relaciones establecidas por diferentes grupos en el análisis que realizó Pierre Bourdieu. En su texto el Sentido práctico afirma que “los condicionamientos asociados a una clase particular de condiciones de existencia producen hábitos, sistemas de disposiciones duraderas y transferibles estructuras estructuradas predispuestas a funcionar como estructuras estructurantes, es decir, como principios generadores y organizadores de prácticas y de representaciones que pueden ser objetivamente adaptadas sin suponer conscientemente el propósito de ciertos fines ni el dominio expreso de las operaciones necesarias para alcanzarlos, objetivamente reguladas y regulares sin ser para nada la obediencia a determinadas reglas y, por todo ello, colectivamente orquestadas sin ser el producto de la acción organizadora de un director de orquesta

El propio Bourdieu² señala en tal sentido la importancia que adquieren los símbolos teniendo en cuenta que se habla de sistemas intangibles. Los símbolos son los instrumentos por excelencia la “la integración social” en cuanto instrumentos de conocimiento y de comunicación. Esos símbolos son un poder. Poder simbólico en palabras de Bourdieu y que es “un poder subordinado, es una forma transformada- es decir irreconocible, transfigurada y legitimada- de las otras formas de poder.

² Bourdieu, Pierre, el sentido práctico, página 86

2- Sistemas virtuales y sistemas simbólicos

Como instrumentos de conocimiento y de comunicación, los “sistemas simbólicos no pueden ejercer un poder estructurante sino porque son estructurados. El poder simbólico es un poder de construcción de la realidad que tiende a establecer un orden gnoseológico.

No se puede negar que toda práctica social implica de manera cabal, un resumen de momentos y de historias. Trayectorias y experiencias que se vuelcan en las interrelaciones en la búsqueda de un objetiva que nos defina y que nos permita acceder a los deseos-imaginarios o reales- que motivan cualquier acción humana.

Por tal motivo la práctica y el hábito de esa práctica revisten importancia a la hora de explicar al individuo actuando en función de la integración a un colectivo.

Pierre Bourdieu (uno de los intelectuales más importantes en el siglo 20 en Francia) fue una voz experimentada y esencial en la observación y explicación de prácticas que definen las acciones de un grupo humano. En el sentido práctico al construir la definición de habitus y su ligazón a las prácticas dijo que “producto de la historia, el habitus origina prácticas individuales y colectivas, y por ende historia, de acuerdo con los esquemas engendrados por la historia; es el habitus el que asegura la presencia activa de las experiencias pasadas que, registradas en cada organismo bajo las formas de esquemas de percepción, de pensamientos y de acción, tienden con más seguridad que todas las reglas formales y todas las normas explícitas, a garantizar la conformidad de las prácticas y su constancia en el tiempo.

Quizás debemos preguntarnos no si se puede construir un poder que organice a los individuos en sus relaciones interpersonales a través de las nuevas tecnologías sino de qué tipo es ese poder. Si es inmaterial e intangible responde a símbolos y jerarquiza esos símbolos de manera tal que también impacta en las formas en que nos constituimos. Para citar a Bourdieu cabe deducir entonces, que “el poder simbólico como poder de constituir lo dado por la enunciación, de hacer ver y creer, de confirmar o de transformar la visión del mundo y, por ello, la acción sobre el mundo, por lo tanto el mundo; poder casi mágico que permite obtener el equivalente de lo que es obtenido por la fuerza, gracias al efecto específico de movilización, no se ejerce sino si él es reconocido, es decir desconocido como arbitrario”.

El poder simbólico en definitiva trabaja en las diferentes especies de capital simbólico. Esencialmente en el trabajo de disimulación y de transfiguración de las propias palabras. El escenario y panorama cambiante y múltiple se evidencia también en la construcción de los objetos y de los sujetos a alcanzar. Denis De Moraes³ dice que “las principales características del sistema mediático se resumen en la capacidad de fijar sentidos e ideologías, formar opiniones y trazar líneas predominantes del imaginario social”. Este es el punto central y en el que debe residir todo análisis del objeto y del sujeto de estudio. Las redes sociales actúan administrando continuamente la información que cada uno de sus usuarios produce, percibe y difunde. Roxana Morduchowicz ⁴, doctora en Comunicación que centra su análisis principal en los adolescentes y su influencia en la sociedad digital actual, habla de “prosumidores” para referirse a estos nuevos ciudadanos digitales: término derivado de la conjunción entre “productores” y “consumidores”, en un mundo multimediatizado.

Roxana Morduchowicz⁵ señala que “decimos que la vida social de los jóvenes se mueve entre dos esferas: la virtual (on line), en los vínculos que los chicos establecen en el ciberespacio y el real (off line) en el mundo de sus relaciones cara a cara. Los adolescentes entran y salen de ambos universos permanentemente, sin necesidad de distinguir sus fronteras de manera explícita”.

El trabajo de Morduchowicz es interesante en el sentido que no se queda en la observación acrítica de la revolución tecnológica que se experimentó en el nuevo siglo. Las Tics, es cierto, produjeron avances impresionantes en las comunicaciones, los servicios, la industria y el comercio. Pero junto a esas transformaciones ligadas al sistema económico y al financiero produjeron otro cambio de igual relevancia: el cultural y las modificaciones en las prácticas sociales que conllevan.

En el aspecto ligado directamente a nuestro objeto de estudio, Morduchowicz ⁶ afirma que “Estas transformaciones tecnológicas- junto a los cambios culturales y sociales que las acompañaron- sin duda han afectado directamente la manera en que los adolescentes construyen su identidad. Porque en cada texto, cada imagen o cada video que suben a su página en la red social, se preguntan quiénes son y ensayan perfiles diferentes a los que asumen en la vida real”

³ De Moraes Sistema mediático y poder, en Denis De Moraes, Ignacio Ramonet y Pascual Serrano. Medios, Poder y Contrapoder. De la concentración monopólica a la democratización de la información. Editorial Biblos. Buenos Aires.

⁴ Morduchowicz, Roxana. Los adolescentes y las redes sociales. La construcción de la identidad juvenil en internet. Fondo de Cultura económica. 2012. Página 12).

3- La apropiación de Internet.

El uso de las redes como una forma de apropiación se comprende desde la lógica del consumo de un sistema capitalista. Pero también como una de las dimensiones de la integración social constitutiva. Cuando hablamos de integrarse en tanto seres gregarios, intentamos observar cómo y de qué manera la construcción identitaria importantísima en esta franja etaria va unida a los consumos y a las apropiaciones que se hacen de las herramientas comunicacionales y de los contenidos que se ven.

La visualización de los medios masivos modernos tiende hacia la exteriorización, de manera tal que los sujetos se fueron volviendo más visuales que verbales por lo que el lenguaje en tanto instrumento de comunicación humana también está operando cambios drásticos y muy acelerados. La tendencia propia de la web apunta a la autoconstrucción como personajes reales.

4-Habitar la red

Una de las preguntas que lleva consigo el preguntarse por los usos y los consumos de los usuarios, implica trabajar sobre un concepto que las nuevas tecnologías han producido: Cómo habitar la red. Es una forma de entender de qué manera y cómo uno se desarrolla en las redes sociales y qué códigos implica adaptarse y alfabetizarse en una nueva forma de lenguaje.

Cómo y de qué manera se integran las personas a la red lleva a ir viendo de qué forma existe una especie de contrato social en su constitución. La relación ¿es de pocos, de pocos a muchos o de muchos a muchos? Habitar la red significa ir descubriendo (nos) y constituir nuestras propias identidades en relación al plano tecnológico.

Sin embargo “estar” en la red significa también el poder visibilizar una clase de patrones en la escala social que deviene de una especie de “minería de datos lo cual implica pensarnos a nosotros mismos como sociedad pero desde una nueva óptica. Las conversaciones que vamos analizando y escuchando pueden verse con claridad las causas de la polarización que se repite constantemente. Lo que se ve es una conducta endogámica (por encerrarse y seguir los límites de un colectivo) que deviene en poder observar esos patrones en la escala social de la cual hablábamos previamente.

5 Morduchowicz, Roxana. P 12).

6 Morduchowicz, Roxana. P. 14).

5-Avances y retrocesos

Implícitamente al hablar de una habitación de las redes se da por descontado que significa un avance de gran magnitud. ¿Pero avance de qué y cómo? Claramente y es redundante significar que el avance tecnológico, palpable y constante.

Habitar la red es la sumatoria de los derechos que constituyen la ciudadanía digital junto a las prácticas de consumos culturales y a las diferentes construcciones de subjetividad que se construyen desde múltiples registros, espacios y referentes. Por lo tanto, habitar la red se define como la condición de participación, consumo, apropiación e inscripción de los sujetos en ella a partir de la cesión de diferentes datos particulares a cambio de gozar con la posibilidad de gestionar un espacio - que se presume propio- desde el cual interactuar con contenidos digitales, perfiles (personas, grupos, instituciones, etc.), datos y aplicaciones con escasas restricciones (exceptuando las que están ligadas a la conexión) y en el que se distinguen las emociones positivas como forma predilecta de presencia y acción cotidiana”.

6-Imagen. Usuario y red.

Nos preguntamos si la imagen es un valor. Más allá de definiciones políticamente correctas, hay que convenir que en términos de la sociedad capitalista en la cual nos movemos, la imagen es un valor (transable, es decir intercambiable como cualquier otra mercancía) y, por ende, una cuestión que tenemos internalizados al ser habitantes de la red y del sistema que funciona como una red.

Hay una retroalimentación permanente entre el funcionamiento de la red y la capacidad del usuario de adecuarse al sistema y responder en base a los lineamientos más básicos de una red social que implica que el valor de la imagen sobrepasa y en mucho al de la palabra escrita que queda subsumida al valor privilegiado.

Las construcciones imaginarias siempre funcionan en sistemas establecidos. En el caso que estamos investigados están insertos en uno que tiene una doble dimensión:

- 1-La imagen visual que deviene del sistema de comunicación y diseño propio de una red social.

- 2-La construcción simbólica que deviene de la funcionalidad del estereotipo que

pertenece a la comunicación indispensable para su comprensión y difusión entre los usuarios.

3-La comunicación en sí misma no resuelve nada, solo depende de la forma en que la utilizemos.

4-Las redes sociales pueden convertirse en un instrumento de defensa y por ese motivo es imprescindible la forma en que la empleamos.

5-Hoy los principales ruidos en la comunicación devienen de prejuicio, estereotipos e imágenes (pre) construidas.

La visualización de los medios masivos modernos tiende hacia la exteriorización, de manera tal que los sujetos se fueron volviendo más visuales que verbales por lo que el lenguaje en tanto instrumento de comunicación humana también está operando cambios drásticos y muy acelerados. La tendencia propia de la web apunta a la autoconstrucción como personajes reales pero que al mismo tiempo se han ficcionalizado construyendo también, una personalidad virtual y actuada.

Cabe señalar que la diferencia entre prejuicios y estereotipos, siendo la primera una opinión preconcebida, juicio previo que puede ser consciente o inconsciente y se puede determinar cómo surgió y de qué manera se refuerza.

Esta visualización es el punto central de toda la trama comunicacional de operatoria en redes sociales como facebook. La exigencia de estar subiendo permanentemente fotos, comentarios y todo aquello perteneciente al ámbito individual y privado. El vínculo entre la adolescencia (mejor dicho los adolescentes) y la red social que permiten su inserción, su visibilidad, su pertenencia y su sociabilidad en tanto la búsqueda constante del reconocimiento en la mirada del otro.

Un evento comunicativo se presenta siempre en el marco de una situación social y de un proceso más abarcativo. Se trata de un fenómeno complejo, no sólo conformado por las palabras, sino también por las representaciones cognitivas y estrategias involucradas durante la producción o comprensión del discurso y en el que construcción imaginaria, es muy importante. El discurso no es inocente y siempre tiene una intencionalidad.

7- Consideraciones finales

La sociedad tecno-estructurada, tiene por característica la conexión permanente (y casi obligatoria) y el control que se ejerce para con los ciudadanos, sea por cuestiones de seguridad o por el consumo que genera y precisa el sistema capitalista en su estadio más avanzado. En realidad el control social se ejerce por doble vía: el audiovisual y el discursivo, del cual la corrección política representa su costado más perverso e hipócrita. La construcción de la imagen de los individuos a través de la utilización de una herramienta comunicacional como el estereotipo es imprescindible para poder comprender la operatoria de control social ejercida.

Con el uso de las redes sociales, donde la publicidad de los actos impera sobre la privacidad, la construcción de la mirada propia se instala con el feedback que hay entre los usuarios. Esta conducta es más frecuente cuando el mayor incentivo es comunicar la imagen. El ser en red implica comprender desde un lugar muy cercano a los intereses individuales, la incorporación de la mirada social. La propia naturaleza de la red de interactividad hace que la participación sea constante.

En este escenario se va configurando la identidad política y la posibilidad de constituir las condiciones para poder “mapear” consumos, opiniones y hábitos de los usuarios de las redes sociales.

Quizás debamos atravesar una mirada cualitativa más que cuantitativa en la multidisciplinaria de roles en la que los sujetos, como usuarios de las redes sociales, están inmersos. El usuario ocupa tres dimensiones: como proveedor o procesador de discursos, hechos o ideas. En un segundo estadio como usuario o audiencia receptora y la tercera dimensión en tanto grupo constituyente de la red social.

Referencias bibliográficas

Morduchowicz, Roxana. Los adolescentes y las redes sociales. La construcción de la identidad juvenil en Internet. Fondo de Cultura Económica. Buenos Aires 2012.

Sibilia, Paula. La intimidad como espectáculo. Fondo de Cultura Económica. Buenos Aires 2008.

Siri Santiago. Hacktivismo. La red y su alcance para revolucionar el poder. Buenos Aires Editorial Sudamericana. 2015.

Pierre Bourdieu. Intelectuales, políticos y poder. Buenos Aires. Eudeba. 2014.

Galup, Luciano. Big Data y Política. Un mundo de datos la era de las redes. Penguin random House. Buenos Aires. 2019.

Morduchowicz, Roxana. Ruidos en la Web. Como se informan los adolescentes en la era digital. Ediciones B. Buenos Aires. 2018.

