

**FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES
SEDE ECUADOR
PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA COMUNICACIÓN
CONVOCATORIA 2006-2008**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE MAestrÍA EN CIENCIAS
SOCIALES CON MENCIÓN EN COMUNICACIÓN**

**DESDE AYER EMPECÉ A SER OMNIPRESENTE: LA CONSTRUCCIÓN
VIRTUAL DEL CUERPO EN FACEBOOK CHAT**

CHRISTIAN GIOVANNY MIRANDA GAIBOR

ABRIL 2012

**FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES
SEDE ECUADOR
PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA COMUNICACIÓN
CONVOCATORIA 2006-2008**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE MAestrÍA EN CIENCIAS
SOCIALES CON MENCIÓN EN COMUNICACIÓN**

**DESDE AYER EMPECÉ A SER OMNIPRESENTE: LA CONSTRUCCIÓN
VIRTUAL DEL CUERPO EN FACEBOOK CHAT**

CHRISTIAN GIOVANNY MIRANDA GAIBOR

**ASESORA DE TESIS: MÓNICA BUSTAMANTE
LECTORES: FRANCISCA LUENGO B.
ANDRÉS GÓMEZ L.**

ABRIL 2012

DEDICATORIA

Dedico esta Tesis a Dios y a mis padres, quienes han sido el pilar y soporte en todas las actividades de mí vida, que con su ejemplo y dedicación han sembrado en mi persona, los grandes valores de la responsabilidad, la constancia y el sacrificio; y ahora a la culminación de estos estudios de postgrado este reconocimiento profundo y sincero es para ellos.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a todos mis Maestros de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Sede Académica Ecuador, en base a cuyos conocimientos me he cultivado, a mi familia, por el apoyo que me brindaron, por fomentar en mí el deseo de saber, de conocer lo novedoso y abrirme las puertas al mundo ante mí curiosidad insaciable. A mis amigas/os, que siempre están, estuvieron y seguirán estando, brindándome cariño y soporte. A Mónica Bustamante que ordenó mis ideas cuando estaban en un mar de confusión, que fue mi guía en la construcción de esta investigación que ya llegó a su fin. A mis compañeros de facultad, con quienes construimos conocimiento, compartimos mañanas, tardes y noches de estudio.

El Autor.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	I
AGRADECIMIENTOS.....	II
ÍNDICE.....	III
ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS.....	V
RESUMEN.....	VI
METODOLOGÍA Y PLAN DE TRABAJO.....	VIII
CAPÍTULO I. MARCO CONCEPTUAL	
La representación.....	1
Las representaciones como sistemas sociocognitivos.....	2
Organización y estructura de las representaciones.....	3
Descorporización: una promesa de la modernidad.....	3
El cuerpo en los entornos virtuales.....	4
La Modernidad como espacio socio-histórico.....	7
Usos sociales de las tecnologías.....	10
Las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC).....	12
La realidad virtual.....	13
Realidad y simulación.....	15
Realidad mediada por computadora.....	16
Ciberspacio y comunicación mediada por computadora (CMC).....	17
Re-definición del tiempo, el espacio y la realidad en un mundo tecnológico.....	17
CAPÍTULO II. EL CHAT	
Introducción al chat: contexto general.....	20
Orígenes del chat: contexto específico.....	21
El chat: un espacio de encuentro.....	22
Chat-room: conversaciones en tiempo real.....	23
Tipos de chat.....	25
La comunicación en los chats.....	26
Códigos textuales y nuevas formas de subjetividad.....	27

Alteraciones del código lingüístico y modos de presentación del texto.....	29
El anonimato en el chat.....	30
La desinhibición: una consecuencia del anonimato.....	31
Los nicknames (apodo o alias).....	32
Identidades virtuales en el chat.....	34
Personajes transitorios: una experiencia lúdica.....	35
Los avatares.....	36
Los emoticons o emoticones.....	38
(Re)invenciones del cuerpo en los entornos virtuales.....	40

CAPÍTULO III. UN ANÁLISIS DE FACEBOOK COMO ARTEFACTO

SOCIO-TÉCNICO

Introducción.....	43
El argumento E2E y la producción colaborativa.....	45
Contextos de las comunidades ciberespaciales.....	48
Facebook todo un mundo virtual.....	49
Un mundo virtual (entorno digital).....	50
En línea, basado en Internet.....	50
Historia de la empresa.....	51
Programas y lenguajes que hacen posible facebook.....	53
Facebook una plataforma PHP (lenguaje de programación web).....	54
Número de servidores que utiliza facebook.....	54
Desarrollo de servicios y aplicaciones en facebook.....	55
Concepto de modularidad y arquitectura de facebook.....	56
Usuarios de la red social facebook.....	58
Desde la comunicación.....	60
Políticas y configuraciones de privacidad.....	62
Facebook y su nueva política de privacidad.....	63
Políticas y estrategias publicitarias.....	64

CAPÍTULO IV FACEBOOK CHAT: LA PRESENTACIÓN DE LOS SUJETOS

Presentación de los sujetos mediante su perfil.....	66
Presentación de los sujetos mediante sus fotografías.....	68
Presentación de los sujetos mediante sus avatares.....	71

El concepto de avatar como un autorretrato.....	73
CONCLUSIONES GENERALES.....	81
BIBLIOGRAFÍA.....	84
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Factores en la desinhibición.....	31
Tabla 2. Tipos de inhibición.	32
Tabla 3. Exposición de un perfil.....	70

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Evolución de las redes sociales.	49
Gráfico 2. Formulario para crear una cuenta en facebook.....	51
Gráfico 3. Mark Zukerberg, fundador de facebook.	52
Gráfico 4. Ejemplos de avatares que circulan por facebook chat.....	58
Gráfico 5. Muestra de facebookeros.....	59
Gráfico 6. Modelo de perfil que circula por facebook.....	61
Gráfico 7. Imagen de la aplicación facebook chat.....	66
Gráfico 8. Ejemplos de avatares con las aplicaciones descritas.....	72

RESUMEN

La presente tesis se sustenta a través de una etnografía de carácter virtual en *facebook chat* sobre la representación virtual del cuerpo, enfocado desde tres aristas: el perfil del usuario, los *nicknames* y los avatares. Para la consecución de tal objetivo, en primera instancia se consideró necesario el análisis de tres conceptos fundamentales –la representación, la tecnología y la realidad virtual– condensados en el primer capítulo correspondiente al Marco Teórico y contextualizado en el metaespacio llamado Modernidad y con ello la promesa de la descorporización.

El capítulo 2, analiza el fenómeno *chat* como un espacio social de encuentro, donde la única cabida para la comunicación, es la escrita. Dado que no existe la posibilidad de verse, la descripción –se ajuste o no al cuerpo que teclea– suele ocupar una parte importante en los intercambios haciendo posible ladear al cuerpo material, permitiendo la relación con los otros cuerpos como él, pero, en formato *bite*, afirmando el inminente anonimato que infiere la interacción en el *chat*.

El capítulo 3, se enfoca en el análisis de la red social *Facebook* –su arquitectura y diseño– desde una perspectiva socio-técnica y la acción particular de los grupos sociales relevantes (GSR) en la reconfiguración de sitio.

El capítulo 4, toma un giro hacia un trabajo investigativo de campo, donde se recurrió a entrevistas –entre otros recursos técnicos utilizados para la recolección de datos que son explicados en la parte correspondiente a la Metodología y Plan de Trabajo– de los usuarios finales de *facebook chat*, partiendo de las experiencias personales obtenidas a través de una investigación cualitativa se revela las estrategias empleadas para la representación y la posterior presentación mediante su perfil, avatar o cualquier representación icnográfica, pues éstos agrupan lo que se cree la persona es.

Finalmente las conclusiones se presentan de manera cronológica; es decir, reunidas de manera general y secuencial los cuatro capítulos que componen esta obra.

Metodología y plan de trabajo

La base del estudio se sostiene en la realización de una densa etnografía virtual¹, cuyo proceso se corresponde con el sistemático trabajo de campo, y cuyo producto resultante se encuentra contenido en esta investigación. En la etapa etnográfica referida al trabajo de campo, la proximidad con los sujetos de estudio fue fundamental para obtener un resultado de registro satisfactorio.

La etnografía reflexiva ha sido la base del trabajo de investigación, como modelo teórico general hemos aplicado fundamentalmente el *hermenéutico o interpretativo*, procurando establecer interdependencias, relaciones, vínculos entre variables, que faciliten la comprensión del objeto de estudio. No obstante, tampoco hemos despreciado el modelo explicativo, cuando la ocasión ha sido favorable de cara a establecer relaciones de causalidad (causa-efecto) que nos llevaran a mostrar y aún demostrar cuál es la lógica del sistema estudiado.

El principal valor de este trabajo de investigación está situado por un lado, en la descripción de los hechos observados como en su interpretación. Interpretación en la que me he cargado de responsabilidad para hablar del otro y de sus representaciones corporales. Interpretación *etic* cuyo rigor queda marcado por los límites que ofrezcan los datos, a los que he procurado expresar, sin cometer excesos, sin sobrepasar lo que cabalmente dicen, para evitar llegar a aquello que tan sólo es fruto de la imaginación. El rigor pasa en estos delicados temas, en donde me introduje en el mundo simbólico de las representaciones, por ser consecuente con el dato que científicamente tiene valor, y del que se puede decir mucho o poco pero no más de lo que honestamente se pueda.

La formación teórica con que cuento ha sido decisiva para darle el mayor alcance científico posible al trabajo, y para ello ha sido preciso realizar un gran esfuerzo de revisión y síntesis sobre la literatura que en relación con la representación, la virtualidad y la corporeidad se han generado en distintas áreas de

¹ Con la llamada “etnografía virtual” florecen otras terminologías para referirse a los similares objetos de estudio; así por ejemplo: “etnografías de lo digital”, manifiesta las formas de trabajo etnográfico en Internet y las tecnologías digitales (teléfonos móviles, fotografía digital, redes inalámbricas, etc.). La noción de “etnografías de lo digital” para muchos reúne la etnografía virtual (Hine 2000), la etnografía del ciberespacio (Hakken 1999) y la etnografía a través de Internet (Beaulieu 2004).

conocimiento y que, sin duda, aportaron luz a la comprensión de los discursos y comportamientos observados.

Sin embargo, la perspectiva *etic*, la visión propia del investigador no ha sido la única empleada; estaría sesgada esta obra si no contáramos también con la perspectiva *emic*, con los criterios, juicios y razones de los sujetos de estudio. Sin evitar los posibles contrastes y contradicciones que puedan aparecer, se muestra una amplia visión sobre el pensamiento y sentimiento en torno a su propia corporeidad y sus múltiples formas de representación y (auto)presentación. Para ello puse especial interés en hacer brotar de los interlocutores, impresiones y emociones que hablaran del significado de su corporalidad real y virtual, muchas veces oculto para los propios protagonistas -se conjugo lo “etic” con lo “emic” en el desarrollo del trabajo-.

De acuerdo a las *estrategias metodológicas*, los recursos técnicos empleados para la obtención de datos fueron casi exclusivamente cualitativos. A continuación paso a comentarlos brevemente.

Observación científica.- en la investigación se empleó la observación científica participante y no participante dependiendo de la situación (necesidades), pero, invariablemente estructurada y sistemática al rededor de parámetros, actitudes y comportamientos que serían objeto de estudio.

Además, utilizo dos tipos de cuadernos de campo: uno de carácter técnico, ajustado a un elaborado protocolo de observación, y otro de carácter más íntimo en donde la cuestión emocional y las impresiones personales del investigador adquirieron protagonismo. En este segundo diario fueron registradas las emociones, sensaciones e impresiones del propio investigador -la *ecuación personal* sobre la que hay también que reflexionar y despejar-, siendo clave para interpretar los datos registrados en el primero.

Es necesario mencionar que la función de observador, no obstante, no se ejerce de manera unilateral desde el investigador hacia el usuario-final (chatero), también el interlocutor (chatero) observa e interroga al investigador, interesándose por saber de él, por conocerlo mejor; preguntas todas que pretenden despejar incógnitas y a las que procuraba responder de modo transparente para evitar suspicacias que me perjudiquen.

Entrevista intensiva en profundidad.- Las entrevistas tuvieron en general un carácter abierto en la formulación de las preguntas y un desarrollo temporal indeterminado, que fue marcado en cada caso por el grado de significación de los datos que se fueron obteniendo en las conversaciones y (ciber)conversaciones. Normalmente estas se prolongaron durante numerosos días, tratando de no forzar a los interlocutores.

El interrogatorio directo de los chateros produce a veces datos de dudosa credibilidad, habida cuenta que una excesiva formalidad no es para ellos habitual y en consecuencia pueden responder con frecuencia lo que supone desea escuchar el investigador, no siendo consciente de que se trata de construir procesos, usos, hábitos, experiencias, aproximaciones, ritos, etc. Lo que procuran los interlocutores (chateros) en muchos casos y hay que ser consciente de ello, es pasar y hacer pasar a su interlocutor un rato agradable, sin contradicciones ni discusión. Así se describen a veces situaciones pintorescas que ellos mismos no han vivido, con el objeto de quedar bien y satisfacer al investigador, haciéndole creer que está descubriendo una realidad inédita, al tiempo que de ese modo se deshace antes del acoso de las preguntas.

La entrevista pretendidamente en profundidad queda en ocasiones en la mera superficie por cuanto los interlocutores se ven sorprendidos por una manera de comunicación fría, distante, poco emotiva, que busca exclusivamente la sequedad del dato, sin preocupar nada a la persona que se tiene en frente de la pantalla. Como medio de comunicación y por tanto de transmisión y adquisición de información pusimos mucho empeño en tratar a los interlocutores fundamentalmente como personas y no como simples informantes; en ese sentido la interacción en la entrevista fue generalmente satisfactoria al hacer comprender que no era un puro interrogatorio sino una manera de entendernos mutuamente.

El estilo de pregunta formulada iba dirigido normalmente a que el interlocutor describiera su experiencia sobre determinadas situaciones, así como su punto de vista, no para que respondiera a categorías conceptuales que se hallan fuera de su lógica de pensamiento. Entre los interlocutores obtuvimos con frecuencia distintas respuestas a la misma pregunta, prueba de la diversidad de versiones en la que se presenta la actual comunidad virtual, *facebook chat*.

Conversación informal y dirigida.- La interacción estuvo por lo general cargada de contenido comunicativo y era preciso captarla. Por ello, sin necesidad de establecer un protocolo rígido de interrogatorio, y descartadas las técnicas de encuesta en estos contextos, las conversaciones informales que a diario se producían, fueron un importante recurso para acceder a los puntos de vista de los miembros de la comunidad sobre cuestiones de interés para la investigación, se llevó a cabo muchas conversaciones amistosas e informales de manera focalizada, mostrando una atención selectiva en ellas.

Generalmente en las conversaciones ordinarias no se perdió la posición de investigador, siendo receptivo a todo lo que consideraba significativo para el estudio, aunque en apariencia y visto desde fuera trataba de dar la impresión de no estar trabajando siempre. A veces, no obstante, a fin de descargar la tensión que para el investigador supone estar permanentemente alerta de lo que se dice, me deje llevar por las emociones en determinados momentos, lo cual fue siempre liberador y aleccionador, consiguiendo al mismo tiempo estrechar más los lazos de afecto y confianza con nuestros interlocutores.

El hecho de estar situado permanentemente en contexto de interacción me facilitó sobremanera el trabajo de campo, lo cual supone, socializar, convivir (de cierta manera) y comunicar, evitando hacer enemigos, buscando puntos de encuentro y afinidad con los demás para poder compartir; siguiendo siempre un plan de trabajo fundamentado, en donde no perdiera de vista en ningún momento qué busco y cómo debo encontrarlo.

Como se puede apreciar por las técnicas de obtención de datos utilizadas, pretendí con ellas obtener una información minuciosa, por un lado del comportamiento, y por otro del discurso (lo que las personas dicen que hacen, piensan y sienten), para posteriormente conjugarlos y comprender cómo construyen y/o autorepresentan su cuerpo en amplios sentidos.

El estudio se centró en la sala de *chat de facebook*, en vista de que al existir muchas salas de *chat* de diversos servidores en todo el mundo, era una manera práctica de delimitar el análisis. Este trabajo optó por estudiar *facebook chat*, al ser uno de los sitios concurridos y populares por las personas en todo el mundo y Ecuador no es la excepción.

El estudio investigó a usuarios-finales del sexo masculino y femenino, entre los 13 a 59 años de edad, que pertenecían a un nivel socio-económico medio alto y alto. Sin embargo, hay que tener en cuenta que la Internet es una experiencia que involucra diversos niveles socio-económicos y al que cualquiera -desde su casa, universidad, cibercafé- puede acceder. Dichos usuarios-finales son frecuentes en *facebook*, que dedican mínimo una hora y media diaria a visitar la red social.

Se realizaron un total de 25 entrevistas (12 hombres y 13 mujeres) que fueron contactados a través de la sala de *facebook chat*, pero además, el investigador se conectaba diariamente al *chat* por espacio de dos horas diarias. Estas conexiones se llevaron a cabo durante las noches y las madrugadas, también, durante el día y la tarde, los días y los fines de semana o feriados.

En lo que respecta al *cronograma de investigación*, las labores y tareas de campo se iniciaron en el mes de diciembre y se terminaron en mayo del año anterior.

CAPÍTULO I MARCO CONCEPTUAL

La representación

Las representaciones plantean que “no hay distinción alguna entre los universos exterior e interior del individuo (o del grupo). El sujeto y el objeto no son fundamentalmente distintos” (Balandier, 1994: 32). Ese objeto está siempre inscrito en un contexto activo y la relación sujeto-objeto determina al objeto mismo, pues una representación, siempre es la representación de algo para alguien.

Esta relación sujeto-objeto, lleva a otorgar un status nuevo a lo que se identifica como “realidad objetiva” y que es definida por los componentes objetivos de la situación y del objeto. “Toda realidad es representada, apropiada por el individuo o el grupo y reconstruida en su sistema cognitivo, integrada en su sistema de valores que depende de su historia y del contexto social que le circundan” (Jodelet, 1988: 42). Por lo tanto, esta realidad compartida y arreglada es para las personas su realidad.

Toda representación es una forma de visión global y unitaria de un objeto, pero también de un sujeto. Esta representación reestructura la realidad para, a la vez, permitir una integración de las características objetivas del objeto, de las experiencias anteriores del sujeto, y de su sistema de normas y actitudes. Esto permite definir a la representación como “una visión funcional del mundo que permite al individuo o al grupo conferir sentido a sus conductas, y entender la realidad mediante su propio sistema de referencias, adaptar y definir de este modo un lugar para sí” (Yubiets, 1997: 3).

La representación es “una forma de conocimiento, elaborada socialmente y compartida con un objetivo práctico que concurre a la construcción de una realidad común para un conjunto social” (Farr, 1988: 14). Es a la vez “producto y proceso de una actividad mental por la que un individuo o un grupo reconstituye la realidad que enfrenta y le atribuye una significación específica” (Abal, 2004: 31). La representación no es así un simple reflejo de la realidad, sino una *organización significativa* que está entrelazada o anclada siempre en significaciones más generales que intervienen en las relaciones simbólicas propias del campo social dado.

Las representaciones funcionarían a razón de sistemas de explicación -ejercicio hermenéutico- de la realidad compartida, normando las relaciones de los seres humanos con su ambiente físico y contexto social, puesto que establecerá sus conductas, procedimientos y conocimientos. “(...) es una guía para la acción, orienta las acciones y las relaciones, siendo un sistema de predecodificación de la realidad” (Pérez, 1995: 89), estableciendo todo un sistema de avances, saberes y experiencias.

Las representaciones como sistemas sociocognitivos

Las representaciones en efecto “no son exclusivamente cognitivas, también lo son sociales” (Abal, 2004: 106), lo que hace precisamente su especificidad en relación con otras producciones o mecanismos cognitivos. El análisis y la comprensión de las representaciones y de su funcionamiento supondrán un doble enfoque sociocognitivo; es decir, lo cognitivo y lo social son los dos componentes esenciales de la representación. Así reflejado: el componente cognitivo en la representación supone, “un sujeto activo, y tiene desde ese punto de vista una textura psicológica” (Berger, 1998: 60), sometida a las reglas que rigen los procesos cognitivos.

El componente social en la representación admite la puesta en práctica de esos procesos cognitivos, está determinada directamente por las condiciones en que una representación se elabora o se transmite. “esta dimensión social genera reglas que pueden ser muy distintas de la lógica cognitiva” (Balandier, 1994: 49).

La coexistencia de ambas permite dar cuenta y comprender por ejemplo por qué la representación integra a la vez lo racional y lo irracional. Pero también por qué tolera e integra contradicciones aparentes y por qué los razonamientos que genera pueden aparecer como ilógicos o incoherentes. A la vez esas contradicciones o ilogismos en realidad sólo son aparentes, puesto que “una representación es un conjunto organizado² y coherente” (Jodelet, 1988: 99).

Una representación es informativa y explicativa de la naturaleza de los lazos sociales -intra e intergrupos- y de las correspondencias de las personas con su medio social. Por esta razón es un elemento esencial en el entendimiento de los

² Dicha organización muestra elementos jerarquizados alrededor de un núcleo central constituido por uno o varios dispositivos que dan significación a las representaciones (Jodelet, 1988: 101-102).

comportamientos y las prácticas sociales. Por sus funciones de elaboración en sentido común, de construcción de las expectativas y las anticipaciones que genera, está en el origen de las prácticas sociales.

Organización y estructura de las representaciones

Así definida, la representación es constituida por “un conjunto de informaciones, creencias, opiniones y actitudes al propósito de un objeto dado. Además este conjunto de elementos es organizado y estructurado” (Farr, 1988: 93). El estudio de las representaciones y los alcances de sus funcionamientos demandan una doble identificación *su contenido y estructura* (Pérez, 1995: 117). Es decir, los componentes integradores de las representaciones son jerarquizados conservando sus relaciones que definen la significación y el lugar/espacio que ocupan al interior del sistema representacional.

Una de las características esenciales de toda representación es que podrían aparecer como contradictorias porque:

Son a la vez estables y móviles, rígidas y flexibles. Estables y rígidas porque están determinadas por un núcleo central profundamente anclado en el sistema de valores compartido por los miembros del grupo; móviles y flexibles porque son alimentadas de las experiencias individuales e integran los datos de lo vivido y de la situación específica, la evolución de las relaciones y de las prácticas en las que los individuos o los grupos están inscritos (Abal, 2004: 148).

Descorporización: una promesa de la modernidad

El siglo XX es el siglo de la liberación del ojo humano³, es decir, de la visión para intentar ingresar al reino total de la sensibilidad. Igualmente este siglo implicaría una especie de cumplimiento de otra promesa de la Modernidad, la de la descorporización por ser el cuerpo todavía un rastro de la naturaleza biológica.

³ El ojo le ha permitido siempre ubicarse y moverse. El desplazamiento operado por el cultivo de las tecnologías en la Modernidad lleva a cambiar la naturaleza del ojo toda vez que aquellas empiezan a educar y formar la visión desde otras perspectivas (...) el ojo de cualquier época es la mente de esa época. Hoy día nosotros vemos las cosas muy diferentemente que en otras épocas. Este es el resultado de los dramáticos cambios traídos por el incremento de las condiciones de dominación de las tecnologías en nuestras vidas y por los radicales nuevos significados de representación disponibles a nosotros para organizar la percepción humana sensorial (Lovejoy, 1989: 21).

La descorporización es la búsqueda de la hipersensorialidad. Pero del mismo modo, tal descorporización (por la eficacia de las tecnologías) supone la eliminación del otro –la llamada alteridad–; es decir, del espejo al cual estamos sujetos. Por ello, la cultura digital es eminentemente individual e individualizante. Sí eliminamos la alteridad (al otro) mediante el software para ser uno mismo y vivir dentro de uno mismo, ya no cabe la muerte porque ella también es lo otro, es la cara que asemejaba en las fotografías, según Barthes (1992), las mismas que maniobraban como espejos aun dentro de los simulacros. Este nuevo imaginario, el de los simulacros, lo real ya no existe en sí mismo sino como producto de nuestra imaginación sensorial amplificada por las tecnologías y cómo la cultura del simulacro o cultura digital⁴ lleva al extremo máximo una de las promesas de la modernidad *la descorporización* lo que supone que el ser humano puede, por fin, controlar a su propia naturaleza biológica, desarrollando de este modo hipersensorialidad.

Esta idea de pérdida de parte del cuerpo o el cuerpo mismo, es decir, “autoamputación por un artefacto que amplifica o corrige nuestras propias limitaciones naturales, tiene que ver con la excentricidad del cuerpo tecnológico” (Baudrillard, 1997: 36), es decir, a mayor cantidad de extensiones puestas al cuerpo social y humano, mayor información. Gracias a la tecnología, y particularmente a la cibernética; con el regalo del cuerpo virtual, es posible traspasar la naturaleza y condición biológica del cuerpo dejando de lado ciertas características personales de identificación como el género.

El cuerpo en los entornos virtuales

La problemática del cuerpo en los entornos virtuales y digitales ha sido pensada desde la *condición de movilidad y mutación*, gracias al empleo de las nuevas tecnologías de la comunicación dejamos de lado las nociones de naturaleza biológica y condiciones geográficas -tiempo y espacio- (Rheingold, 1995; Levy, 1995).

⁴ La cultura digital o de la imagen es para algunos autores contemporáneos la cultura del último período de la Modernidad; en donde, el espacio se acorta, el tiempo ya no existe, es posible mirar más allá de lo que el ojo humano no mira. Es una cultura de la simulación, aparente último estadio del simulacro (Jameson, 1990: 73).

Para movilizarnos en el ciberespacio es necesario entrar en el terreno de lo onírico y con imaginación trabajamos en el cambio de nuestra identidad sexual, edad y rasgos físicos característicos –peso, estatura, medidas, entre otros– desaparecen y con ello, las huellas humanas dejan de interferir en el encuentro, en oposición de las interrelaciones cara a cara (Goffman, 1963).

Según, Terry la “presencia está definida como la sensación de estar en un ambiente” (Terry, 2000: 97). Es decir, ya no es preciso tener un rasgo real del físico para tener la apreciación sobre un objeto (por ejemplo: representaciones, imágenes, fotografías, gráficos e iconos). Como señala Wilbur:

En los entornos sociales (en Internet) que atraen a tantas personas, es más probable que este premio sea el reconocimiento y la atención de personas desconocidas y potencialmente idealizadas en el contexto de una interacción anónima y despersonalizada (Wilbur, 2000: 22).

“La red es el estar en común, o estar juntos, y aún más simplemente o de manera más directa, estar entre varios (*être à plusieurs*). Es ser tocado y es tocar” (Sánchez, 2001: 55). La experiencia de estar o vivir en red posibilita un estado ideal de *sentirse parte de*, nosotros tocamos y somos tocados a través de lo que transita, sea mensajes e imágenes provocando la reunión de cuerpos, sentidos, percepciones y emociones que tienen como único fin *la acción*.

“El ciberespacio es un mundo silencioso (en algunos casos), donde toda la conversación es escrita. Para entrar, uno debe abandonar cuerpo y lugar y devenir un asunto de palabras solamente” (Poster, 1997: 61). Estas transacciones comunicacionales a través de las redes con tecnología informática ponen en cuestión la noción del cuerpo en su aspecto tangible en los distintos contextos de Internet (Levy, 1997; Turkle, 1995). En este entorno tecnológico “surge un metahombre que traspasa situaciones estereotipadas de tiempo y espacio” (Wilbur, 1998: 85).

“Gracias al manejo de las nuevas tecnologías se tiene el manejo *simbólico del cuerpo*. Ya es posible habitar todos los lugares y a toda hora disponible (Balaguer, 2003: 11). Este borramiento de las fronteras aparece como “el nuevo paradigma del final de la humanidad biológica como vanguardia de la evolución. Lo que estamos discutiendo es la próxima etapa de la evolución a través de la fusión

entre la humanidad y la tecnología” (Le Bretón, 1998: 19). Estos avances tecnológicos alimentan el espejismo de descorporización, multicorporización y multipresencia en tiempo real, irrumpiendo la metáfora del beneficio mecánico⁵.

La virtualización del cuerpo a consentido “ir más allá de la piel, más allá de ese límite, para desplegarse en una piel colectiva” (Kurzweil, 1999: 78). Es en este instante que aparece la vivencia del hipercuerpo; es decir, “trascender los límites corporales (es el cuerpo interconectado en las redes), visión en ese contexto descorporeizada o multicorporeizada virtualmente en representaciones gráficas, proyecciones corporales, avatares, pero sin asidero en el cuerpo físico” (Elliot, 1996: 65). En este interjuego entre realidad y fantasía aparece el nominativo de *hipercuerpo* de Levy (1995) refugiado en el deseo, el sueño, la ilusión y alimentado por la noción imaginaria de traspaso del cuerpo a un *más allá*. Al respecto Levy menciona:

Hoy en día nos asociamos virtualmente en un cuerpo articulado con quienes participan en las mismas redes técnicas. Cada cuerpo individual se convierte en parte receptora de un inmenso hipercuerpo híbrido y mundializado; es decir, se crean vínculos entre lo humano y la computadora, evidentemente, sin cuerpo (Levy, 1995: 30).

El concepto hipercuerpo nos lleva a una constante entre *hipercuerpo-cuerpo-hipocuerpo* que definen los disímiles estados del cuerpo en la modernidad. Turner, nos lo muestra así:

Expuestos a un desfase entre lo posible tecnológicamente y lo posible corporalmente nos encontramos en un momento de transición cultural donde lo cibernético aún no alcanza para paliar el sufrimiento humano, el sufrimiento del cuerpo,

⁵ La metáfora nos lleva al plano del rendimiento/trabajo como un aparato electrónico, producto de la más complicada diferenciación entre la máquina y el hombre (Kurzweil, 1999; Piscitelli, 1995; Turkle, 1995). Grafico esta metáfora con un ejemplo: las máquinas se contaminan con virus y los cuerpos se transforman con intervenciones quirúrgicas, estableciendo un encadenamiento entre lo orgánico e inorgánico con demarcaciones sorprendentes.

En Foucault, la concepción de cuerpo-máquina aparece como objeto contundente de la biopolítica, la cual supone doblegar ese cuerpo creado por la naturaleza para hacer de él un cuerpo simbólico. La sujetización del cuerpo, por lo tanto, tiene que ver por un lado, con la convergencia cuerpo humano-tecnología. Lo anterior provoca que el cuerpo se constituya en un sistema de producción, esté regulado por ciertas condiciones, esté resuelto a la optimización de sus potencialidades, se integre a una red de sistemas mercantiles y de control; además que requiera de la supervisión de todos los recursos y procesos biológicos que generan vida, que regulan un equilibrio ecológico, Foucault (1988).

generando entonces esta vivencia, sentida como castración. La vivencia de hipocuerpo es la contracara del hipercuerpo de Levy (1995) en la medida que en lugar de aumentar el cuerpo, lo hace sentir limitado, frente a la toma de conciencia de tener un cuerpo único y no múltiple o carencia del mismo. Esta vivencia sólo encuentra su modo de existencia en estos nuevos contextos socioculturales ya que esa limitación es imaginaria y guarda relación con los aumentos posibles de las nuevas tecnologías (Turner, 1996: 121).

Esta experiencia es el segmento perjudicial y contradictorio de la descorporización en los entornos virtuales y digitales que ratifica al cuerpo su situación de ser un hipercuerpo navegando y expandido conectado con otras inteligencias colectivas o conectivas; sin embargo, el cuerpo de naturaleza biológica sigue siendo uno solo, por lo menos hasta hoy.

La Modernidad como espacio socio-histórico

La Modernidad postula un sueño de futuro, un sueño de realización individual y grupal, ello implica, finalmente, que el ser humano hace su historia. Sin embargo, y por contradicción, este mismo sueño autodeterminativo se muestra como un espejismo donde las promesas emancipadoras siguen latentes y aun no terminan por satisfacerse. Gracias a la Modernidad podemos explicar el desarrollo de las sociedades humanas cuya naturaleza es una constante producción de futuro.

El término Modernidad viene del latín “modus hodiernus” o estar en el modo de hoy o en el tiempo reciente de lo que está llegando” (García, 1996: 37). Al plantearse el ser humano como independiente y autosuficiente para satisfacer sus necesidades alcanza así su emancipación individual. Samir Amin socava esta descripción diciendo:

El mundo moderno puede ser caracterizado por sus tres componentes principales: la libertad individual; el carácter autónomo de la razón humana, liberada de las ataduras de la fe religiosa, y el establecimiento de un vínculo indisoluble entre la razón y la liberación, entendida esta última, por supuesto, en los términos estrictamente limitados del Estado burgués de derecho. Los momentos más notables de esta revolución [Echeverría nombra así a la Modernidad] son bien conocidos: el Renacimiento, que abrió las fronteras espaciales y mentales de los europeos; la Ilustración, que en el terreno económico se expresó como mercantilismo y en el político como monarquía absoluta. Se trata de un proceso histórico que se desarrolló

durante tres o cuatro siglos y que precedió la revolución industrial. (Amin, 1999: 68-69).

Por otra parte, la Modernidad es definida por determinadas características, entre ellas destacan: “el racionalismo, el progresismo, el urbanismo, el individualismo y el economicismo” (Echeverría, 1991). El rasgo principal de la Modernidad tiene que ver con la *autoafirmación del sujeto por sobre otros*, lo que admite el individualismo. Sartori (1998), basándose en Cassirer, dice que:

el ser humano se diferencia de los animales por ser un “homo symbolicum”, es decir, una entidad que organiza su mundo dotándolo de significados diferentes, articulando lenguajes y configurando tecnologías que determinan la modificación de su medio ambiente y su relación con otros grupos. Se muestra libre por sobre la naturaleza, nomina a lo real estableciéndole como un ámbito de significados diversos, se hace a sí mismo como la medida de todas las cosas. Se construye en un lenguaje y con un lenguaje (Sartori, 1998: 24).

Así mismo, la Modernidad implica el racionalismo del ser humano, quien por el uso de los artefactos e instrumentos que ha creado y el perfeccionamiento del logos construye ciencia. Pero más allá de ello, también está “la discusión nietzscheana de la idea de la muerte de Dios en el marco del proyecto político Moderno” (Heller, 1995: 53). Bajo esta idea el ser humano se supone un dios que puede construir su propio mundo donde “puede procrear (autoproducirse) y también autodepurarse -se puede explicar, desde este punto de vista, a las guerras como medio de eliminación y/o control social-” (Hally, 1994: 26). El moldeamiento de sí mismo implica, por otro lado, la formulación de la identidad y la configuración de un entorno propio. Por ello en este metaespacio florece la Nación, como espacio colectivo de organización y de identidad.

Por otro lado, el progresismo supone, la revolución del tiempo donde la emancipación a conseguirse en algún momento hace avizorar el presente o el futuro como mejores que el pasado, lo que supone, por otro lado, la construcción de diversos imaginarios de ilusión siempre buscada en relación a la promesa de sociedad, propia de las premisas de la Modernidad.

El urbanismo tiene que ver, con la necesidad del ser humano de distinguir su preeminencia sobre la naturaleza para la formación de espacios de socialidad

frente a espacios que deben explotarse o guardarse. Para ello existen varios umbrales ha esta situación, entre ellos destacan:

la confluencia de masas de población hacia centros, la jerarquización que tiene que ver con la conformación de clases sociales y la periferización de otros, sobre todo de los que se deben excluir o eliminar, el establecimiento de mercados, etc. Por contraparte, las grandes ciudades, implementan el reino de lo artificial, de lo mecánico, y se dan problemas como la contaminación y las enfermedades como sigilos que minan la naturaleza del ser humano (Canclini, 1996: 66).

Finalmente una última característica, la del economicismo que, se relaciona con la producción y administración de la riqueza. Es en este rasgo de la Modernidad que el concepto de ciudadanía brota para explicar el rol de quienes se consideran propietarios privados de los productos frente a otros que poseen menos. Además, la noción de mercado aparece en este rasgo de la Modernidad.

El cimiento esencial de la Modernidad se relaciona con la necesidad imperiosa de extender y universalizar la *revolución tecnológica*. En este sentido, matizó:

(...) el fundamento de la Modernidad se encuentra en la consolidación indetenible -primero lenta, en la Edad Media, después acelerada, a partir del siglo XVI, e incluso explosiva, desde la Revolución Industrial hasta nuestros días- de un cambio tecnológico que afecta a la raíz misma de las múltiples civilizaciones materiales del ser humano (Echeverría, 1991: 80).

El palabra tecnología, tiene como significado *ley o tratado de la técnica* porque se articula de las nociones tecné, que quiere decir *arte u oficio* (técnica), y logos, *conocimiento o ciencia, área de estudio* (ley o tratado), en consecuencia, “la tecnología es la ciencia de los oficios, es el resultado de una aplicación racional de principios científicos y de ingeniería a la invención y la manufactura de una herramienta destinada a lograr ciertas tareas específicas” (Finquelievich, 1993: 77). Con el uso de la tecnología se aplica una técnica para intervenir, organizar y desarrollar sistemas, procesos y objetos.

Por lo tanto, tecnología es “el conjunto de reglas instrumentales que prescriben un rumbo racional de actuación para lograr una meta previamente determinada y que debe evaluarse en función de su utilidad y de su eficacia

práctica” (Berger, 2006: 19). Razón por la cual, presenta un invariable y persistente desarrollo de los artefactos, aquellos que no siguen esta ecuación están condenados a desaparecer o ser categorizados como obsoletos.

Morgan y Lensk (2001) reflexionan la evolución tecnológica como el referente principal del progreso y perfeccionamiento de las sociedades, lo que caracteriza al progreso es el aprovechamiento del saber en la producción de nuevos conocimientos, buscando siempre la innovación en una técnica aplicada.

Todo artefacto lleva impregnado en sus partes las huellas ideológicas del grupo social predominante con la que fue diseñada y construida la máquina; es decir, se reproducen y estandarizan los intereses y necesidades de ese grupo, detrás de cada revolución tecnológica, hay una predisposición que incita o desestimula los avances en uno u otro sentido.

Usos sociales de las tecnologías

McLuhan nos dirá que, gracias a la presencia tecnológica de los aparatos en la vida cotidiana, ahora somos extensiones de ellas. Señala:

(...) fisiológicamente, el hombre, en su uso normal de la tecnología (o de su cuerpo diversamente extendido), es constantemente modificado por ella a la vez que descubre un sinfín de maneras de modificarla a ella. El hombre se convierte, por decirlo así, en los órganos sexuales del mundo de la máquina, como la abeja lo es en el mundo vegetal, y ello le permite fecundar y originar formas nuevas (McLuhan, 1996: 66).

Los usos sociales tienen que ver con el arte de hacer, con la cotidianidad creativa que no pasa por el discurso sino por las prácticas; se trata de maneras de hacer dependientes del contexto y cargadas de creatividad, el hacer, los modos de habitar, de leer, de hablar, prácticas que se hacen y se rehacen siempre en función del contexto y de sus interrelaciones con los demás. “El uso es un espacio de juego donde se sobreponen y combinan cuestiones impuestas, el orden imperante con maneras particulares, plurales y creativas de hacer” (De Certau, 1996: 37), en los usos se reconocen acciones que tienen su formalidad y su nivel de inventiva propia, las cuales organizan el trabajo de lo que en los estudios de comunicación y cultura se conoce como *consumo*.

Los usos son las mediaciones en términos de Barbero (1998), las maneras particulares de lectura y apropiación por parte de las personas, de los contenidos que difunden las industrias culturales y los medios de comunicación, esto es la utilización creativa de sistemas y productos sobrepuestos.

De Certau, introduce un ejemplo revelador para explicar los usos en el proceso de colonización:

el éxito de la colonización española con las etnias indias, ha dependido del uso que los indios dieron a este proceso, sumisos, incluso aquiescentes, a menudo estos indios utilizaban las leyes, las prácticas o las representaciones que les eran impuestas por la fuerza o por la seducción con fines diversos a los buscados por los conquistadores; hacían algo diferente con ellas; las subvertían desde dentro; no al rechazarlas o al transformarlas sino mediante cien maneras de emplearlas al servicio de reglas, costumbres o convicciones ajenas a la colonización de la que no podían huir (De Certau, 1996: 77-78).

Los usos sociales significan unas formas de asumir, metaforizar y, si se quiere, desviar el orden dominante, hacerlo funcionar y apropiarlo según formas particulares. En este mismo proceso se encuentra el uso que hacen las personas de los contenidos que circulan por diversos medios y tecnologías; esa información y significaciones son objeto de manipulaciones por parte de los usuarios quienes hacen una fabricación a su manera de los contenidos recibidos.

Los usos implican entonces aprendizajes, apropiación, transformación, relación con el grupo social y sobre todo las prácticas sociales. “Estas prácticas constituyen acciones repetidas que derivan de saberes aprendidos en la empina de la cotidianidad” (Bourdieu, 1990: 27) son actos frecuentes no explicados por los sujetos; en este sentido, es todo lo que de la vida social se sabe hacer, pero no es necesario decir o explicar. Aunque en ciertas circunstancias prime la experiencia de cada persona.

Para entender mejor el concepto de prácticas sociales creo necesario abordar las nociones de campo y de habitus de Bourdieu. El campo, es el lugar que constituye lo social, donde sucede la intersección, la correlación de distintas fuerzas y las dinámicas que producen al entrar en choque. Además de ser heterogéneo y relativamente autónomo, por allí circulan discursos, estrategias, objetos, diversos agentes, formas de capital (cultural, social, simbólico) y actores

sociales que se ubican en determinadas posiciones de acuerdo con el capital que posean. Lo más relevante en el campo son las relaciones que se establecen entre las distintas posiciones y sus relaciones; en ese sentido el campo “es un espacio pluridimensional de posiciones pudiendo ser definida en función de un sistema, los agentes se distribuyen en él, en una primera dimensión, según el volumen global del capital que poseen y, en una segunda, según la composición de su capital” (Bourdieu, 1990: 283). El habitus se localiza en el lugar de las prácticas, modos de hacer, de actuar en lo cotidiano, una manera peculiar de construir y aprehender la práctica atendiendo su lógica específica. “Es en las prácticas que se construye el habitus y entre ambos persiste una relación de acondicionamiento, el campo estructura el habitus; y al tiempo una relación de conocimiento, el habitus contribuye a constituir el campo como un mundo significativo con sentido y valor” (Bourdieu, 1995: 36). El campo nunca es estático, esté siempre es dialéctico donde la producción y reproducción de sentidos que se opera dentro del campo depende en buena parte del habitus.

En el espacio social, es donde los agentes o los grupos se distribuyen en función de su posición y sus principios de diferenciación basados en la existencia del capital. Es en este lugar donde los grupos están repartidos según el capital que disponen y la superestructura del capital. “La posición que un agente ocupa en el espacio social, es decir, en la estructura de distribución de las diferentes especies de capital, que asimismo son armas, ordena las representaciones de este espacio y las tomas de posición en las luchas para conservarlo o transformarlo” (Bourdieu, 1999: 25). El espacio social sería el lugar desde el cual el sujeto se posiciona asumiendo un enfoque.

Las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC)

En la actualidad, vivimos la era tecnológica y las (TIC) forman parte de la cotidianidad de muchas personas. Las tecnologías de la información y comunicación extienden las posibilidades individuales, el progreso y perfeccionamiento social, generando cambios sustanciales en los grupos sociales, así por ejemplo: aparecen nuevos usos y conocimientos, se genera debate alrededor del tema, entre otros.

Al pronunciar Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) pienso en el avance tecnológico que suministran al procesamiento y tratamiento de datos a través de sistemas informáticos, las múltiples aplicaciones y servicios que entregan a las telecomunicaciones (Internet, telefonía móvil y fija, los mas media, etcétera). Las TIC “son un conjunto de servicios, redes, software y dispositivos que tienen como fin la mejora de la calidad de vida de las personas dentro de un entorno, y que se integran a un sistema de información interconectado y complementario” (Cremades, 2001: 90). Estas tecnologías básicamente nos proporcionan información, herramientas para su proceso y canales de comunicación.

Dichas tecnologías ayudan a componer transformaciones significativas en la esfera social; y por supuesto, el ámbito cotidiano no es la excepción (sin que esto pretenda caer en el determinismo tecnológico). Es decir, contribuyen a la formación de dos dimensiones: a) la adaptación de nuestros espacios para el uso de tecnologías y, b) en la sociedad de la información tenemos a nuestro alcance mayores posibilidades de acceso a contenidos, a relacionarnos e interactuar a través de las tecnologías de la información y la comunicación.

En la Sociedad de la Información, *la Internet* sobresale por encima de todas las creaciones innovadoras y revolucionarias del siglo XXI, Schiavo (2000). Internet nos suministra la posibilidad de hacer *casi todo lo que hacemos en el mundo real* aparte de desplegar nuevas actividades ayudándonos a formar la personalidad y creando servicios en línea (comunicación e interacción con personas de todo el mundo, teletrabajo, educación virtual, etc.). Y es que hoy en día, las personas tenemos que repartir el tiempo de nuestra vida en dos universos: el presencial, de naturaleza biológica y el (ciber)espacio, constituido por entornos multimediales.

La realidad virtual

Al plantear el término, *realidad virtual*, las personas no tenemos idea de lo amplio y complejo que puede ser, al existir una diversidad de definiciones que nos señalan “de algo que sin existir realmente, existe en apariencia, o lo virtual es lo potencial” (Lévy, 1997: 68). A la virtualidad tenemos que entenderla como un mundo, un

espacio que aloja universos acabados y conservarlos sitiados unos de otros, al mismo tiempo que los mantiene interconectados con interacción y funcionalidad permanente.

Autores contemporáneos como Lévy establecen relaciones entre tecnología y virtualidad cuestionándose sobre ¿qué es la realidad?, ¿cómo está se encuentra invariablemente presente en los distintos campos del saber? y ¿la representación de la realidad?, es decir, ¿sí podemos conocerla? y ¿cómo podemos representarla?. “La representación de la realidad genera la realidad en sí misma, aunque ésta sea llamada virtual” (Baudrillard, 1995: 154).

En los entornos virtuales los objetos existen porque son nombrados y representados a través de signos por las personas que *codifican-decodifican* e integran con sentido y significado a su vida de diversos modos.

La palabra virtual, etimológicamente viene de la palabra *virtus* que significa fuerza/energía, consecutivamente Platón utilizaría como una virtud para producir un efecto. En el período escolástico, la palabra se deforma convirtiéndose en *virtualis*, queriendo decir lo posible, y finalmente, Aristóteles destinará como potencia para hacer el acto⁶. “Realidad significa de hecho y virtual quiere decir, no de hecho (en potencia), por lo que realidad virtual significaría, *No de hecho, de hecho*” (Virilio, 2000: 109).

Los entornos virtuales constituyen la representación de los objetos a través de medios tecnológicos, suministrándonos el efecto de estar o sentirnos en un escenario real en la que nos es posible interrelacionarnos e interactuar con el entorno. “La realidad virtual puede convertir lo artificial en algo tan real como la realidad, o quizás, aun más real que esta” (Lévy, 1997: 168). Implica la eliminación del peligro lo que determina una nueva economía: es estar de antemano en un lugar y/o en una situación. Maldonado nos habla de aquello:

Las realidades virtuales deshacen nuestro vínculo con el mundo de las cosas y de los cuerpos, disminuyen cada vez más nuestras posibilidades de experiencia con el universo físico. No podemos sin embargo olvidar que estas construcciones icónicas se elaboran sobre la base de nuestra experiencia pasada y presente con este mundo y con este universo (Maldonado, 1999: 76).

⁶ Aristóteles expone su idea mediante un ejemplo: “la bellota y el roble”, la bellota como semilla es un posible roble (árbol) en un futuro. De tal forma que la virtualidad debe ser entendida como lo posible como posible.

Javier Echeverría señala que la realidad virtual pertenece a lo que él denomina *el tercer entorno*, es decir, “un espacio social generado por las tecnologías informáticas y comunicacionales” (Echeverría, 2000: 67). De acuerdo a lo anterior, los tres entornos son: “la naturaleza; la ciudad, y el entorno telemático”⁷.

Los entornos virtuales fueron delineados para ser experimentados, manipulados y vividos como una posibilidad de lo real. Una vez terminada la visita virtual, se puede (re)ingresar en el mundo real.

Realidad y simulación

La realidad virtual “no se trata ya de imitación ni de reiteración, incluso ni de parodia, sino de una suplantación de lo real por los signos de lo real y, en corto circuito, todas sus peripecias” (Baudrillard, 1993: 17). Nos incorporamos al campo del simulacro: “simular es inventar o, mejor, aparentar y así eludir nuestra condición” (Paz, 1995: 46). Al penetrar en un mundo muchas veces ajeno a la realidad perceptible, se entra en el mundo del simulacro consciente y permitido.

La realidad virtual es simulación por computadora, dinámica y tridimensional, con alto contenido gráfico, acústico y táctil, orientado a la visualización de situaciones variables y complejas, durante la cual el usuario ingresa, a través del uso de sofisticados dispositivos de entrada, a mundos que aparentan ser reales, resultando inmerso en ambientes altamente participativos, cuya esencia es artificial. Su operación está basada en la incorporación del usuario al interior del medio computarizado suministrando una experiencia inmersiva, interactiva y multisensorial (Paz, 1997: 203-204).

El propósito fundamental de la realidad virtual, es “producir un ambiente que sea indiferenciado a la realidad física” (Luhmann, 2000: 172). Una cabina de simulación virtual de manejo de buques –por ejemplo-, lugar en el que, el oficial se enfrenta a unas laminas con proyección computadorizada en tres dimensiones

⁷ La idea modernista sobre la naturaleza opera sobre un primer entorno: el de la creación de un hábitat acorde a las aspiraciones del ser humano. La constitución de las ciudades y de los territorios como segundo entorno no es una casualidad porque hace justamente el desarrollo de esa diferencia y la ideación de un sujeto/agente que se organiza y que políticamente aspira el dominio total de todo, incluidos otros seres humanos. De acuerdo a este planteamiento, entonces, una sociedad en red implica la superación de la idea civilizatoria donde la tecnología cumple ahora con eficacia la premisa emancipadora: los entornos ahora hacen posible que todo se reestructure, incluso el cuerpo y la sensibilidad (Echeverría 2000: 75).

mostrando posibles estados, circunstancias y escenarios virtuales en plena maniobra. De este modo, “la simulación es una suplantación de lo real por los signos de lo real” (Baudrillard, 1978: 7).

Realidad mediada por computadora

La realidad virtual o ciberespacio⁸ es posible la experiencia gracias a la mediación tecnológica; en la cual, se dan prácticas muchas de ellas intervenidas por la palabra-escritura. En este lugar nos relacionamos, nos comunicamos, no se hallan objetos o cuerpos, sino representaciones de estos. La información esta contenida en *bits* y asoman en el monitor como gráficos y texto; es un mundo donde existe lo que se hace y lo que se muestra independientemente del como se lo haga. Esto nos lleva a deducir el ciberespacio “como un espacio de interacción social más” (Quéau, 1995: 15).

Echeverría en su libro “Un Mundo Virtual” dice que “cuando algo comienza a ser tecnológicamente factible deviene en real” (Echeverría, 2000: 29), a pesar de que precisemos de cierta tecnología para acceder a este entorno las emociones, afectos y efectos que en ellos salen son semejantes a los que se pueden tener al exterior de ellos, ya que no es similar *artificial que irreal*. “De hecho, (comenta Echeverría al respecto) podemos decir que lo virtual es muy real, puesto que nos permite actuar sobre la realidad” (Echeverría, 2000: 138).

A esta experiencia producida por el fenómeno tecnológico Castells denomina “virtualidad real”, entendida como:

Un sistema en el que la misma realidad (esto es, la existencia material y simbólica) es capturada por completo, sumergida de lleno en un escenario de imágenes virtuales, en el mundo de hacer creer, en el que las apariciones no están solo en la pantalla a través de la cual se comunica la experiencia, sino que se convierte en la experiencia (Castells, 1998: 406).

Los entornos multimediales hunden a sus visitantes en globos simulados, causando prácticas reales. “La realidad virtual reside en la conciencia de cada uno de los

⁸ Sánchez (2002) menciona al ciberespacio como el sexto continente, Gwinnell (1998) lo confronta con un centro comercial enorme, Hine (2001) lo percibe como el negocio del conocimiento, un mass media y un lugar/no lugar para el experimento.

individuos” (Reid, 1995: 31), por tal razón, cada uno entiende a la realidad virtual desde sus usos, experiencias y conocimientos.

Ciberespacio y comunicación mediada por computadora (CMC)

Lo virtual inició con la televisión pero obtuvo su punto máximo con lo *ciber*. Los mass media habituales, esencialmente la televisión⁹, como lo marca Poster “construyen y presentan un mundo de símbolos e imágenes que existen sólo en la pantalla” (Poster, 1997: 95). De esta forma, la Comunicación Mediada por Computadora (CMC)¹⁰ hace posible comprender al *medio* desde otra lógica, la de los símbolos y las representaciones, ya que son los individuos quienes (re)direccionan, crean contenidos, fabrican personajes, etc.

El ciberespacio existe porque en él hay *actividad social permanente*, no es solo un sistema de computadores, sino la consecuencia de prácticas y acciones sociales de usuarios/as interconectados repartidos por todas partes. “La Comunicación Mediada por Computadora, no es sólo una herramienta; es al mismo tiempo tecnología, medio y motor de las relaciones sociales” (Castells, 1995: 369).

(Re)definición del tiempo, el espacio y la realidad en un mundo tecnológico

Durante siglos, los seres humanos organizaron su existencia en y a partir de nociones de espacio y tiempo que se le imponían de forma tal que debían encajar en un universo preexistente que les ponían límites y los encuadraban, el hombre acomodaba sus tiempos y sus actividades a esas fronteras que él no había creado. Estas actividades de la vida cotidiana precisaban de un específico posicionamiento de los cuerpos en tiempo y espacio reales, sin el cual era imposible la existencia de esas actividades. El tiempo, el espacio y su articulación con los cuerpos implican siempre un determinado orden social siendo imposible pensar la constitución de un orden social sin las categorías de *espacio y tiempo*.

⁹ Las teorías de la comunicación de masas trabajan en el poder e influencia de los medios para presentar o (re)presentar realidades.

¹⁰ Este fenómeno ha tenido un efecto enormemente amplificado y se ha incrementado a través del tiempo, haciendo referencia a la aparición de un nuevo modo organizado de estar en el mundo y de relacionarse con los demás a través de la virtualización de los parámetros universales dados por las culturas tradicionales.

El espacio y el tiempo, son un instrumento necesario para comprender la realidad. Sin embargo, esto fue cambiando con el uso de las tecnologías de la información y comunicación.

Thompson (1997), menciona que los medios¹¹ hacen operable la *simultaneidad espaciada* porque en la comunicación de transmisión verbal, admitía un mismo lugar; ahora con la tecnologización de las relaciones sociales estos indicadores y otros se desvanecen como la presencia y ausencia. En este marco, Castells señala:

El tiempo se borra en el nuevo sistema de comunicación, cuando pasado, presente y futuro pueden reprogramarse para interactuar mutuamente en el mismo mensaje. El espacio de los flujos y el tiempo atemporal son los cimientos materiales de una nueva cultura, que trasciende e incluye la diversidad de los sistemas de representación transmitidos por la historia: la cultura de la virtualidad real, donde el hacer creer acaba creando el hacer (Castells, 2001: 452).

Este cambio radical en las nociones de tiempo y espacio hace que los hechos que antes podrían haber pasado como cotidianos y sin sentido, hoy se vuelvan fenómenos indiscutibles de reflexión, a razón de que la virtualidad, supone vaciar de sentido el espacio y el tiempo o hacer de ambos elementos inexistentes.

Los ambientes virtuales son viables en universos *on line*, porque entonan el discurso hiper-posmoderno y sus particularidades referidas al tiempo, el espacio, la posición geográfica, las identidades, la cultura, entre otras, que se mueven en lógicas distintas a las tradicionales.

¹¹ El impacto interaccional que tienen los modernos medios técnicos de comunicación e información destacan tres dimensiones: a) los medios técnicos facilitan la interacción en tiempo y espacio; b) crea públicos grandes, heterogéneos y distantes -geográficamente hablando-; c) los contextos se modifican gracias a la simultaneidad (Thompson, 1993: 252-253).

CAPÍTULO II EL CHAT

Introducción al *chat*

Internet es un tejido de puntos que conecta a millones de personas¹² dentro de *espacios nuevos* que están cambiando nuestra forma de trabajar, de pensar, de construirnos, de mostrarnos y de sentir. Actualmente, la computadora¹³ se ha convertido en algo más que una herramienta, pues la comunicación a través de ella nos ofrece “nuevos modelos de mente y un medio nuevo en el que proyectar nuestras ideas, representaciones y fantasías” (Turkle, 1997: 15).

La *Internet* se ha convertido en el principal espacio de interacción social y que la aplicación más frecuente que se da a esta tecnología es la de establecer comunicación interpersonal. Las posibilidades de comunicarnos y relacionarnos con otras personas, a través del ordenador, se ve favorecida por el uso de servicios como el *chat*, mensajería instantánea, telefonía o vídeo-telefonía, por citar algunos ejemplos, claramente correspondidos con la vertiente *más social* de la red.

El incremento de las interrelaciones de los seres humanos con la tecnología, y a través de ella, ha hecho más compleja la distinción entre lo específicamente tecnológico y lo específicamente humano. Tal es el caso de las relaciones que se construyen dentro de estos nuevos espacios de interacción social, entre los que destacan el *chat*.

Orígenes del *chat*: contexto específico

Según Mayans: “el *chat* aparece en 1972. Al darse el primer diálogo escrito de computadora a computadora; años más tarde, Jarkko Oikarimen, logra crear el IRC

¹² Al decir del número de usuarios, este ha aumentado de forma dramática desde el nacimiento de la Internet. Por ello Castells manifiesta que a mediados de 1994, en la World Wide Web, disfrutaban 16 millones de usuarios. En el primer trimestre del 2000, había 450 millones, para el 2005 constaban, 1.000 millones de usuarios y para el 2010, rondamos los 2.000 millones (Castells, 2001: 388).

¹³ Turkley aborda tres modos en que, entiende el ser humano su relación con la computadora: como herramienta, como espejo y como fuga. El primero responde a la tradicional concepción instrumental de la tecnología, y en su visión más amplia y universal no está errada. Toda tecnología es una herramienta, es decir, una construcción del hombre que le sirve para determinada función, que le es útil para determinados fines. De la misma manera, en las nociones de espejo y fuga está en juego la subjetividad. En ambas el acento está puesto en cierta expansión objetual del yo que se deposita en la pantalla -en la primera- o a través de ella -en la segunda-. Además, estas dos maneras de relacionarse con la computadora, son más propias de tecnologías más inteligentes, donde la vieja intuición McLuhaniana del hombre como servomecanismo de la tecnología gana en precisión, complejidad y sobre todo en sofisticación.

o *Internet Relay Chat*, o popularmente conocido *chat*” (Mayans, 2002: 128). En el presente, el *chat* es un medio de comunicación masivo y simultáneo entre dos o más usuarios de *Internet*.

Tras esta evolución, paulatinamente fue transformándose en un *no-lugar*¹⁴ común a todos aquellos que logran construir un sentido de complicidad e intimidad en la llamada cibercultura, adoptando diversas formas: *Chat* de amigos, romántico, erótico, de poesía, etc. en los cuales se establece un contexto particular, lleno de intereses y expectativas que sirven como guía a los navegantes, pero que al final no es la diversidad la que importa sino el sentido de grupo o comunidad que se construye en el espacio de lo *cyber* que constituyen la cibercultura, entendida como: “aquellos símbolos significativos entorno a la tecnología digital, en especial *Internet*, que imponen una significación particular a la experiencia, diferente a la significación cotidiana” (Dery, 1998: 94).

A partir de 1991, se puso en boga mundial el *chat*, durante la Guerra del Golfo (Estados Unidos vs. Irak) y en plena conflagración (guerra), la transnacional de la información CNN fue imputada de utilizar imágenes de archivo y edición intencionada con repotes alejados de la realidad, el *chat* sirvió para que periodistas e informantes de la ciudadanía hagan sus referencias del combate libremente.

¹⁴ La definición de no lugar de Augé, lo explica como ni identificadorio, ni relacional, ni histórico, es más bien un lugar de tránsito, provisional, efímero, un pasaje que hay que recorrer, es una superficie no simbolizada del planeta, en ninguna parte que promueve la individualidad solitaria, en donde el individuo no tiene contacto más que con una imagen de sí mismo. El “no lugar” designa espacios constituidos con relación a ciertos fines y la relación que las personas tienen con estos espacios.

Por el contrario, un lugar antropológico es el lugar de la invención, el que el sujeto descubre y reivindica como propio, es un lugar común que se cumple por la palabra, lugar de sentido inscrito y simbolizado, una construcción concreta y simbólica del espacio, lugar de ritual, de intercambio social, de cruce, de encuentro y reunión, en donde se intercambia la palabra y se olvida por un momento la soledad. No obstante, al igual que una individualidad absoluta, un lugar antropológico propio y total es muy difícil de pensar, al contrario, lugares y no lugares interactúan entre sí, los “no lugares” componen el tránsito que debe ejecutarse para llegar a un lugar antropológico. Los lugares se recomponen y las relaciones se reconstituyen en los “no lugares” (Augé, 1996: 98-101).

Este fue el punto de partida e incremento progresivo de usuarios de *chat* a nivel mundial¹⁵, provocando que cada día sean más las personas y grupos que usan las tecnologías de la información y comunicación (TIC).

El *chat*: un espacio de encuentro

Desde los años ochenta, existe al alcance de los usuarios de Internet; el *chat*, que en inglés significa charlar, trasladando esta definición al contexto latinoamericano cobra otra significación, convirtiéndose en el sitio o lugar virtual donde recogemos conversaciones masivas y privadas en línea; cuya particularidad es, la no presencia física de los involucrados.

El *chat* involucra un *hardware*¹⁶, un soporte físico, y un *software* o aplicación que, haciendo uso de la conexión de Internet, permite la comunicación escrita inmediata y simultánea de múltiples usuarios a través de la escritura. El proceso de comunicación se diagrama a través de grafías, símbolos y representaciones que aparecen en la pantalla de los usuarios conectados; es decir, lo que cada usuario escribe es remitido a un servidor y leído por los demás usuarios cada vez que se pulsa la tecla *enter*.

El *chat* es un *espacio social* de interacción entre anónimos muchas veces de forma pública o privada en texto escrito. “En el chat para poder conversar tenemos que aprender a hablar con los dedos y escuchar con los ojos (...) es un espacio comunicativo con una elaboración narrativa, instantánea, fragmentaria, colectiva, efímera y vital” (Mayans, 2002: 141). Las características que miramos se comprimen a la decisión de los navegantes para dejar ver lo que ellos permitan.

¹⁵ Datos del 2005 señalan que hay alrededor de 850 millones de personas que usan el chat lo que, comparado con los datos de principios del siglo, habla de un crecimiento (2000-2008) de 106.4 por ciento.

¹⁶ El *hardware* de un *chat* es una estructura atómica. La estructura atómica de IRC es la estructura física del *chat*, compuesta por cables, máquinas, módems, conexiones, etc. La arquitectura técnica de una red de chats del tipo IRC funciona a partir de una estructura de múltiples máquinas servidoras que, funcionando a modo de anillo o red, permiten mayor capacidad y suelen solventar los problemas derivados del mal funcionamiento de uno o varios de estos ordenadores servidores. Los servidores pueden ser de diversa tecnología y suelen ser propiedad privada de alguien, normalmente alguna empresa privada que pone a disposición la máquina por cualquier razón. Más allá de este anillo están los usuarios individuales. Cada uno con su ordenador, conectándose desde su domicilio, desde centros educativos, desde cibercafés, desde bibliotecas, desde sus lugares de trabajo, etc. (Mayans, 2002: 23-24).

Estas relaciones que se establecen en el *chat* se hacen con lo alterno del otro, por ello en un primer momento no interesa las características físicas de la persona que está al otro lado de la red, sólo cuenta la utilización del lenguaje y el papel que pueda llegar a jugar la imaginación en estas relaciones hipermediadas. Con el *chat* su cuerpo no es más un impedimento, porque éste se virtualiza, se expande hacia la red, toma su dinamismo haciéndose múltiple al tener la posibilidad de estar telepresente en diferentes espacios a los que se les ha deslocalizado; con esta corporalidad reinventada, el *chat* permite generar nuevas representaciones.

El entorno virtual ha simbolizado el cuerpo en el emprendimiento de relaciones sociales, la tecnología y exclusivamente, las computadoras están mediando la comunicación de masas a través de la escritura e iconografía que navegan por las pantallas de los usuarios de las redes.

Creo que *Internet*, y particularmente el *chat* al mismo tiempo que posibilita nuevas comprensiones de las relaciones interpersonales, comparte el trasfondo de las relaciones cara a cara, o dicho de otra forma, las relaciones se establecen a partir del mismo referente que se ubica al interior y exterior del mundo virtual, mediante la idealización del otro, no en el sentido de lo ideal como perfección sino en el sentido de que se construye una idea de la otra persona, lo cual implica que de alguna forma, todas las relaciones son virtuales. De modo que se puede decir que “el otro sí es una fantasía, porque el otro solamente es una imagen del otro, no es el otro, se tiene una imagen construida del otro y con esa imagen es con la que se establecen relaciones” (Dertouzos, 1998: 67).

Chat-room: conversaciones en tiempo real

Hablar del *chat* requiere la precisión de indicar que se trata de un servicio de comunicación instantánea que usa la *Internet* para permitir que grupos de personas dialoguen de manera inmediata. El modelo del *chat* se deriva de una implementación específica, conocida como IRC o *Internet Relay Chat*.

Existen varios miles de redes IRC en el mundo, cada una de ellas con muchos canales. Sin embargo, las redes más populares, con más de cien mil usuarios regulares en sus múltiples canales, incluyen a *DalNet*, *Efnet*, *IRCnet*, *QuakeNet*, y *Undernet*. Los clientes más populares, es decir, los programas que los

usuarios utilizan para acceder a los canales IRC, incluyen a *mIRC*, *ChatZilla* e *ircII* para *Unix*, entre otras.

A los canales se los conoce también como salas o cuartos y “son los espacios virtuales de conversación donde se reúnen los cibernautas agrupados por temáticas diversas” (Danet, 2001: 141). Al ingresar a un portal que ofrezca el servicio de *chat*, nos encontraremos con que existe una diversidad de canales, cuyo contenido varía de acuerdo con los intereses de quienes entran a *chatear*¹⁷.

Estos canales pueden ser de deportes, de música, de política, de juegos, de noticias relevantes al momento, etcétera, o se clasifican por edades y en algunos casos por países. Dentro de dichos espacios hay diversas cantidades de usuarios. Antulio Sánchez, menciona, con respecto a las preferencias de las salas:

Es cierto que existen chats sobre cuestiones comerciales, culturales, políticas de aspectos de filantropía o ecológicos, pero lo real es que tampoco son de interés mayoritario. Si bien no todo es sexualidad en los chats, es cierto que tampoco los de corte científico proliferan. Lo lúdico, la seducción por la amistad, es lo que tiene mucho más cabida (Sánchez, 1997:19).

Existen dos ventanas en un canal de *chat*, la de mensajes y opciones. En la primera se encuentran todos los mensajes de los usuarios conectados en ese momento. En la parte superior se halla el nombre de sala, el número de usuarios que hay en ella y el *nickname* que está usando quien ha entrado al *chat*.

En la parte inferior de la ventana aparece el espacio para escribir y el botón de enviar. Al dar *click* en él u oprimir la tecla *enter* el texto se manda y aparece hasta abajo en la lista de mensajes de todos los usuarios participantes. Asimismo, en esta ventana se encuentra un menú de *emoticons* y de posibilidades para cambiar el color y el tipo de letra.

La *ventana de opciones* constituye el conjunto de herramientas que nos ayudan a utilizar el *chat*. En ella se aprecia la lista de usuarios que participan en el canal, así como un menú de acciones para aplicar en dichos usuarios: ignorar, mandar privado o buscar usuarios (entre las más frecuentes). De igual forma, hay

¹⁷ La palabra *chatear*, es un verbo que indica acción o una conversación producida en tiempo real. Para acceder a ella es necesario entrar en una sala de chat, crearte una cuenta, ponerte un nombre o *nickname* (palabra que hace referencia a tu presencia e identidad en los mundos virtuales) y listo, ya puedes chatear con quien desees.

botones para ayuda o para salir de la sala (estos elementos varían dependiendo del chat del que se trate). Es necesario decir que la entrada a una sala de *chat* es un ejercicio voluntario que parte de una decisión personal en función a intereses y necesidades, de igual manera ocurre al momento de salir, se lo puede hacer en cualquier instante.

En este contexto, existen dos maneras de entablar contacto en un *chat*: por un lado, de manera pública; es decir, todos los que estén conectados ese instante pueden participar de la conversación; y la otra opción, es través de privados: “se le llama privados a los mensajes instantáneos que un chatero le manda a otro sin que el resto tome conocimiento de esta acción” (Reid, 1991: 45).

Tipos de *chat*

Muchos autores hacen la clasificación por el formato y los tópicos. Así por ejemplo, hay *chats* para personas amantes de un *hobby*, para personas con profesiones similares, para conocer gente, buscar pareja, etcétera.

Veamos ahora tipos de *chats*, por formato, que existen:

- *Chats CGI*: este tipo de *chat* funciona con cualquier navegador pero tiene la desventaja de ser lento, razón por la cual, tiende a desaparecer siendo sustituido por los Chats Java.
- *Chats Java*: estos *chats* funcionan con lenguaje Java (programador de mensajes) y por lo tanto requieren *Netscape 2.0*, son más expeditivos que los anteriores y con frecuencia facilitan los intercambios comunicacionales haciéndolos más fluidos.
- *Chats IRC*: son los más rápidos y con periodicidad requieren tecnología Java o IRC, solicita a sus usuarios un *nick*, (nombre o apodo); es decir, un identificador personal, que aparece aliado de cualquiera de sus mensajes o posts, además aprueba la creación de cuartos privados.
- *Chats Telnet*: estos *chats* no requieren de navegadores de Internet, si no que demandan del servicio de un *hosting*.

- *Messenger*: es un programa de *software* gratuito y popular. En la actualidad existen varias versiones según quien proporcione el servicio -*Yahoo* y *Hotmail*- tiene su aplicación en cualquiera de los navegadores de la Internet; por lo que, para su aplicación es necesario descargar e instalar el programa en la computadora -para su funcionamiento es favorable contar con una cuenta de correo electrónico.

La comunicación en los *chats*

En este universo virtual conocido como *salas de conversación*, el tiempo¹⁸ importa, la cuestión es responder en el menor tiempo posible -la velocidad y el vértigo se detonan- Baudrillard (1998). El intercambio requiere una respuesta ligera con un mínimo de caracteres. Esta conversación pretende fijar la curiosidad ajena entre varias personas que participan del intercambio y sí no lo consigue puede ser el fin de la misma.

Esta comunicación simultánea entre diversos interlocutores hace posible el sueño de las *redes sociales* conformada por sujetos con dinámicas similares pero que muchas veces, coexisten en zonas geográficas diferentes (nombre tradicional para nombrar a las comunidades virtuales¹⁹).

“Un *chat* es un espacio de comunicación, de intercambio interactivo y sincrónico de frases verbales (enunciados) en un espacio público y virtual, generado a partir de la conexión de un número significativo de usuarios con un determinado

¹⁸ Quien está conectado a la red vive en un doble tiempo el de su vida terrestre y mortal, y el de Internet. Esto es comparable con ambos tiempos en los que vive un astronauta que está en contacto con la Tierra: por un lado, debe manejarse por su radio con un lugar donde los que le responden están sujetos a años, días, horas, minutos, segundos, que en última instancia están definidos por el posicionamiento de la Tierra con respecto al Sol. Por otro lado, él no está en ese lugar y, teóricamente para su posicionamiento en el espacio, los sesenta minutos de una hora serían totalmente caducos, así como la misma hora. Allí queda en evidencia el carácter convencional y social de la unidad de medición del tiempo (Cremades, 2001: 145).

¹⁹ La idea de comunidad ha sido tradicionalmente asociada a la de un grupo asentado en un contexto específico, en el cual se comparten rasgos culturales. Ahora bien, con el surgimiento y posterior desarrollo de Internet aparecieron las denominadas comunidades virtuales. Baym, observa sus rasgos fundamentales en vinculación con la interacción así: a) individuos dispersos en el ciberespacio, vale decir que no comparten un mismo entorno geográfico, b) diversidades culturales entre sus integrantes, lo que ciertamente se da entre hispanohablantes, c) normas establecidas para su funcionamiento, algunas explícitas y otras implícitas. A estas últimas podríamos llamarlas de sentido común, pues son funcionales al intercambio en el ciberespacio, y deberían conocerlas quienes por allí transitan y, d) intercambios exclusivamente a través de la comunicación mediada por computadoras (Baym, 1995: 153).

servidor” (Palazzo, 2007: 31). El estilo de escribir utilizado por los usuarios es simple, descomplicado e informal; es decir, *posmoderno*.

Por su limitada producción de texto y gracias a la instantaneidad en las respuestas se parece más a la comunicación oral. Consideraciones como las anteriores han llevado a denominar al *chat* como “un género mixto entre el oral y el escrito” (Mayans, 2002: 48).

Códigos textuales y nuevas formas de subjetividad

La comunicación en el *chat* se da, eminentemente, a través de códigos textuales. Lo anterior conlleva una forma peculiar de utilización de estos códigos²⁰. “El registro escrito es inorgánico, espontáneo y desprovisto de reglas gramaticales o, por lo menos, de su cumplimiento riguroso” (Priego; 2001: 23). Las reglas gramaticales²¹ y demás normas de correcta escritura desaparecen, lo primordial es generar intercambio en el menor tiempo posible.

Para comunicarnos recurrimos a grafías, signos, caracteres además de palabras. “El *chat* opera como un instrumento de entrenamiento en la comunicación eficaz en tiempos de atención frágil, utilizando la menor cantidad de elementos, palabras, signos, se debe intentar transmitir la idea central” (Tabeada, 2001: 83). El objetivo, evitar la caída de la atención y transformarse en objeto de *zapping*.

Las (ciber)conversaciones se caracterizan por presentar una *economía del lenguaje* acudiendo a disminuciones en la escritura de las palabras, retirando letras previsibles o imaginables.

Las personas que escriben en estos entornos se les conoce como *chateros* “son individuos concisos en sus mediaciones, gente que escoge los unívocos, así como la pérdida de la timidez y la ganancia en la confianza en sí mismos (Mayans, 2002: 118).

²⁰ El código es el modo o la forma en que se estructuran los mensajes, quedando traducidos en un sistema de signos que son captados por los sentidos y que otro (el receptor) entiende. Un código puede ser un idioma o un escrito en clave, imágenes, representaciones, gestos o determinados sonidos. (Raimondo, 1991: 52). Asimismo, la cuestión del código ha sido estudiada por autores cercanos a la semiótica y a la cultura, como Umberto Eco, así como por otros cuya preocupación está en las nuevas tecnologías. Por ejemplo, Lawrence Lessig. De ahí la importancia de este concepto y de la revisión de los códigos en el chat que sirven para la interacción social.

²¹ Mayans encuentra tres clases de faltas gramaticales: *formales*, *conscientes* y *deliberadas*; la razón es porque el usuario tipea lo más rápido posible, o escribe como habla (Mayans, 2002: 78).

En este espacio social no conviene hacer frases muy largas²². Sin embargo, la acción de chatear es percibida como leer un libro escrito por varias manos, en el cual, uno puede dialogar con el autor, pero a diferencia del libro está la posibilidad de resolver específicamente las preguntas que lo inquietan a uno y poderlas llevar a discusión. En el *chat* se escriben, actúan y declaman historias, de acuerdo a las perspectivas y sentido que cada quien le dé a la *acción de chatear*, si se logra una conexión con el otro es necesario reinventarse a cada instante.

La creación de mensajes escritos vía *chat*, es entendida como una conducta cotidiana, razonable y significativa, una conducta tratada como acción; cuando una persona escribe un mensaje en su computador, no se entienden únicamente ciertos movimientos con sus dedos sobre el teclado del artefacto, sino que dirige una emisión significativa a otro/s individuo/s.

En términos sociolingüísticos y etnográficos, diremos que los sujetos que chatean están simbólicamente reunidos e identificados. Aquellos que no generan pertenencia por los motivos que fuesen, son caracterizados como *diferentes u otros*.

Para iniciar una conversación en el *chat*, es necesario generar información acerca de nuestros datos personales: nombre, de donde eres, que haces, tu identidad sexual, posteriormente vienen las descripciones corporales y, finalmente las narraciones de la personalidad.

Alteraciones del código lingüístico y modos de presentación del texto

En el *chat* se esgrime el ciberlenguaje²³ manifestándose “a través de enunciados rápidos, normativamente informales con excesivo uso del paralenguaje buscando siempre ser participativos” (Nobile, 1998: 104). En algunos casos, este lenguaje muestra limitaciones que son suplantadas con el empleo de *emoticonos*, a través de la usanza de mayúsculas, negrillas, otros colores, tipografía o la clonación de signos buscando captar la atención de otros chateros.

²² Esta inconveniencia de escribir párrafos largos o enunciados estructurados se debe a que puede perderse el interés o la atención de los interlocutores. Recordemos que la comunicación en el chat es simultánea e instantánea, por lo que hacer grandes construcciones gramaticales implica que la persona que está del otro lado de la pantalla se quede esperando nuestra respuesta por un tiempo prolongado.

²³ Por ciberlenguaje consideramos, las adaptaciones que se hagan a un idioma, lengua y lenguaje para el uso y automatismo comunicacional en un entorno virtual, con representaciones propias de expresión (Nobile, 1998: 94).

Estos intercambios comunicacionales se dan simultáneamente y no exceden las tres líneas²⁴ de escritura, por eso la concisión de ideas y expresiones telegráficas son primordiales para el encuentro.

Por esta razón y otras analizadas anteriormente se considera al *chat* como un *género híbrido* que se ubica entre la oralidad y la escritura, Mayans (2002).

Según German Serventi, las particularidades de la oralidad escrita son:

a) Resignifica el uso de la escritura adquiriendo una densidad tempo-espacial e informalidad próxima al de la comunicación oral; b) nace de manera espontánea entre los usuarios de estos servicios. Se trata de códigos en continua construcción y transformación, compartidos, en principio, por consensos de hecho por comunidades de usuarios; c) el soporte utilizado para la escritura y la lectura es una pantalla electrónica (las pantallas alejan las palabras escritas de un soporte material); y e) la velocidad de transmisión - recepción y las propias características del tipo de codificación utilizada hace que se diluya, hasta casi desaparecer, el carácter documental que tuvo el texto escrito hasta no hace mucho. De tal modo, el chat y sistemas similares de comunicación digital, incluido los mensajes de texto a través de celular, comparten la volatilidad propia de la oralidad (Serventi, 2004: 26).

Por su similitud con la oralidad, el discurso remite frecuentemente a su contexto. Es así que el chatear es visto como una acción social, una creación de discursos, en donde el sentido y el significado dependen por completo del contexto de su producción, pues el contexto organiza en el tiempo las acciones y la interacción, de tal forma que el interactuante aporta por lo que acaba de expresar, de escribir, y es entendido en relación con lo anterior.

En esta peculiar forma de construcción del discurso intervienen “las opiniones y comentarios de la audiencia, interrumpiendo al ponente, apremiándole, pidiéndole explicaciones o contradiciéndole o, incluso, hablando en paralelo, de otra cosa que nada tenga que ver” (Mayans, 2002: 43). Por lo que podemos afirmar que

²⁴ Las formas de presentación de las frases en el *chat* son básicamente de dos maneras: las frases emitidas aparecen en la pantalla una debajo de la otra proponiendo un recorrido de lectura vertical. Las nuevas frases desplazan a las anteriores hacia arriba dejando de verse en la pantalla pero pudiéndose volver a ellas mediante la barra de desplazamiento, estas son el modo guión; y la otra es, las frases emitidas aparecen dentro de lo que serían globos de historieta. Las nuevas frases se superponen a las ya emitidas sin proponerse un recorrido de lectura ordenado. Este modo se corresponde con el modo fugaz, por lo que el operador no puede volver a las frases que han desaparecido, estas son el modo historieta (Priego, 2001: 25).

se trata de un texto co-construido y/o co-gestionado. “Las intervenciones están en condiciones de proponer una situación simulada del momento, del lugar y la de las personas de la enunciación” (Reid, 1991: 112). Razón por la cual todo chat es un simulacro y es un espacio donde las experiencias se retraducen.

Estas prácticas, usos y apropiaciones de los espacios virtuales me llevan a preguntar si estas expresiones son influencias de una proyección corporal virtual, o si estamos ante la transfiguración de un desconocido ser, que por razón de la escritura y otras representaciones se perfecciona en los entornos digitales.

El anonimato en el *chat*

Existe la posibilidad de la información vertida por los interlocutores de la charla sea falsa total o parcialmente, un chatero tiene autonomía para crear una vida, una historia y un personaje en las disposiciones que le satisfaga. El reto es construir credibilidad y verosimilitud en la historia que imagina.

Aunque muchas veces “esas presentaciones ideales suelen ser causantes de decepciones posteriores cuando se dan encuentros cara a cara y la realidad no concuerda con la virtualidad” (Balaguer, 2003: 98).

El anonimato es la envoltura de la comunicación electrónica, al separar la interacción social de la presencia física se nos presentan nuevas formas de administrar nuestra presentación. Proyectamos una representación de nosotros mismos más o menos compatible con el marco de referencia, por lo que podemos suspender aquellas acciones o aspectos (incluso corporales) de nosotros mismos que consideremos inadecuados a la situación, Goffman a estas acciones o aspectos inadecuados llama “regiones posteriores de exposición” (Goffman, 1981: 97).

Gracias al anonimato podemos relajarnos de las normas sociales -justamente por el desconocimiento de no saber con quien estamos conversando-, “el anonimato independiza al hombre resignándolo a la subvención de sí mismo, suministrando cuentas de sus acciones a su propia persona, ya no a la sociedad” (Balaguer, 2003: 110). Las prohibiciones, limitaciones y libertades se maniobran subjetivamente desde su *yo interno*. “El ciberespacio permite eludir controles sociales, la mirada censurante y su consecuente culpa o vergüenza (Balaguer, 2002: 95).

La desinhibición: una consecuencia del anonimato

Una de las especificidades de los entornos virtuales es la *desinhibición*, justamente por el anonimato de las relaciones, la no presencia de los interactuantes en el proceso de comunicación –aunque estos elementos están presentes algunas veces– son los componentes más atractivos, según los chateros.

El efecto de desinhibición, que permite expresarse a los cibernautas de manera más abierta, es el complejo resultado de un conjunto de factores, los cuales interactúan entre sí, así reflejado en el siguiente esquema:

Tabla 1. Factores en la desinhibición

Factor	Descripción
Anonimidad disociativa <i>Tú no me conoces</i>	La oportunidad de separar sus acciones del mundo objetual, así como de su identidad, permite que la persona se sienta menos vulnerable.
Invisibilidad <i>Tú no puedes verme</i>	El permanecer lejos de las miradas de los demás permite que la persona navegue por donde desee y actúe como no lo haría en otras circunstancias.
Asincronicidad <i>Té veré luego</i>	En el caso del correo electrónico, el poder darse su tiempo para meditar en la respuesta permite expresar con mayor intensidad lo que se siente o piensa.
Introyección solipsística <i>Todo lo tengo en mi mente</i>	Se percibe una intersubjetividad común, según la cual estamos conectados mentalmente.

Fuente: Suler (2004). Elaboración: Christian Miranda G.

De lo anterior se desprende la posibilidad de graficar dos tipos de desinhibición, los cuales pertenecen a diferentes tipos de usuarios, quienes a su vez se expresan de manera diversa.

Tabla 2. Tipos de inhibición



Fuente: Tresca (2002). Elaboración: Christian Miranda G.

Los *nicknames* (apodo o alias)

En la vida llamada *en línea*, las experiencias a pesar de no compartir los mismos elementos que constituyen las experiencias fuera de la red, posibilitan la construcción de relaciones interpersonales a niveles diferentes, en donde la percepción del otro y de su entorno está enmarcada por referentes representacionales y simbólicos que sólo pueden ser comprendidos bajo ese espacio; la utilización de nombres propios de ese medio, como lo son los *nicknames*; el uso de referentes visuales que *simulan* la realidad compartida en la cotidianidad fuera de Internet, como la multimedia; la cercanía generada, a pesar de la distancia física y del desconocimiento que se podría tener por la otra persona con la que, en un momento dado, se establecería una relación por medio del *chat* u otras herramientas.

En el *chat* yo existo a partir *del nickname*, *nick* significa *otro*. Se entiende, por tanto, un nombre clandestino, ficticio para encubrir o mantener indefinida su

personalidad; es decir, un seudónimo²⁵, (nombre que puede acompañar o reemplazar el nombre de una persona.

Cuando ingresamos en una conversación virtual es imprescindible mostrarse y exhibirse con un *nickname*. Para David Bolter, el *nick* cumple con una función caracterizadora: “opera como una suerte de retrato comprimido al aparecer como nombre, apodo o título. Podríamos plantear que el nick elegido por alguien para chatear opera como primer elemento metadiscursivo” (Bolter, 1991: 82).

Este *nickname* de igual forma ocupa la función del cuerpo en el espacio virtual, por lo que podría ser visto y pensado como el cuerpo virtual en la Internet. Por eso los *nicks* deben ser sugerentes, deben despertar fantasías sobre lo que somos, cómo somos, qué buscamos o qué nos gusta.

El *nickname* construido aparece conectado en la sala ubicándose como un testigo directo de las transacciones informativas que efectúan los chateros. En este sentido, el *nickname* -puede sumarse la imagen de su avatar o una fotografía- aparece como mera conexión. Su correlación con la presencia empírica de un agente externo al medio es una incógnita para todos los integrantes del intercambio, ya que éste puede estar recepcionando los mensajes, realizando un intercambio privado, o, directamente, no estar frente a la pantalla.

Cada *nickname* dota a su actividad de ciertas *marcas o presencias*, cuando escribimos en el *chat* “los enunciados en absoluto perduran estacionados, se mueven al interior de la superficie virtual que las empuja hacia el extremo superior de la pantalla *scrolling*” (Bolter, 1991: 72). Esta dialéctica continua es conocida como *semiótica correlacionada*.

En el *chat* no hay referencias personales fijas, no existe un cuerpo que me identifique y sirva de referencia a los otros, se puede ser quien se desee ser, ya que fuera de la pantalla el reconocimiento y la aceptación del otro como sí mismo, con su identidad, está mediado por el rostro; así, en el *chat* el cuerpo es reemplazado por una representación cualquiera que adopte el usuario o por el *nickname*, pues éste agrupa *lo que se cree la persona es*, y que es mantenido dependiendo de la

²⁵ El apodo es habitual en los espacios virtuales, incluso un requerimiento de presencia para participar en las conversaciones. El seudónimo tiene las siguientes propiedades: brevedad, de fácil explicación, sin resistencia entre emisor y receptor, con modulación y pausas, expresiones cercanas a lo oral (Bolter, 1991: 94).

aceptación de los otros navegantes, entendida como el acuerdo, explícito o implícito entre los usuarios en el que se define que en ese espacio dicho personaje puede ser vivido o recreado.

De esta manera, los *nicknames* favorecen a la reconstrucción virtual de interrelaciones e intercambios continuos, pues muestran un matiz de convivencia con un otro *on line*, en el cual el rostro no aparece como lo reconocemos comúnmente, éste se muestra en mensajes escritos y representaciones en complicidad con la tecnología.

En este contexto, la fragmentación del sujeto se manifiesta en forma de diferentes *nicknames*, que configuran distintas historias posibles de experimentar, cada una completa en sí misma pero que a la vez forma parte de una historia global, la vida de cada uno, en diferentes niveles. Sin embargo, cada vida/historia constituye un espacio de expresión y construcción de subjetividades, en los que se recrea “una cultura, con símbolos y significados a primera vista antagónicos, pero que se entrecruzan y dan lugar a nuevas narrativas en las que los protagonistas se comprenden como múltiples” (Bolter, 1991: 35).

Los cibernautas a través de los seudónimos pueden ocultarse provocando un rompimiento o fragmentación en la identidad del ser. “es una recreación con la identidad, es vivir una nueva experiencia a través de un personaje elaborado” (Benedikt, 1993: 95). En cada *nickname* transita una persona, una historia, un personaje apócrifo salido de la imaginación en busca de un otro real o virtual.

Identidades virtuales en el *chat*

Años atrás, los procedimientos informáticos proyectaron eventos nuevos de relación *tecnosocial*, idóneos para “expresar aspectos múltiples y a menudo inexplorados del yo” (Turkle, 1997: 19). La emergencia de estos espacios permitió la intervención de un ego alterno interpretado por un yo fragmentado y mezclado. “El individuo queda suspendido en el espacio de la computadora, el cibernauta deja la prisión del cuerpo y emerge en un mundo de sensaciones digitales” (Benedikt, 1995: 202); es decir, el *chat* ha contribuido a pensar “la identidad en términos de multiplicidad” (Turkle, 1997: 50). Para ella, la existencia en los entornos virtuales representan las ideas del posmodernismo (Foucault, Lacan, Deleuze, Guattari, entre otros).

Los espacios virtuales son el lugar idóneo para la metamorfosis del ser “es en estos entornos electrónicos en donde las personas pueden darse un respiro y dedicar tiempo y energías a controlar sus vidas escenificadas” (Green, 2001: 163). La Internet hace viable que las personas extiendan ciertas fachadas de su temperamento olvidado en la cotidianeidad de sus vidas “son los aspectos agresivos y los eróticos los que tienden a aparecer con gran frecuencia en las habitaciones virtuales” (Mayans, 2002: 72).

La verdad es que las salas de conversación virtual admiten la puesta en práctica de innegables apariencias de su personalidad que son en algunos casos imposibles de ser exteriorizados en la convivencia pública. “Muchas veces el juego en el *chat* abre a escenarios de puesta en práctica de aspectos que tiempo después pueden ser llevados a la cotidianeidad, es un entrenamiento previo a llevarlo a la práctica en la llamada vida real” (Tabuada, 2001: 33). Las identidades virtuales perduran el tiempo que el chatero crea conveniente; así por ejemplo, unas duran el lapso de la reunión virtual.

Esta reunión virtual permanece colmada de representaciones corporales que intercambian información y descripciones simultáneamente; estas descripciones ocupan la mayor parte del intercambio comunicacional. Para darse cuenta, basta con incorporarse a una sala y participar de estas relaciones *tecnosociales*.

Personajes transitorios: una experiencia lúdica

Los participantes de los espacios virtuales codifican y decodifican mensajes ofreciéndonos un personaje que comunica y existe, forjando la impresión de estar acompañados. Según, Claudia Springer:

Ahora el espectador se introduce en el cuadro, como Alicia en el espejo, y se vuelve actor de lo que allí suceda: es su ser y su hacer, su aquí y ahora, sin solución de continuidad, lo que se desenvuelve en ese decorado electrónico. Pero no sólo eso: no es sólo espectador devenido actor, en el sentido escénico, sino también autor, al tiempo guionista instantáneo e intérprete de su presencia (Springer, 1996: 48).

El *chat* denuncia la intención de fabricación de historias y personajes contados con imaginación haciéndome recordar esa capacidad de los novelistas para apelar a sus fantasías, ilusiones y deseos “es que lo desconocido, lo privado, lo impensado y lo

insentido se ha conocido, publicado, pensado y sentido” (Mayans, 2002: 171). De lo anterior se desprende una contradicción ideal, en el sentido de que el *chat* es un espacio público que accedo a través de una esfera intrapersonal/privada.

Al respecto, agrega Elisabeth Reid “los espacios públicos como sitios de creatividad ponen de manifiesto una paradoja: están cargados de significación y a la vez son profundamente anónimos; son espacios de transición, pero también puntos de reunión inspiradores” (Reid, 1991: 90).

El *chat* se retroalimenta de representaciones, textos y simulacros. El actor de la historia es un vínculo para reflejar y proyectar más no para ser. “La realidad virtual se cimienta en lo real, la fantasía obligatoriamente no es inexistente, mucho menos inservible. Puede no ser cierta, pero si bella, atractiva y seductora” (Buckingham, 2002: 71).

Los avatares

La palabra “avatar” significa transformación o cambio. Aplicado al *chat*, sería la transformación o el cambio que sufre el cuerpo en los entornos virtuales. Sin embargo, en inglés, quiere decir “personificación” o “manifestación corpórea de lo divino”. “En sánscrito, la palabra *avatara* es utilizada para designar encarnación o descendencia de Dios” (Collins, 1996: 163). Así, un *avatara* es la representación visible que adoptan los dioses al descender al mundo material, la Tierra. En éstos escritos encontré al respecto:

El Avatara, o encarnación divina, desciende del reino de Dios para (crear y mantener) una manifestación material. Y la forma particular de la personalidad divina que desciende es llamada encarnación o Avatara. Tales encarnaciones se sitúan en el mundo espiritual o reino de Dios. Cuando éstas descienden al mundo material, asumen el nombre de Avatara (Collins, 1996: 186).

Actualmente, *avatara* y *avatar* son manifestaciones de los seres divinos y humanos en espacios distintos. Y así como un mismo *Ser Divino* puede revelarse en diferentes tiempos, lugares y circunstancias; así por ejemplo, un mismo cibernauta puede adoptar diversas corporalidades y personalidades en el mundo virtual.

Para Harry Collins, el avatar no es más que:

Un retrato animado que personifica al cibernauta, es un protagonista real cuyo propósito es comunicar visualmente a individuos conectados a espacios virtuales, aunque esta representación no tenga asidero con la persona real. El avatar es un protagonista que se asocia, se relaciona, se comunica e intercambia en entornos determinados. (Collins, 1996: 174).

Esta representación es un *icono simbólico* seleccionado por nosotros mismos para interrelacionarse. La variedad de avatares brindan la posibilidad de establecer una categorización por personajes de ciencia ficción, tiras cómicas, personas relevantes del séptimo arte, la pantalla chica o que estén de moda, un dibujo animado, hasta nuestro retrato es usual ver. “Es un modo de representar el cuerpo y una adaptación de nuestro cuerpo a los códigos del chat, una forma más, de cómo el cuerpo aparece en el mundo virtual” (Anderson, 1991: 57).

Existen usuarios que buscan un avatar que de alguna forma los copie, mientras que otros escogen formas y personalidades distintas e incluso opuestas a las que tienen en carne y hueso. Se da el caso, por ejemplo, de mujeres que tienen un avatar masculino, de quienes llevan una vida rutinaria y de bajo perfil pero añaden todo tipo de poderes sobrenaturales a su imagen virtual o también de discapacitados que se convierten en poderosos superhéroes dentro del ordenador.

El éxito en un avatar depende por completo de varios elementos; así por ejemplo, empieza por crear un nombre *–nickname–* para luego seguir con el avatar. Muchas veces estos dispositivos se complementan reconciliándose con el ser humano que los diseña e inventa, aunque en la mayoría de los casos existen contrastes entre la persona y su avatar a causa de la condición de lo lúdico en estas prácticas y usos de estos entornos.

La capacidad que tienen algunos usuarios para jugar con su propia imagen, tratando a su avatar como una muñeca digital, y en la construcción que buscan otros de una identidad virtual liberadora de las cárceles sociales, culturales y físicas que los encierran del lado terrenal.

De nuevo, las carencias emocionales o de compañía en la sociedad actual intentan reducirse artificialmente a través de elementos, representaciones y lugares

que pretenden suplantar la vida *off-line* por una *on-line* “la flor natural ha sido sustituida por la flor de plástico” (Gubern, 2000: 219).

Los *emoticons* o emoticones

El vocablo *emoticons* es la abreviatura de emot que significa emociones, e icons que quiere decir iconos (en el sentido literal del término, iconos que transmiten emociones). En anglosajón son conocidos como *smylles* o rostros felices.

Los *emoticons* (o emoticonos, en español) son definidos usualmente como *representaciones gráficas o textos icónicos* de uso convencional y cotidiano, que tienen como materia prima y se pueden escribir con los mismos caracteres del teclado de la computadora para transmitir afectos y pensamientos.

Ahora, Mayans define a los *emoticons* como:

Un conjunto de símbolos e iconos que representan emociones y objetos cuya finalidad es añadir elementos a la comunicación en la red ayudando a expresar los sentimientos, estados de ánimo y en ciertos casos economizar la descripción textual de los mismos. Los *emoticons* desempeñan el rol de representación apartando la sujeción exterior real –la persona- (Mayans, 2002: 61).

De lo anterior se desprende la figura de la *tercera persona narrativa*, conocida en la jerga de los *chats* como emote; es decir, proyectar emociones. Dichas emociones se proyectan mediante códigos textuales. Así, la tercera persona narrativa es “un conjunto de enunciaciones acerca de un usuario para expresar qué hace, siente o piensa. Esta acción que se enuncia es gracias a un comando que la describe, justamente, en tercera persona” (Heim, 1994: 258). Esta tercera persona otorga a los códigos textuales una mayor capacidad expresiva y la comunicación adquiere mayor riqueza debido a la incursión de la figura del narrador, siendo éste un signo de *teatralidad y simulación* dentro del *chat*.

Según la investigadora, Dr. Marta Torres realiza un trabajo de clasificación de los *emoticons* de la siguiente manera:

a) Emoticonos que expresan la emoción del emisor: responden a la pregunta “¿cómo estoy o me siento?”. Ejemplos de estos *emoticons* son las caras de alegría, tristeza, rabia, llanto o

vergüenza; b) Emoticonos de interpretación del mensaje: responden a la pregunta “¿en qué sentido digo lo que digo?”. Ejemplos de estas representaciones son las caras que signifiquen sarcasmo, humor e ironía; c) Emoticonos de complicidad: cuando los interlocutores se comunican y se entienden, lo sellan con un emoticon de acuerdo o complicidad. Por ejemplo, un guiño de ojo; d) Emoticonos preservadores de la imagen²⁶: estos emoticons se utilizan para construir una imagen positiva del emisor y preservar la del receptor. Significan cortesía y buenos modales, así que una sonrisa, una cara de ángel o también un guiño de ojo pueden ayudar en este sentido y; e) Emoticonos amenazadores de la imagen: estos emoticons se utilizan para desestabilizar la imagen del receptor, mediante mofas o burlas hacia lo que nuestro interlocutor dice. Al amenazar la imagen del receptor, de igual modo se amenaza la del emisor al quedar como una persona descortés (Torres, 2001: 3).

Un *emoticon* puede clasificarse en más de uno de los mencionados anteriormente por Torres, pero eso sí condicionados a la utilización y el contexto de la conversación en este espacio llamado *chat*.

Cabe destacar que estos signos²⁷ se reducen a informaciones que transmitimos voluntariamente, mientras que en los gestos de la comunicación no verbal -cara a cara- esto no es así. Podemos transmitir emociones involuntariamente. Razón por la cual, “un emoticono es un simulacro porque desvincula el gesto concreto que teóricamente representa a su emisor” (Mayans, 2002: 73).

El *emoticon* es un signo que personifica (que está en lugar de) ese gesto. De ningún modo pensamos que las construcciones que representan los elementos no

²⁶ Esta clasificación de *emoticons* preservadores y amenazadores de la imagen tiene como base las propuestas de los autores Penélope Brown y Stephen Levinson, quienes identifican las reglas de cortesía presentes en las relaciones interpersonales. La cortesía corresponde a la imagen de nosotros mismos y las personas con quienes interactuamos. Nos lleva tanto a preservar nuestra imagen como a no amenazar la de los demás. Este fenómeno está presente en los comportamientos humanos como, por ejemplo, la forma de vestir, de comer y, por supuesto, de hablar.

²⁷ Charles Peirce, hace una clasificación de los signos y distingue entre iconos, índices o indicios y símbolos, distinción que se extiende en la semiótica y su relación que se establece entre el signo y el objeto que representa. Si esta relación es de tipo material, el signo es un icono. Por ejemplo, una fotografía o un mapa. El icono funciona en virtud de la semejanza existente entre la representación sígnica y lo representado, misma que puede ser más fuerte o más débil (grado de iconicidad). Si la relación es de contigüidad, el signo es un índice o indicio. Por ejemplo, una huella. Este tipo de signo funciona en virtud de una dependencia real que mantiene con el objeto representado, de acuerdo con una relación causa-efecto. Finalmente, si la relación es convencional, el signo es un símbolo. Por ejemplo, la palabra mesa. Desde la perspectiva de la lingüística, el símbolo es un tipo de signo cuya relación con lo que representa es arbitraria, es decir, que entre el signo y el objeto no existe ninguna relación, ni de causalidad ni de semejanza. Así, según Peirce, el símbolo es un tipo de signo que representa su objeto por convención. Los alfabetos, son ejemplos de símbolos.

verbales en el *chat* suplan, desvanezcan o desaparezcan lo extralingüístico. En todo caso, pretenden ocupar el hueco de su ausencia simbolizando la intensidad del *acto comunicativo*.

En este caminar por los entornos del *chat* hacia lo audiovisual, existen *emoticons* que pasan de los paréntesis, los puntos y los signos lingüísticos a la imagen/retrato. Por ello, la distinción icónica entre emoticons de código textual y los de código visual, en palabras de Reid:

Los emoticons de código textual son más abstractos ya que representan al objeto a través de sus rasgos característicos o esenciales, pero sin tener un parecido estrecho con el objeto mismo; por el contrario, los emoticons de códigos visuales varían de un portal de chat a otro, aunque las imágenes estandarizadas siempre se encuentran, como es el caso de las caras de alegría, tristeza, enojo, gimoteo, etcétera (Reid, 1991: 139).

(Re)invenciones del cuerpo en los entornos virtuales

En este sentido, el *chat*, ha provocado el desplazamiento de la corporalidad, de la presencia física, del espacio geográfico, o mejor aún, la ha (re)definido y ampliado, pues tecnologías como el teléfono, la radio y la televisión, y aún más atrás, la escritura, posibilitaron ese *desplazamiento*. De hecho, el *chat* acompaña este proceso de (re)configuración del cuerpo provocando el ocultamiento y desvanecimiento de su naturaleza biológica.

En la comunicación mediada por computadora, en este caso el *chat*, se exhibe un fenómeno denominado *la prueba de la existencia individual*, expresado a través de avatares, fotografías, *nicknames* o simplemente, redactar en la red. Este acto de escribir en los espacios virtuales constituye una de las maneras de constar, dejar huella y coexistir con otros en estos universos.

El cuerpo se encuentra desplazado, oculto por las palabras de un texto digital, así que la visibilidad del otro, en contraste con la relación cara a cara, se ha transformado, lo cual implica, aquello que invita y convoca al otro a la interacción está despojado de los referentes corporales, y en este sentido *las competencias narrativas/comunicativas* constituyen el punto clave del vínculo.

Según, Elisabeth Reid, “la conversación en los chats es en cierto modo sobrehumana, puesto que se produce no entre masas corpóreas, sino entre entidades místicas no muy distintas de la que convoca el médium en una sesión espiritista”

(Reid, 1991: 167). Los participantes de la conversación aparecen en el encuentro a través de un *nickname* -cualquier seudónimo o representación en realidad-, al que se le presume una identidad con un cuerpo y un temperamento simbolizado en una imagen cualquiera.

El cuerpo es suplantado por el *cuerpo interfase* ser humano-máquina, como generación de una nueva forma de encarnación, que se instaura desde una confluencia simbólica: *artificial y natural/ virtual y real*, donde el cuerpo se expande, se fusiona con la máquina, se complementa y se transforma.

El cuerpo interfase es “un cuerpo narrado, una estructura ausente de personalidad y es otra forma de describir esas nuevas y vagas formas de sentir que son los computadores, sensaciones que por demás aparecen seductoras” (Springer, 1996: 88). Esta noción de interfase tiene su origen en las complejas relaciones entre máquinas digitales y el ser humano y que corresponde al plano de la simulación.

Las mutaciones que ofrece la interacción virtual se expresan inicialmente como una noción de pérdida del control del cuerpo, experiencia acompañada de una sensación de movimiento físico vertiginoso y emocionante que se produce en un espacio fantasmático. Estos cuerpos virtuales, dejan de lado los cuerpos físicos, limitados y obsoletos, una vez la conciencia puede introducirse en la red.

Con el *chat* el cuerpo no es más un impedimento, porque éste se virtualiza, se expande hacia la red, toma dinamismo haciéndose múltiple al tener la posibilidad de estar telepresente²⁸ con esta corporalidad reinventada, a través del *chat* podemos trascender dificultades e incomodidades de nuestra imagen. “Los *chats* conceden a los practicantes de la vida social incorpórea una posibilidad inmensa para el disimulo, la impostura y las retiradas a tiempo” (Tabuada, 2001: 56).

Esta no-presencialidad se constituye en un facilitador para la expresividad en el *chat*, pues el contacto por medio de la palabra escrita proporciona una experiencia diferente al contacto cara a cara, y con ello la posibilidad de ser espontáneo, ya que el otro se percibe como nadie.

Quienes intervienen utilizan el tuteo como expresión de confianza (se reemplaza el tú por el vos) y va incrementando en la medida que exista un constante contacto.

²⁸ “La telepresencia señala la intervención física del usuario a distancia” (Reid, 1991: 138).

En el *chat*, el *otro* no es peligroso, se controla, se inventa y está lleno de necesidades de compartir con alguien desde la comodidad de los hogares o cibercafés. Y si ese otro molesta o no satisface, simplemente el cibernauta se desconecta de él.

CAPÍTULO III

UN ANÁLISIS DE *FACEBOOK* COMO ARTEFACTO SOCIO-TÉCNICO

Las redes son formas relacionales y organizativas. Se caracterizan por ser complejas, extendidas, dinámicas y heterogéneas. Existen redes de todo tipo y forma. Pueden estar compuestas por los más diversos elementos. Así, hay redes de personas, empresas, instituciones, gobiernos o, atendiendo a su composición, hay redes informáticas y/o de origen tecnológico caracterizadas por su capacidad de enlace entre sus elementos y partes.

Por tanto, “las redes son siempre redes de relaciones y, como tal, son formas de organizar estas relaciones” (Barabási, 2003: 89). Aquello que define su forma organizativa es lo que se denomina arquitectura de una red. “Las arquitecturas de redes permiten analizar las diferentes formas de organización de red, las cuales pueden ser cerradas o abiertas, privadas o públicas, entre otras” (Berners, 2000: 58).

El desarrollo de nuevas redes siempre se relaciona con cambios a nivel social, económico, político o tecnológico²⁹. Vinculadas a investigaciones de informática, en las décadas del 50 y 60 se comenzaron a producir redes electrónicas en Estados Unidos de Norteamérica (en adelante EE.UU.) y otros países desarrollados.

Las redes electrónicas pueden describirse como “un conjunto de computadoras interconectadas -puntos, nodos, sistemas- por algún medio físico que, operadas a través de un software (programa informático), pueden lograr comunicarse con otras computadoras que están distribuidas espacialmente” (Mitchell, 2005: 122).

El desarrollo de las primeras redes electrónicas se conoció como *Internetworking*. Actualmente, existen varias formas de clasificar las redes electrónicas.

²⁹ Pueden citarse números casos. Por ejemplo, el desarrollo de las redes de electricidad, comunicación, transporte de mercancías, conformaron una secuencia inseparable de la historia de capitalismo industrial. A finales del siglo XIX y principios del XX las redes de electricidad se sumaron a las redes ferroviarias y al telégrafo para configurar nuevas formas de control sobre el tráfico y comercialización de mercancías.

Los primeros desarrollos sobre redes electrónicas comenzaron a expandirse gracias a las investigaciones en electrónica digital y en tecnologías digitales³⁰. Puntualmente, la electrónica digital permitió codificar la información en dos únicos estados. Es decir, permitió codificaciones binarias³¹ donde, por ejemplo, los signos podían presentarse como verdadero/falso, positivo/negativo, o, comúnmente, 0/1.

Ya adentrados en el siglo pasado, gracias al desarrollo de los biestables³², comenzaron a desarrollarse dispositivos electrónicos de procesamiento digital como los microprocesadores³³. Éstos, rápidamente, permitieron procesar información a través de la presencia o ausencia de electricidad a través de circuitos electrónicos. Esto favoreció, a su vez, la aparición de la computación electrónica digital y que las redes electrónicas crecieran en los países desarrollados.

Las redes electrónicas se expandieron masivamente en los noventas (Castells, 2001; Becerra, 2003). Centros de investigación e instituciones académicas, agencias de gobierno, organismos internacionales, empresas y corporaciones comerciales comenzaron rápidamente a sumarse y a sumar otras redes públicas o privadas a una red de redes que comenzaba a ser común.

Las redes electrónicas dieron un salto cualitativo con el desarrollo y comercialización de las computadoras personales Berners (2000). Esto generó la

³⁰ Estas tecnologías utilizan codificaciones binarias -números, símbolos- que son discretas (es decir, limitadas a ciertos valores fijos) y discontinuas -sólo limitadas a algunos estados o biestables-. Su característica principal es procesar cualquier tipo de información a velocidad/resolución.

³¹ Un ejemplo claro de codificación binaria está dado por el Código Morse y el telégrafo. Morse tradujo el alfabeto occidental hacia una nueva forma de codificación. Transcribió todo el alfabeto hacia un nuevo alfabeto que tiene sólo dos signos -un punto y una línea-.

³² Existen muchos dispositivos biestables que se usan para procesar información codificada en binario. El biestable se puede definir como un dispositivo en el que se pueden distinguir dos valores con la suficiente claridad como para que no se produzcan ambigüedades. Para esto se pueden utilizar el paso/no-paso de energía, la presencia/no-presencia de luz, la perforación/no-perforación de una cartulina o, entre otros, el sentido de la magnetización. En la actualidad existen muchos dispositivos biestables que se usan para procesar información codificada en binario.

³³ Los microprocesadores son la unidad central de procesamiento de las computadoras y están compuestos por millones de transistores integrados en una misma placa de silicio. Éstos ejecutan instrucciones almacenadas como números binarios organizados secuencialmente en la memoria principal de las computadoras.

posibilidad de que se sumen usuarios-finales hogareños a estas redes y que ésta se expanda a nivel mundial con un carácter común.

Así, la articulación entre las redes electrónicas, las tecnologías digitales y, sobre todo, la capacidad de que cualquier institución, empresa o usuario-final hogareño pueda sumarse a la red generó, en poco más de tres décadas, lo que hoy se conoce como *Internet*.

Muchos de los desarrollos fundamentales de Internet llevaron años de trabajo e implicaron importantes inversiones de universidades, agencias estatales, empresas y, sobre todo, de las comunidades de usuarios que los construyeron. Sin embargo, Internet no fue planificada en ningún momento como tal.

El crecimiento y estado actual de *Internet* no fue diseñado por ninguna persona, corporación comercial o Estado en particular. “*Internet* es un emergente. Es ante todo, una creación *tecnocultural*. Es la resultante de procesos auto-organizados, de luchas, tensiones y negociaciones de los diferentes grupos sociales que la construyeron” (Bijker, 1995: 75).

Muchos de los motivos de la emergencia de Internet y, sobre todo, de su crecimiento en las últimas décadas pueden explicarse a través de su arquitectura. Esta arquitectura está caracterizada históricamente por ser distribuida, abierta transparente, y finalmente, de producción colaborativa (Baran, 1964; Lessig, 2001, Benkler, 2006).

El argumento E2E y la producción colaborativa

El argumento *End to End* (E2E)³⁴ que permitió que *Internet* pueda ser configurada como un espacio de producción colaborativa entre pares. Con el acceso masivo a computadoras personales en las décadas del 80 y 90, miles y luego millones de computadoras comenzaron a sumarse a Internet. A través del argumento E2E, “*Internet* se construyó como una red donde los usuarios-finales, sin importar su ubicación, podían funcionar como *emisor o receptor*, ser productores o aportar valor en forma de datos, información o servicios” (Saltzer, 1981: 11).

³⁴ “End to End” se puede traducir al castellano como de “Fin a Fin”, de “Final a Final”, de “Extremo a Extremo”, o bien, como de “Usuario-Final a Usuario Final”.

Así, la relación entre los servidores y los clientes³⁵ pudo ser reversible e Internet se convirtió en una red de producción colaborativa entre pares o red para par (peer to peer o P2P). “El Argumento *End to End* fue descrito por primera vez en 1981 por los arquitectos de redes Jerome Saltzer, David Clark, y David Reed como un principio de diseño orientado a distribuir funciones dentro de una red de computadoras” (Lessig, 2001: 34).

El argumento E2E se basa en la redundancia, en la idea de que pequeños valores distribuidos por un sistema se suman a un sistema mayor. Antes que localizar la inteligencia (procesamiento de la información) de una forma centralizada, se prefirió ubicarla en muchas pequeñas funciones requeridas por aplicaciones distribuidas. Esto fue lo que ocurrió con la arquitectura de Internet. Se crearon redes electrónicas básicas en el núcleo y más ininteligibles en sus extremos.

“*Internet* fue la primera red de computadoras que nació con este diseño en su arquitectura” (Saltzer, 1991: 121). Por ello, la ecuación P2P ha tenido un rol central en la arquitectura de Internet y, por tanto, en toda su política. “Configuró el espacio y condicionó las formas en que la red podría crecer, expandirse o mutar a través de sus extremos, de sus usuarios-finales” (Lessig, 2001: 44).

Así, la arquitectura descrita puede considerarse una de las instancias políticas más importantes de *Internet*. Estas tecnologías, los argumentos y principios arquitectónicos descritos definieron y todavía definen una parte importante de qué se puede o no se puede hacer en el ciberespacio. En este sentido, la arquitectura de Internet y de otras redes convergentes puede considerarse una matriz relacional que afecta directamente el entramado socio-técnico en la era digital.

Internet es en la actualidad una red electrónica que aprueba, la comunicación mediada por computadora repartida entre numerosos individuos. La

³⁵ Las redes electrónicas iniciales se componían de grandes computadoras centrales (mainframes) y de computadoras terminales (*thin clients*). Entre ambas existían asimetrías y una relación de subordinación sobre las capacidades y su funcionamiento. Esta relación puede sintetizarse como una relación entre servidores y clientes. Así, los servidores se caracterizaban por tener gran capacidad de procesamiento y almacenamiento de información y por ser proveedores de servicios, información y datos. En cambio, los clientes se caracterizaban por tener menores capacidades y ser requirentes de servicios, información o datos.

conmutación de paquetes de información, los protocolos abiertos y el argumento E2E, entre otros, permiten observar cómo esta arquitectura dejó abierta la posibilidad de que sean los mismos usuarios-finales, en una relación de paridad y ubicados en los extremos de la red, los que produjeran de forma colaborativa el mismo ciberespacio³⁶.

En este sentido, “*Internet* es una producción colaborativa” (Mitchell, 1995: 67). Así, en la actualidad, es un espacio común, abierto, autoorganizado, que es producido colaborativamente por todos aquellos que, gracias a su arquitectura, pueden ser considerados en una situación de paridad (P2P)³⁷ como usuarios-finales y productores de la red³⁸.

Esta capacidad política y tecnológica flexible, abierta e incluyente de *Internet* fue aprovechada desde el inicio por los diferentes grupos sociales que la construyen diariamente. Así “las tecnologías digitales e *Internet* son construidas y producidas por personas físicas, corporaciones comerciales, universidades, centros de investigación, todo tipo de instituciones nacionales e internacionales, Estados o instituciones comunitarias” (Reischl, 2008: 49).

Desde esta perspectiva, *Internet* es un espacio heterogéneo atravesado por los intereses y objetivos de cada uno de estos grupos sociales. En algunos casos, estos intereses pueden ser comunes entre los grupos. En muchos otros, estos intereses son contrapuestos y generan tensiones sociales, económicas, políticas, jurídicas o tecnológicas.

Contextos de las comunidades ciberespaciales

Para muchos autores, el origen de las redes sociales responde a una maniobra comercial emprendida por la *Internet* cuando “Yahoo lanzó Yahoo 360”

³⁶ Según Benkler, el crecimiento exponencial de *Internet* se debe a la innovación entre pares, a la producción entre pares (Benkler, 2006).

³⁷ *Internet* también puede ser definida como una red de pares, como una red de “par a par” (peer to peer) o, directamente, por sus siglas en inglés, una red “p2p”.

³⁸ Según Comscore (2009) se estima que en la actualidad *Internet* tiene a nivel mundial más de mil millones de usuarios (contabilizando sólo conexiones hogareñas y laborales y excluyendo conexiones desde telecentros comunitarios y conexiones vía telefonía móvil). Según este estudio la región con mayor cantidad de internautas es Asia Pacífico y los países con mayor cantidad de conectados son China (179 millones), EE.UU. (163 millones) y Japón (59 millones).

(Nambisan, 2007: 6). Este hecho marcó el comienzo de las comunidades virtuales en diversas naciones e idiomas. “Aproximadamente hay más de 350 sitios de redes sociales existentes” (Nambisan, 2007: 11).

Las redes tecnosociales describen “todas aquellas herramientas diseñadas para la creación de espacios (sitios *web*) que promuevan o faciliten la conformación de comunidades e instancias de intercambio social” (Nambisan, 2007: 13). Estos sitios son como clubes virtuales.

Una vez que las personas se hacen miembros y crean su perfil, pueden interactuar y conectarse con familiares y amigos a través de actividades en línea como conversaciones, correo electrónico, fotografías, eventos y actualizaciones de estado. Ejemplos de sitios de redes sociales exitosas³⁹ tenemos a *Facebook*, *Hi5*, *MySpace*, *Orkut*, *Tuenti*, *Friendster* y *Bebo*.

El componente primordial de las comunidades virtuales son los usuarios, al ser los intérpretes que alimentan estos espacios con imágenes, representaciones e información. De ninguna manera podemos olvidarnos que “sólo con más usuarios, y siendo éstos cada vez más activos, tienen sentido las Webs 2.0” (Benkler, 2006: 84).



Fuente: <http://www.planetarium.web2.net/>. Evolución de las redes sociales.

“Con la Web 2.0 las cosas han cambiado, y mucho. De hecho, haber convertido al usuario en el rey de Internet es posiblemente la característica más importante y más definitoria de la Web 2.0” (Benkler, 2006: 89). Pero ¿Por qué estos sitios son populares? entre otras cosas porque nos posibilita la comunicación con otras

³⁹ De Ugarte (2003) identifica cuatro requisitos necesarios para lograr el renombre y la notoriedad de una red social: (1) la existencia de un grupo de personas relacionadas o con un interés común; (2) el uso de recursos digitales publicados en Internet por parte de cada uno de los miembros; (3) la posibilidad técnica de compartir esos recursos en el ámbito que se elija y aumentar su valor añadido con ello; (4) la capacidad inherente de la red social para crecer en participantes y recursos.

personas y conocer a nuevas personas -compartimos mensajes, fotografías y videos-, nos ayuda en la organización de nuestra vida social y con ello participar activamente en causas o grupos que nos interesa, jugar en línea con otros miembros, entre otras.

Las redes sociales y particularmente *facebook* son un espacio para las interrelaciones entre actores sociales, esto se debe ciertamente “gracias a la Web 2.0, y su acento en lo social, porque ha favorecido la conformación de comunidades virtuales y redes de colaboración entre pares” (Benkler, 2006: 102).

Facebook: todo un mundo virtual

Los mundos o espacios virtuales pueden imaginar, crear o emular el *mundo real*, o bien, ser mundos completamente ficcionales. En los mundos virtuales sus usuarios desarrollan todo tipo de actividades y, en algunos casos, hasta crean el mismo entorno en el que participan.

En la actualidad, la realidad virtual se ha expandido por razón de los videojuegos en red, juegos de simulación y redes sociales que utilizan una interfaz gráfica para la representación de sus participantes. A través de las tecnologías digitales e Internet, estos mundos se han convertido rápidamente en espacios de socialización, de negocios, de educación, de investigación, entre otros.

Uno de los mundos virtuales que más se ha extendido en estos últimos años es *facebook* y puede definirse como “un mundo virtual (entorno digital), en línea, basado en Internet que permite a los residentes (usuarios-finales) interactuar con el entorno y relacionarse con otros usuarios” (Benkler, 2006: 93). *Facebook* es un entorno en constante movimiento. En la actualidad, supera las 500 millones de suscripciones y posee usuarios de más de 140 países. A continuación se examina cada uno de los elementos descritos para la definición de *facebook*.

Un mundo virtual (entorno digital)

“*Facebook* es un entorno digital generado por computadoras” (Chesbrough, 2004: 107). En este sentido, genéricamente, se lo puede definir como un mundo virtual, como un espacio diferente del mundo fuera de línea (físico, material, urbano).

A diferencia de otros mundos virtuales, que pueden ser no-digitales y completamente ficcionales, en *facebook* se puede observar claramente la intención de emular (imitar, simular) el mundo de los seres humanos; es decir, *facebook* reproduce la vida social de las personas.

En línea, basado en Internet

Para conectarse a la plataforma los usuarios deben disponer de una conexión a Internet. Es decir, deben estar conectados a una red que les permita alcanzar el acceso a los servidores donde se aloja la información digital que compone *facebook*.

En este caso, *Internet* funciona de puente, enlace, transporte entre las computadoras de los usuarios-finales (o los clientes) y las computadoras en red (o los servidores). Entre las computadoras o unidades de procesamiento de información de los usuarios-finales de una red electrónica que accede a *facebook* y los servidores donde se aloja la información digitalizada del mundo virtual se establece una relación entre clientes y servidores⁴⁰.

La información de *facebook* no se encuentra distribuida entre las computadoras de los usuarios-finales sino que está concentrada en sus propios servidores (esta característica define un aspecto central de la arquitectura de *facebook*).

Los participantes del mundo virtual (*facebook*) se denominan *residentes*. Estos residentes son, técnicamente, *usuarios-finales*. “Se considera residentes a los usuarios-finales que han configurado una cuenta, han creado un avatar (o representación) y están activos en su uso” (Zhao, 2005: 30). Para crear una cuenta en *facebook* hay que movilizarse a la sección de registros, hacemos *click* y automáticamente se desplegara un formulario con preguntas personales básicas (revisar el gráfico), lo llenamos y al instante te llegará una correspondencia electrónica pidiéndote la admisión de tu registro mediante un *link*, pulsamos sobre este. Con esta operación eres parte de esta comunidad virtual.

⁴⁰ A través de este modelo cliente-servidor los usuarios-finales pueden conectarse a los diferentes servicios que se ofrecen en Internet. Los navegadores *web* como *Firefox*, *Internet Explorer* o *Safari*, son “aplicaciones o programas clientes” mediante los cuales se logra una conexión con “servidores *web*” escribir *blogs*, jugar juegos en red y chatear. Su principal característica: la relación es reversible y las computadoras que funcionan como clientes también pueden funcionar como servidores. Por ello, en parte, Internet es una red de pares.

Nombre completo:

Estoy:

Fecha de nacimiento: Día: Mes: Año:

Email:

Crea tu contraseña: ?
Seguridad de la contraseña

Control de seguridad: Introduce **ámbas palabras** más abajo, **separadas por un**
¿No puedes leer las palabras de abajo? Intenta con diferentes
captcha de audio.



Texto en la imagen: ¿Qué

He leído y acepto las [Condiciones de Uso](#) y la [Política de P](#)

Fuente: Página oficial “Facebook” en español. Formulario para crear una cuenta en *facebook*.

Historia de la empresa

*Facebook*⁴¹ es una comunidad ciberespacial diseñada por Zuckerberg -estudiante de la Universidad de Harvard- en Febrero del 2004.

Según Zhao, el nombre *facebook* nace “en el 2005, cuando adquieren el nombre de dominio *facebook.com* por un valor de \$ 200.000 y se comprime de “the facebook. com” a *facebook.com* (Zhao, 2005: 79).

Ahora, conozcamos la evolución de esta red social:

En febrero del 2006, se empezó a aprobar que los universitarios agreguen estudiantes de escuelas secundarias como amigos debido a una gran cantidad de peticiones por parte de las audiencias. Meses más tarde, se abre el registro para que cualquier persona con una dirección de correo electrónico válida pueda registrarse y como cualquier red social tienes que llenar tu perfil y agregar contactos invitando o recibiendo (Zhao, 2005: 81).

⁴¹ Su interpretación más cercana es “Libro de caras”, haciéndonos recordar los libros empleados en las escuelas y colegios con fotografías y una reseña de su trayectoria académica.

Estas audiencias pueden ser parte de una o varias comunidades ciberespaciales, en correspondencia con sus relaciones sociales, profesionales, laborales, territoriales o por simple gusto e interés.



Fuente: Agencia de noticias AP. Mark Zukerberg, co-fundador de *facebook*.

Sigamos revisando su historia, nos corresponde examinar la estrategia comercial con la que inicio:

En el 2007, se anunció una estrategia para incorporar avisos clasificados de manera gratuita en el espacio virtual, entrando en competencia con otras empresas. La red social lanzaría un programa de aplicación perfeccionado que permite seguir sumando aplicaciones y lo mejor compartir con quienes las deseen denominándola *Facebook Plataform* (Zhao, 2005: 86).

Esta estrategia de negocios marcó la diferencia en el éxito del sitio. Así reflejado en números:

Para el 2011 sobrepasaran los 550 millones de cibernautas y la mitad de esta cifra estará conectada todos los días. Representando el 15 por ciento de la población mundial congregada en la red. Estos mismos usuarios requieren 3000 millones de minutos por día para revisar y actualizar su información (Zhao, 2005: 92).

Finalmente, la red social gana de momento la batalla por el tiempo, principal moneda de intercambio en los mercados de la comunicación. En octubre de 2010, el 63% del tiempo dedicado a las redes sociales correspondió a facebook, según datos publicados por Nielsen (monitora de servicios cuya sede está en Reino Unido).

Programas y lenguajes que hacen posible *facebook*

El poder de *facebook* radica en la suma de variadas conexiones entre los usuarios del sitio y sus amigos; entre gente y eventos; entre fotos y gente; y entre un inmenso número de objetos discretos conectados por *metadata* (programa de interconexión) que los describe a ellos y a sus conexiones.

“Estos centros de data se ubican en California, San Francisco y Virginia del Norte. Los centros están contruidos en tres hileras. Servidores cargados con *software* de fuente abierta, algunas de las cuales la propia *facebook* ha creado” (Chesbrough, 2004: 92).

Su centro principal está en California, pero interactúa permanentemente con los otros centros de San Francisco y Virginia del Norte. “La hilera superior de la red de *facebook* está constituida por servidores web que crean las páginas web que los usuarios ven, la mayoría con cuatro núcleos en Linux y Apache 64-bit” (Benkler, 2005: 24).

Además, muchas de las páginas sociales de la red y sus características son creadas utilizando *PHP*, una computadora que escribe un lenguaje especializado para funciones automatizadas.

Pero *facebook*, también desarrolla y requiere “núcleos complejos de aplicaciones que utilizan una variedad de lenguajes completos de computadora, incluyendo C++, *Java*, y *Python* todo controlado a través de *Thrift*, una aplicación marco que permite que los programas compilados de diferentes lenguajes trabajen juntos” (Zhao, 2005: 114). Siguiendo con esta descripción, Zhao (2005) indica:

La hilera inferior consiste de ocho núcleos de servidores Linux, un servidor de database de fuente abierta (...) *facebook* tiene alrededor de 800 de estos servidores distribuyendo alrededor de 40 terabytes de data usuaria -fotos, mensajes, etc.-. La hilera del medio consiste en servidores caching. Hasta 800 servidores de database pueden servir toda la data necesaria: *facebook* recibe 55 mil solicitudes por minuto para data y conexiones. Los servidores abultados en caches de 15 terabytes, corren en Linux y el software de fuente abierta Memcache, hacen posible el funcionamiento de *facebook* -fotos, videos y otros objetos se almacenan en las hileras web y archivadores del datacentro para compartir en databases con interconexión a la memoria de la red (Zhao, 2005: 122)

La red social *facebook* está creciendo exponencialmente, razón por la cual va a precisar de sus enlaces una mayor capacidad de rendimiento en el menor tiempo posible.

Facebook una plataforma PHP (lenguaje de programación web)

Rasmus Lerdorf⁴² (ingeniero de programación) llamó al programa PHP (*Personal Home Page*) y lo desarrolló para hacerlo sencillo y accesible a todos, en cuanto a su utilización.

Así, cualquier usuario que no sea programador pero tenga ganas, paciencia y unos mínimos conocimientos de desarrollo *web* puede crear su propia página y añadirle tantas funcionalidades como desee (bajo esta concepción *facebook* construyó su plataforma). La arquitectura de *facebook* fue pensada para ir incorporando nuevos programas y servidores conforme va requiriendo y creciendo.

Gracias a *PHP*, esa cola de letras, de números y signos que vemos al final de la mayoría de direcciones *URL*, miles de personas han podido llevar a cabo sus proyectos *web* sin necesidad de pasar por las aulas de ingeniería.

Número de servidores que utiliza *facebook*

La red social con más consumidores en el mundo, *facebook* -con 550 millones de usuarios, tiene el 62% de cuota del mercado de las redes sociales- ha facilitado información en su página *web* sobre la cantidad de servidores que utilizan para manejar la información:

Alrededor de 40.000 servidores de los cuales 29.000 se dedican a interpretar páginas PHP para generar las páginas dinámicas llenas de información social para sus usuarios, tramitando más de 25 terabytes de datos por día. Actualmente tiene 595 ingenieros que gestionan los datos de más de 550 millones de usuarios (*Facebook*, 2010: 14).

⁴² Rasmus Lerdorf trabaja como arquitecto de infraestructuras en *Yahoo* y colabora en las nuevas versiones del lenguaje *PHP* que se van lanzando.

Desarrollo de servicios y aplicaciones en *facebook*

Es una red abierta a terceros que ofrece una serie de Aplicaciones para Programas de Interface (API) de desarrollo en *PHP* para integrarse con ella y acceder a los datos de los usuarios.

Esta mejora de terceros se basa en el desarrollo de aplicaciones. Zhao (2005), identifica dos tipos de aplicaciones que se incluyen a la plataforma:

Aplicaciones que utilizan el propio escritorio de facebook: con esto logran una integración mucho mayor con el portal. Facebook provee de un metalenguaje para manejar la presentación de la aplicación dentro de la comunidad; y Aplicaciones externas que disponen de su propio portal pero se integran con facebook en su capa más interna. Accediendo a los datos proporcionados por los usuarios, que se almacenan en las bases de datos de facebook (Zhao, 2005: 73).

El desarrollo está claramente orientado a la utilización de PHP ya que *facebook* facilita las librerías de acceso a los datos en este lenguaje de programación. La idea principal es que las aplicaciones funcionen como una aplicación *web* y que de forma interna accedan a la base de datos del usuario de *facebook*, con estas APIs desarrolladas por la comunidad.

Con esta filosofía de desarrollo de aplicaciones, la comunidad se auto-provee de servicios y formas libres de acceder a contenidos. Al mismo tiempo, existen 70 compañías que han desarrollado aplicaciones para *facebook*. Entre las características líderes del sitio encontramos: *pool*, el muro *-facebook wall-*, enlace directo a *YouTube*, *Twitter* –y otras redes sociales- , *MSN*, *marketplace*, grupos y páginas, *my office*, *facebookis*, record de visitas, noticias del círculo de amigos, etcétera.

Además, *facebook* ofrece varios elementos estratégicos entre los cuales están:

- **Conseguir contactos profesionales:** dentro de *facebook* existen miles de grupos relacionados a gustos y preferencias, como por ejemplo grupos de aficionados a la fotografía, series de televisión, etc. Así también como grupos profesionales dentro de las diversas ramas como mercadeo, computadoras, entre otras.

- **Conectarte con tu mercado:** dentro de estos grupos quizás se encuentre el mercado de tu producto o servicio, lo cual te permite tener contacto directo con el mismo y también obtener información relevante de ese mercado.
- **Crear presencia para el negocio:** al interior de *facebook* se pueden crear páginas, para que las personas se hagan fan de tu página y así puedan conocer tu empresa y servicios que ofreces (el propósito es interactuar con todos).

Concepto de modularidad y arquitectura de *facebook*

La red social está basada en pequeños módulos a manera de aplicaciones que pueden ser configuradas por el usuario mismo, las cuales se instalan o no tras invitaciones de sus contactos en la red social.

Esta nueva posibilidad de fragmentación -a partir de diferentes elementos: texto, imágenes- permite niveles de personalización bastante elevados, desde tener un espacio tipo email publicado a los ojos de todos los visitantes, una sección de *nicknames* (rostro virtual) que los contactos le otorgan al usuario, distinguir de los contactos un top de amigos y otra infinidad de aplicaciones como la ilustración de un huevo que se convierte en cachorro u otra representación a libre elección.

Este análisis permite afirmar, que en este mundo virtual (*facebook*) todo es construido. Las tecnologías digitales que favorecieron la construcción y actual desarrollo de *facebook* son tecnologías que permiten la construcción de diferentes entornos digitales. Estas mismas herramientas y aplicaciones de construcción son las que han permitido los desarrollos iniciales de este sitio.

Asimismo, en un segundo momento, han permitido la colaboración e intervención de las audiencias en la construcción del nuevo mundo virtual. Sin embargo, la arquitectura del proyecto *facebook* favorece que las capacidades de construcción y gestión de los residentes sea asimétrica. Estas capacidades definen qué se puede o no se puede hacer dentro de *facebook* y los residentes que lo habitan, le dan sentido con sus prácticas y producen sus funcionamientos socio-técnicos.

El valor que los usuarios-finales pueden crear en *facebook* (o en cualquier otro entorno virtual) hace que las herramientas de construcción del entorno

adquieran la mayor relevancia para el análisis. En el caso de *facebook* estas herramientas están basadas en una interfaz simple que cualquier usuario-final puede utilizar.

Un usuario promedio tarda pocos minutos en comenzar a utilizar las funciones básicas de las herramientas de construcción. Al igual que todo el entorno digital, las herramientas de construcción de *facebook* están basadas en *scripts*⁴³.

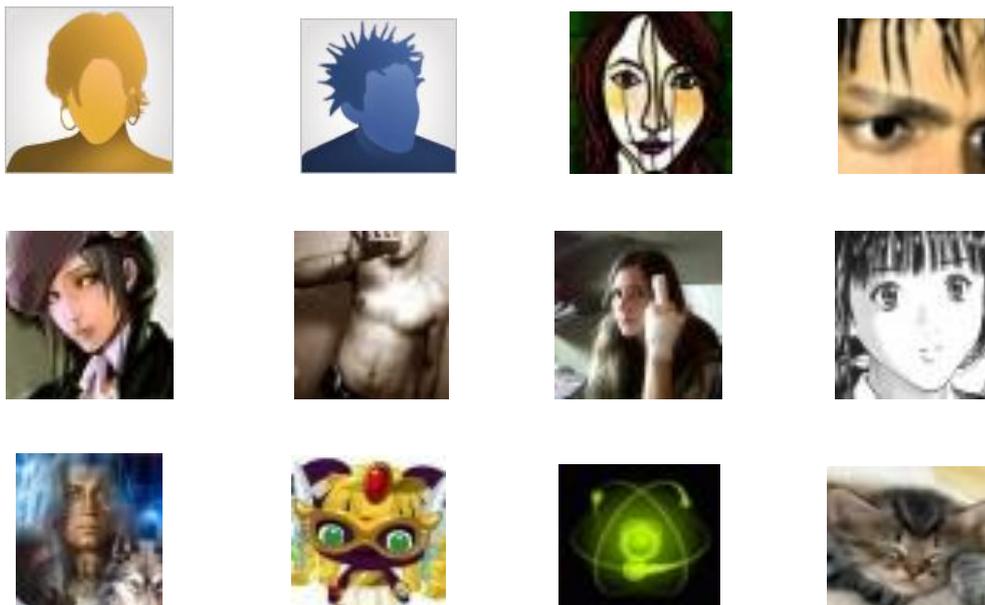
El lenguaje de programación para *facebook* se llama “Lenguaje de Escritura Lumnfac” (*Lumnfac Script Language* -o LSL) y está basado en “Java”. “El LSL es un lenguaje interno de *facebook* que permite programar el mundo virtual. El lenguaje puede interpretar “estados” y “eventos” de los usuarios-finales y del entorno” (Chesbrough, 2004: 110). Es decir, puede codificar todas las relaciones que se pueden presentar entre las representaciones gráficas de los usuarios-finales (avatares)⁴⁴ y los objetos virtuales, o bien, entre los objetos virtuales entre sí. De esta forma, ciertos aspectos de los espacios y las conductas en *facebook* se regulan a través de estos *scripts* en LSL.

En el caso de *facebook* las herramientas de construcción de los avatares de los usuarios permiten la composición de todo tipo de rasgos personales bajo el rubro de apariencia. Se puede configurar el sexo, el color de piel, la forma y tamaño de cada una de las partes del cuerpo (cabeza, ojos, orejas, nariz, piernas, etc.). “En *facebook*, los usuarios se diferencian socio-culturalmente a través de la calidad, estilo y tiempo invertido en su avatar” (Benkler, 2005: 66).

En las siguientes imágenes se puede observar algunos ejemplos de los millones de avatares que circulan por *facebook* chat y cómo las herramientas de construcción permiten configurarlos en función de los *ítems* antes descritos.

⁴³ Son un conjunto de instrucciones que, una vez configuradas, no necesitan de la interacción de los usuarios para cumplir sus funciones.

⁴⁴ Dentro de la cultura digital por avatar se entiende la representación o personificación de un usuario en dos o tres dimensiones. Por lo general los avatares en dos dimensiones son fotos, imágenes, textos compuestos o íconos que se usan en *chats*, *weblogs*, foros, comunidades o juegos para identificar y diferenciar a los usuarios. Los avatares de tres dimensiones son más utilizados en juegos en red o en mundos virtuales más avanzados. Así, un avatar es la representación que cada residente pueda construirse de sí mismo, o bien, la representación que escoja de una selección que pueda presentar la configuración de un determinado entorno virtual.



Fuente: Facebook en español. Ejemplos de avatares que circulan por *facebook chat*.

Usuarios de la red social *facebook*

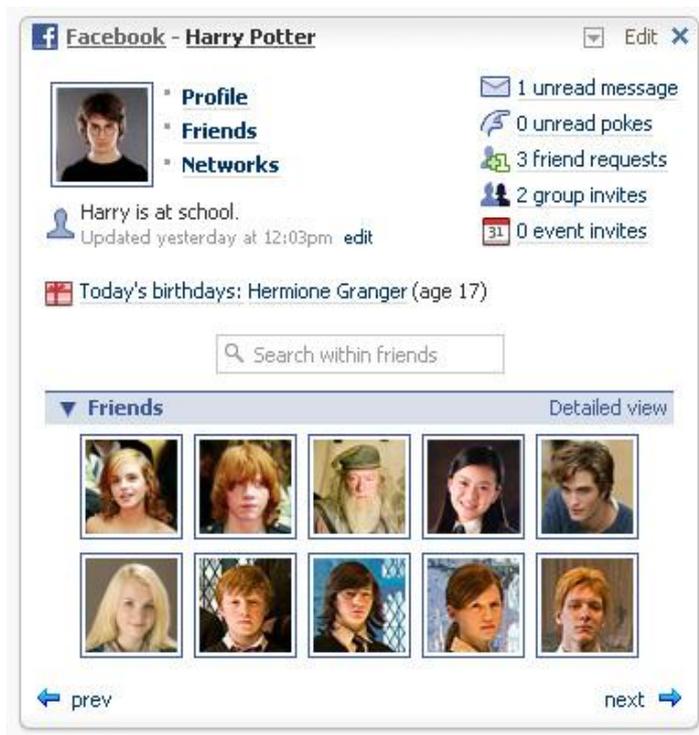
Los usuarios de este sitio *web* se caracterizan por ser cibernautas que desean explorar, conocer e interactuar y en promedio les disgusta estar conectados más de cuarenta y seis minutos, prefieren conectarse varias veces al día que excederse del tiempo previsto.

Según, Himanen (2005), las audiencias de esta cibercomunidad son cinco, y son: a) los antiguos, b) los casuales, c) los activos⁴⁵, d) los facebookeros y finalmente, e) las celebridades:

Los “antiguos” son quienes mantienen su cuenta activa, miran los de otros y, de vez en cuando hacen una publicación; los “casuales” típicamente no se registran, así que no tienen cuenta propia, y tienden a escribir cuando buscan algo o alguien específico; los “activos” tienen una cuenta y usualmente están interactuando o, al menos, dejan o hacen alguna publicación;

⁴⁵ La gente de O'Reilly realizó un estudio demográfico acerca de los usuarios activos de *facebook* con datos tomados desde el 03 de Febrero de 2007 al 29 de Noviembre de 2009. Algunos puntos interesantes que podemos rescatar de este informe son: de los usuarios que declaran su género, las mujeres superan a los hombres en un 16%; b) el 75% de las audiencias se encuentran en Norteamérica y Europa, luego sigue Sudamérica con un 10%. Regiones como Asia y África el incremento de los usuarios han sido superiores al 70%; c) Colombia es el país con más usuarios en *facebook* de Sudamérica, seguido por Chile, Argentina y Venezuela. Brasil ha pegado un salto del 88% en las últimas semanas, pero de todas maneras la cantidad de usuarios de dicho país continúa siendo insignificante; y d) En casi todas las regiones, la mayoría de los usuarios tienen una edad entre 13 y 37 años, aunque en las últimas semanas se ha notado el aumento de adultos de más de 40 años.

los “facebookeros” son personas muy intensamente comprometidas en su participación en facebook, suelen visitarlo a diario, por al menos una hora. Participan mucho en charlas, debates, discusiones en este sitio web, etcétera. Finalmente, las “celebridades”, son facebookeros conocidos tanto dentro como fuera del sitio, gente famosa o influyente, como los propios fundadores del sitio (Himanen, 2005: 82-83).



Fuente: Red social *Facebook*. Muestra de *facebookeros*.

Desde la comunicación: diagramación del sitio

Más allá de su condición de empresa de éxito, el gran crecimiento en millones de usuarios, *facebook* se convierte en el buscador para saber de qué habla la gente.

Como ha dicho Nambisan, “la forma más importante y rápidamente creciente de búsqueda en la red actual es la búsqueda de conversaciones sobre temas candentes en tiempo real” (Nambisan, 2007: 22) y usar la red supone asumir una nueva forma de relacionarse con los públicos. Kevin Chou (2003) ha identificado tres reglas de la comunicación en este tipo de entornos “autenticidad, relevancia, y evitar ponerse en medio, esto es, interrumpir los intereses del consumidor” (Chou, 2003: 13). No cabe duda que el crecimiento de las audiencias en las redes sociales ha sido espectacular.

Como explicaron Li y Bernoff (2005), lo importante de las redes sociales como *facebook* no es tanto la tecnología que usan, sino la relación de las audiencias con ellas. Hablan de un paradigma de la comunicación que subraya la participación, la velocidad, la información en tiempo real, la movilidad y la transparencia, lo que algunos están llamando *efecto casa de cristal*.

La necesidad de contacto y comunicación es una constante humana que siempre busca nuevos modos de expresarse, aunque en el proceso no falten ambigüedades, peligros potenciales y lados oscuros. Las reglas de la comunicación ya han cambiado. Parece que se trata de algo más que una moda pasajera. Autores como Erik Qualman (2004) hablan ya de *la revolución de los medios sociales*.

Esta red social es ya un fenómeno comunicacional difícil de categorizar en los modelos tradicionales y antiguos de emisor-receptor-emisor a través de canales y mensajes.

En *facebook* existen múltiples actores que pueden generar diferentes canales con diferente cantidad de actores. Desde una persona dirigirse a otra como en un *mail* (en este caso es visualizable en el *wall* por los contactos), dirigirse desde una persona a varias en un mensaje, que muchas personas se comuniquen como en una discusión dentro de un grupo, comunicación con información no dirigida, como la publicación fotográfica y los comentarios personales en el propio perfil, discusiones tipo miniforo donde participan con sus opiniones diferentes personas retroalimentadas (*chat*).

Un fenómeno antes más visible en los *chats*, ahora muy introducidos en el *facebook* son los *forward*, en este los mensajes son reenviados masivamente a los contactos que el usuario seleccione.

En cuanto a la presentación (diseño, funcionalidad y navegabilidad) del sitio, muestra una mezcla de colores y tonos entre azul y blanco –siempre–. La mayor cantidad de enlaces, aplicaciones y servicios lo encontramos en la página central de cada usuario, ubicados de manera estratégica a la izquierda y derecha como lo demuestra el siguiente gráfico:



Fuente: Red social *Facebook*. Modelo de perfil que circula por *facebook*.

Cada cibernauta en *facebook* tiene su perfil –un perfil es mí presentación en los sitios de redes sociales “SRS”– distribuido y desplegado en función de intereses y necesidades, visible a todos sus contactos; aunque esta última parte esta condicionada por la configuración de *privacidad*.

La funcionalidad de la página central –perfil– se distribuye de la siguiente manera: al lado izquierdo se ubica una representación cualquiera por ejemplo una fotografía con información del usuario, adicionalmente se indica *hobbies*, aficiones, intereses, etcétera.

En la parte central se sitúan los *blogs* –es un área destinada a escribir y subir videos–, fotos –están ordenadas cronológicamente en series de ocho imagenes– y finalmente, mensajes o comentarios sobre lo que desees opinar.

En la sección de la derecha encontramos dos columnas comprimidas, la primera muestra un inventario de los seguidores ordenados por importancia y veces que visitaron o dejaron alguna huella de presencia en el perfil visitado, la otra columna indica los amigos en común que tengamos. Al mismo tiempo, se ve un sumario de las invitaciones a acontecimientos y/o sucesos.

La interface de *facebook* hace uso de metáforas visuales y jerarquiza la información visualmente. Una posible ventaja se encuentra en que permite, como muchos otros sitios, la personalización parcial de imágenes, representaciones y aplicaciones.

Políticas y configuraciones de privacidad

Iniciemos este análisis definiendo que es una política y cómo está afecta a las audiencias; por lo tanto, “la política se define en virtud de la empresa u organización que opera el sitio *web*, se ocupa de la información personal recopilada acerca de los visitantes del sitio” (Nafría, 2007: 173).

Facebook menciona constantemente la opción *configuración de privacidad* a través de ella pretenden ofrecernos cierta tranquilidad y decir que todo está bien, que protegen nuestros datos –opción seleccionada por nosotros para exhibir o exponer nuestra información que depositamos en el perfil–.

Al decir nuestra información hago referencia a la fotografía del perfil, el nombre, la edad, el estado civil, la nacionalidad, donde realice mis estudios, mi profesión, lugar de trabajo, labores altruistas, ideología, creencias religiosas, *hobbies*, deportes que práctico, lista de contactos, etcétera. Es información pública, por lo tanto, no existe la opción de privacidad total.

Esta información básica estará disponible para todo el mundo. Aparentemente no tan grave, pero poco privado. Digamos que deseo ocultar las páginas de las cuales soy fan u ocultar mi lista de amigos. Simplemente *facebook* no me lo permite.

Y si permite ocultar cierta información, no olvidemos que ninguna medida de seguridad es perfecta e impenetrable; al respecto menciona *facebook*:

No podemos controlar las acciones de otros usuarios con los que compartas información. No podemos garantizar que sólo vean tu información personas autorizadas. No podemos garantizar que la información que compartas en *facebook* no pase a estar disponible públicamente. No somos responsables de que ningún tercero burle cualquier configuración de privacidad o medidas de seguridad en *facebook* (*Facebook*, 2010: 17).

***Facebook* y su nueva política de privacidad**

El pasado diciembre, *facebook* cambiaba su política de privacidad hacia lo que parecía una *apropiación y almacenamiento perpetuo* de los datos publicados por los usuarios (fotografías, datos personales, conversaciones, etc.), aunque estos usuarios la hubieran borrado o incluso se hubieran dado de baja; a través de una cláusula en las condiciones de uso de *facebook*, que dice así:

Se concede a facebook una licencia irrevocable, perpetua, transferible, internacional y pagada para usar, copiar, publicar, retener, compartir, almacenar, mostrar públicamente, transmitir, escanear, reformatear, modificar, editar, enmarcar, traducir, extractar, adaptar, crear archivos derivados y distribuir cualquier contenido que usted suba a facebook (Página oficial de *facebook*, 2010: 6).

El problema con dichas políticas es que nadie las presta atención. No al menos hasta que ya se han registrado y por algún motivo fuera de lo común se deciden a hacerlo. El uso de un servicio *web* con determinadas políticas implica la aceptación de las mismas aunque sean parcialmente conocidas.

Las principales críticas vienen por el hecho de que *facebook* esta pidiendo que datos personales sean visibles a todo el mundo, bajo el criterio de que toda información sea pública y que pueda ser indexada por los buscadores –salida la información de los dominios de la cibercomunidad ya no es responsable del uso que se haga–.

La red social emite más de 23 millones de mensajes al día y se crean más de 3.5 mil millones de eventos mensuales, además 1.9 millones de páginas activas con más de 800 mil empresas que tienen sus *fanspage* funcionando.

Políticas y estrategias publicitarias

Facebook tiene un objetivo con interés económico: conocer al individuo y darle publicidad individualizada. *Démosle al cliente lo que el cliente quiere*, esa es la máxima de este tipo de publicidad. Quien conozca nuestros gustos, nuestro género preferido de lectura, nuestras películas y series favoritas, el equipo de fútbol al que seguimos y hasta las marcas de consumo preferido en los diferentes productos que ofrece el mercado, conoce mucho de nosotros.

Entonces es cuando van creando un perfil comercial y por ende están contribuyendo a la creación del gigante publicitario. El siguiente paso es usar esa información y ofrecer a grandes marcas internacionales vendiendo su publicidad en facebook. Zhao (2005), señala al respecto:

La misma red social suministra la información que las empresas o negocios que utilizan mejor a facebook son: Coca-Cola, Victoria's Secret, YouTube, Red Bull, Nike, IBM, Ford, Adidas, McDonald's, entre otras. Adicionalmente, en el 2009, 83 de los

100 mayores anunciantes estadounidenses emplearon facebook en sus estrategias y negocios comerciales (Zhao, 2005: 177).

La red social recauda de los anunciantes una tarifa cada vez que el *mouse* hace *click* en el anuncio. Dicho plan de negocios publicitario ha demostrado ser eficiente, eficaz y focalizado con las audiencias interesadas en el producto o marca.

Esta estrategia comercial de focalización o segmentación de mercado trabaja con datos reales en la medida que la información fue suministrada por nosotros mismos cuando llenamos el formulario de inscripción (segmentación a gran detalle del mercado al cual quieres hacer llegar la publicidad, por país o ciudades alrededor de cierta área geográfica, la edad, el sexo, el nivel de educación, profesión, solteros, casados, comprometidos, etc.).

La forma de pago se estructura en función a cuánto dinero puedes o quieres gastar al día (presupuesto), recuerda que nos descontaran por cada *click* que el usuario haga. “Existen varios formatos y ubicaciones de la publicidad, la forma tradicional aparece sobre la derecha de los perfiles, mostrando el nombre de la compañía, el logotipo y/o su slogan” (Zhao, 2005: 183).

CAPÍTULO IV

FACEBOOK CHAT: LA PRESENTACIÓN DE LOS SUJETOS

Facebook Chat toma un enfoque parecido al de *GTalk* de *Gmail* para crear un servicio de mensajes directamente incorporado al sitio, mediante una barra de mensajes (chatbar) siempre presente en la parte inferior izquierda de cada página que ofrece acceso a las ventanas de mensajes, lista de amigos en línea, notificaciones, ajuste de *chat*, y estado del usuario.

Una segunda opción para acceder a *facebook chat*⁴⁶ se puede hacer de manera independiente, la cual aparece en la parte de abajo del navegador, permitiendo las conversaciones en el servicio y avisándonos de nuevos eventos que aparezcan en nuestro *mini-feed* provocados por contactos con los que estemos conversando. Si usamos esta opción podemos cerrar la ventana de *facebook* del navegador y aún continuar con nuestra sesión de *chat* activa.

Facebook chat permite aparecer *offline* y las conversaciones son privadas. También ofrece ventanas *pop-up* para las conversaciones, esto permite que el usuario pueda continuar navegando por *facebook* sin perder las conversaciones al cambiar de página.

Facebook chat, propone un contrato de *lecto-escritura visual interactiva* invitándonos a participar dentro de redes conversacionales que incluyen debates políticos, intereses personales, emociones, gustos, etcétera.

En cierta forma invita apropiarse del soporte, donde la participación consiste en observar, pero también contar, interactuar, proponer y calificar –*de todo, menos la indiferencia*– convirtiéndose en una plataforma de acción y de colaboración entre cada uno de los usuarios y los comandos que la comprenden.

Facebook toma partido de la corriente tecnosocial que roba muchas horas de nuestro tiempo. Si no somos visibles en Internet, no formamos parte de lo que ocurre en la sociedad ahora mismo. Por esta razón, un mayor número de personas acaban entrando en la red social.

⁴⁶ *Facebook chat* funciona en *Internet Explorer 7.0*, *Firefox 2* y *Safari 2*. Un pequeño problema es que si tienes varias conversaciones abiertas, tan solo te avisará de los mensajes recibidos en la ventana que se encuentre activa.



Fuente: Página oficial “Facebook” en español. Imagen de la aplicación *facebook chat*.

Presentación de los sujetos mediante su perfil

Para entrar y pertenecer a *facebook* inicialmente es necesario construir un perfil, en la cual hay tres instancias o etapas:

a) La construcción inicial responde a la *premisa planteada por la materia*: delinear un perfil, un nombre, un personaje que pudiera existir e interactuar dentro de la red.

b) En segundo lugar, *facebook* nos interpela. No somos sólo nosotros quienes construimos al personaje. La plataforma también juega un rol importante, ofreciendo un espacio para subir nuestras fotos, información, notas. Nos invita a colocar nuestros datos personales, sexo, edad, datos de origen, situación sentimental, ideología política, religión, actividades, intereses, gustos, pero principalmente *descripciones acerca de mí*. Todo el tiempo nos pregunta dónde estamos, qué estamos haciendo o en qué estamos pensando.

c) En tercer lugar, *son las propias acciones las que generan actitudes*: *facebook* integra el perfil público o semi-público con la identidad. No está claro si las redes sociales tratan acerca de la construcción de un personaje virtual con fuerte anclaje en lo *offline* o al revés.

Todo este proceso de (re)construcción lo podemos observar en el siguiente ejemplo de un perfil (creación del personaje) de la red social, *facebook*:

Datos personales

Nombre: Susana Buendía (mujer) 29 años. **Nickname:** Warmy love

Ama de casa y madre de familia con dos hijos.

Vive en Quito (Ecuador).

¿Por qué está en facebook?

Porque quiere reencontrarse con sus amigas/os, que dejó de ver.

Porque pasa muchas horas sola.

Porque quiere usar la red para difundir los valores de la familia.

Porque tiene dos hijos y quiere saber de sus actividades.

¿Cómo usa facebook?

Sube frases reflexivas.

Sube recetas

Sus gustos

Música: Roberto Carlos, ABBA, The Carpenters

Películas: Los puentes de Madison, Avatar.

Otras características del perfil

Colabora en grupos de acción católica

Tiene una postura contraria al aborto

Al presentar el perfil (ejemplo anterior). Creemos que fue rellenado con información efectiva, como así lo solicita el contrato y sus políticas; este perfil, nos muestra de manera referencial quien es esa persona, a que se dedica, sus intereses –toda la información necesaria para conocer a la persona a través del perfil, no olvidemos que podemos incluir imágenes o fotografías– es decir, “esquemas de relatos del yo provocadas por interrelaciones en la arquitectura de facebook a través de mensajes de los espectadores del perfil” (Zhao, 2005: 194).

Según, Zhao “el perfil terminado se muestra en 16 *scrolls down*, restringido al nivel de gestión que el dueño del perfil tiene con el sitio web, esta información muchas veces se traducen en estímulos estéticos visuales” (Zhao, 2005: 193).

Pero, qué ocurre con este proceso de construcción del perfil en las diferentes redes sociales, aquí un testimonio de Marlon Sánchez: “Yo mantengo el

mismo perfil, con los mismos enlaces y los mismos tonos en todas las redes pero reconozco que puedo modularlo o adaptarlo a las particularidades de cada una. Eso sí, en esto de las redes no se puede engañar a todo el mundo, todo el tiempo. Si mientes en tu identidad digital al final te pillarán cuando aparezcas *off-line*, y tarde o temprano tendrás que aparecer” [nickname: Strauwest, 12 de Marzo de 2011].

Cada perfil pautan un prototipo de información mínima personal que es preparada mediante la lógica en que el cibernauta ha resuelto. Bajo la representación gráfica –imagen, avatar o foto– existen diversos *links* y son expuestos en función de las razones descritas anteriormente. “El esquema de la información se distribuye en una doble cámara de personalización” (Zhao, 2005, 198).

Las personas usan sus perfiles para ofrecer una mejor impresión de sí mismos, en algunos casos estos perfiles sociales *online* proporcionan imágenes bastante precisas de la personalidad de sus propietarios, ya sea porque la gente no trata de aparentar ser mejor de lo que es o porque tratan de hacerlo pero no lo consiguen.

Presentación de los sujetos mediante sus fotografías

En *facebook chat* la iconografía –foto, avatar– transmitida a través del perfil constituyen vínculos con el yo narrado y representado en imágenes –recuerdos– que describen hechos, lugares, historias, etc.

Así define Verónica Luzuriaga a una fotografía: “Una foto no es más que nuestra imagen de marca y el referente supremo del contacto humano. Miramos a la cara en primera instancia, es nuestra tarjeta de presentación y dicen “el espejo del alma”, la verdad es que cada uno decide qué imagen quiere dar y la foto que eliges es la imagen que quieres proyectar” [nickname: Lunita, 29 de Marzo de 2011].

La foto que ponemos en nuestro perfil nos delata y nos presenta, así narra un usuario final con el seudónimo Koppelman: “Cuando pones una foto tú de pequeño buscas despertar la ternura en las mujeres, ofreces una tarjeta de visita no actualizada, soy yo pero ya no soy yo; cuando estas ligero de ropa es que estás

orgulloso de tú cuerpo y aprovechas la ocasión para dar al planeta la oportunidad de disfrutarlo, de observarlo creando en el otro la envidia y el deseo en ellas... es más utilizado por las personas que buscan pareja y finalmente, sin foto simplemente no existes creas un clima de desconfianza y ocultamiento, esa es mi lectura de algunas fotografías” [nickname: Koppelman, 08 de Abril de 2011].

El exhibicionismo en *facebook chat* empieza con la foto que eliges para tu perfil, el cual responde a unos cuantos prototipos. No hay que olvidar que más de 550 millones de personas pueden ver esta imagen con la que tú decides presentarte –y luego están las fotos que se cuelgan en los álbumes y los avatares para reuniones ciberespaciales–.

Parafraseando a Goffman (1981), la presentación/exposición de los sujetos en la red social es estudiada desde cuatro nociones que son: la máscara, el auditorio, la fachada, y el medio.

La máscara es una noción central en la perspectiva dramaturgica. Goffman (1981) señala la relación entre la persona y el personaje que ésta crea a través de la máscara. La persona se muestra ante los demás creando un personaje que de acuerdo al grupo de pares con el que interactúa la persona, ésta máscara –como también los personajes– puede ir cambiando.

La máscara nos remite a la situación, al contexto, esto es *el auditorio*. Para la persona –en la vida cotidiana– el auditorio son las personas presentes cuando ella interactúa, son los que van a recibir la información que la persona transmite y los que van a reaccionar de acuerdo a si existe o no coherencia entre lo que transmite y lo que es.

En *facebook chat* también tenemos auditorio, sólo que la mayoría de éste nos ve incluso cuando nosotros no estamos frente a la pantalla, y es a través de nuestro perfil. *Facebook* es un medio fijo, donde una persona solo puede tener un perfil y usarlo como una identificación para con todas las demás personas de su red.

En *facebook* nuestra fachada es nuestro perfil de usuario, pero igual o mucho más importante son las fotos. Es con las fotos como comunicamos quiénes somos, qué hacemos, cuál es nuestro rol y también, cómo queremos ser tratados, es decir, con esto se crean expectativas en el observador, se le otorga información

sobre uno mismo que puede utilizar en una posible interacción cara a cara con la persona del perfil que está viendo.

Aparte de lo dicho, nos mostramos desde un ángulo que nos favorece, por espontánea que sea la foto, ya que discriminamos entre qué foto va de acuerdo con la fachada que deseamos transmitir y posteriormente, la colgamos en facebook sea en el perfil o como avatar.

A continuación vamos a ver otro ejemplo de perfil con su respectiva fotografía –mascara y fachada– la cual es contrastada con su foto real demostrando así la perspectiva dramaturgica Goffmaniana bajo el *nickname* Musculman:

Tabla 3. Exposición de un perfil

Intereses	Productos	Sitios web	Música	Actividades
<ul style="list-style-type: none"> • Tatuajes y perforaciones • Galletas de la fortuna • Frases diarias • Fitnees Magazine • Oxygen Magazine 	<ul style="list-style-type: none"> • Facebook por Black Berry • Nike sport • Starbucks • Pizza • Red Bull • McDonald's • Sushi 	<ul style="list-style-type: none"> • www.fisicoyfitness.com • Bodybuilding.com 	<ul style="list-style-type: none"> • David Guetta • Wisin & Yandel • Reggae • The Doors • Pink Floyd • The Rolling Stones 	<ul style="list-style-type: none"> • Ir al cine • Ir a la playa • Salir con amigos • Ir a comer • Amo los colores • Hacer ejercicio • Tomar sol

Fuente: Página oficial “Facebook” en español. Ejemplo del perfil de un usuario.

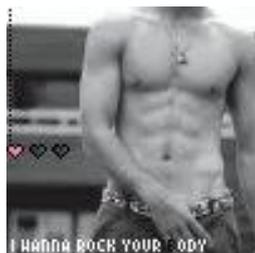


Foto del perfil



Foto off-line

Finalmente, la plataforma –con todos sus servicios– es nuestro medio. *Facebook* es nuestro escenario, aunque no necesariamente estamos actuando, pero sí presentándonos ante un gran auditorio. Nuestro medio es fijo, es decir, siempre estará cuando la gente vea nuestro perfil y podemos usarlo de distintas maneras que favorezcan nuestra fachada. El medio se compone de un elemento, *la apariencia*. Esta apariencia sirve para informar sobre nuestro *status*, este es el perfil del usuario como en las fotos donde –casualmente– podemos expresar que *status* poseemos y cuál es nuestro estado de ánimo. Todo esto ante un gran auditorio.

Presentación de los sujetos mediante sus avatares

Desde aquel ser humano primitivo que usaba el agua y los espejitos para duplicar ilusoriamente la realidad, hasta el presente, han sido innumerables las experiencias del ser humano en pos de (re)crear de la manera más genuina posible, la imagen de las personas, cosas y lugares que ocupan un lugar en el espacio.

Un usuario de *facebook chat* trabaja tanto con la identidad y el cuerpo en espacios *online* como *offline*, usando modos múltiples de presentación. Esta yuxtaposición de *formas de ser* conlleva formas de auto-representación, pero también formas de (re)construcción de los cuerpos en función de las tecnologías y aplicaciones disponibles.

En *facebook chat* los usuarios emplean los elementos narrativos que proporciona el mundo virtual para construir sus propias narrativas acerca de sus avatares y su identidad corpórea, *facebook* se ha caracterizado por ser un *mundo abierto* y las narrativas utilizadas tienen que ver más con su propia identidad corporal en el mundo real, potenciando aquellas que desean mostrar. Estas *formas de ser* en lo virtual están en un constante flujo entre lo real y lo virtual.

Al tener un avatar en *facebook chat* tenemos una tarjeta de visita, lo primero que ven –según el 95% de los entrevistados– los que nos buscan antes de enviarnos un mensaje de contacto.

Este avatar es un modo de presentarte a ti mismo, de poner sobre la pantalla tu yo ideal y a través del avatar tenemos la sensación de presencia de un usuario.

Para realzar el avatar como elemento de presentación, *facebook* nos ofrece tres opciones de aplicación: *Facebomb*, *Mypictr* y *MuggMaker*.

Aplicación Facebomb es un generador de avatares, con cientos y cientos de marcos decorativos para las fotos, organizados en categorías temáticas –bodas, si te casas; chicas, amor si eres libre; fiesta si vas a organizar una; etcétera–.

Incluso hay interesantes efectos –degradados, reflejos o de iluminación, entre otras–, con la posibilidad de agregar un texto o eslogan para venderte o resumir tu forma de ser o estado de humor.

Aplicación Mypictr nos permite crear un avatar a partir de una foto, recortando nuestra cara con sus características, por ejemplo. Esta aplicación es útil y válida en otras redes sociales.

Aplicación MuggMaker es una aplicación para *facebook* que permite crear avatares animados. Así que lo primero es agregar la aplicación permitiendo el acceso a nuestra cuenta *facebook*. Una vez hecho, accedes a una interfaz que te permitirá crear tu avatar eligiendo la forma de la cara, el pelo, los ojos, la boca, la nariz, los rasgos de tu cuerpo, luego el fondo, la ropa, si llevas gafas o no y por último la serie de animaciones de tu avatar.



Ejemplos de avatares con las aplicaciones descritas.

Los avatares en *facebook chat* se presentan en dos dimensiones⁴⁷ por ejemplo fotos, imágenes, imágenes con textos compuestos o íconos que se usan en publicaciones como *weblogs*, foros, comunidades o juegos para identificar y diferenciar a los usuarios.

Un avatar es una representación visual del usuario que empieza con la definición de una forma, referida a un género, el masculino o el femenino –en

⁴⁷ Otra variedad de avatares son los de tres dimensiones –*Second Life*, entre otros– son más utilizados en juegos en red o en mundos virtuales más avanzados.

caso de seleccionar un personaje– y continúa con la apariencia de esta forma, apariencia que vendría dada por un modelo con objetos, ropa, apariencia física, posesiones, entornos, etc.

No olvidemos, que un avatar puede, o bien no parecerse en nada a la persona *offline* que lo ha creado, o bien puede tener un aspecto totalmente antagónico al de su usuario. Además el avatar puede adoptar atributos fabulosos, como en el caso de integrar los poderes de un superhéroe, las alas de un ángel, prolongaciones corporales de tipo ciber, o similares.

En las entrevistas realizadas los usuarios dijeron que a través del avatar intentan mostrarse a sí mismos, son una representación de su ser en la que tratan de resaltar las características de su personalidad que más les gustan, pero en algunos casos también se asemejan a su apariencia en el mundo actual, aunque existen muchos avatares que son realmente trabajos de la imaginación, sin embargo a pesar de que los avatares no sean antropomórficos las elecciones que realizan los usuarios tienen que ver con las formas en que se perciben a sí mismos, con sus formas de ser.

Como Boellstorff señala “los avatares hacen a los mundos virtuales reales, no actuales: son una posición desde la cual el yo encuentra lo virtual” (Boellstorff, 2008: 129).

La representación de uno mismo es complicada, ya que tienes que decidir la relación entre tu yo real y tu yo virtual, razón por la cual, cabe la pregunta hasta que punto *tú eres tu avatar*.

En la entrevista virtual realizada a Cristal sostuvo que: “El avatar es un yo idealizado y mi avatar refleja muchos aspectos de mí físicamente, es más o menos parecida, pero obviamente mi avatar tiene un cuerpazo, en facebook chat hay de todo, tengo amigas que hacen que sus avatares se asemejen en lo más posible a sus cuerpos de vida real –flacas o gorditas, altas o bajas–. Otras obviamente le tiran a una idealización de su cuerpo. Se tiende a ver que los hombres si exageran en el cuerpo de sus avatares –hombros anchos, cinturitas, que dudo que muchos realmente tengan–” [**nickname**: Cristal, 24 de Enero de 2011].

El concepto de avatar como un autorretrato

La técnica del retrato en *facebook chat* no se basa en cómo es el sujeto de la representación, sino más bien en cómo le gustaría ser, así que no serían exactamente retratos, sino imágenes de autorretratos con características simplificadas y/o exageradas.

Esta elección de los usuarios se convierte en uno de los factores primarios en este entorno y en última instancia creando espacio para la inversión del estereotipo generado por los mundos virtuales, la subversión de los roles de género y especie, es muy común encontrar avatares no humanos, animales, robots, personajes inspirados en la ciencia ficción.

Es el terreno de la fantasía ilimitada, el mundo que te ofrece vivir vidas que nunca viviste, experimentar con posibilidades que nunca se te presentaron, ocupar personajes que tu vida *offline* no te permitió, expresar deseos que nunca pudiste expresar, cumplir fantasías que sólo estuvieron en tu mente. Esta simulación, llamada avatar, es literalmente una representación del usuario en el mundo virtual.

Con tu avatar puedes romper las cadenas de lo terrenal, las posibilidades son interminables y los límites ya no están en este entorno virtual, sino en tu propia imaginación. ¿Es el lugar donde podemos liberarnos de la esclavitud corporal y emocional a la que nos somete nuestro cuerpo y nuestras servidumbres terrenales?

Lo significativo del avatar no es su hermosura, sino que comunique y proyecte fielmente lo que deseo que el otro vea de mí. Y me pregunto ¿deseo lucir un estilo descomplicado? ¿Pretendo estar en *boga* o simular ser una persona circunspecta? etcétera.

A esta serie de interrogantes responde Ernesto un joven promedio de edad así: “Los avatares me permiten construirme como yo quiero a la hora que yo quiero. Muestras como quieres ser visto ya que tú construyes tu imagen, tu cuerpo, tu apariencia es decir, como te quieres mostrar, ser visto o identificado pero siempre en el *facebook chat* debe estar una de las mejores imágenes que me represente ya que el avatar es mi marca, mi huella de presencia y existencia, es el

vínculo por el cual voy a interactuar con otros usuarios” [Ernesto, 19 de Febrero de 2011].

La creación de un avatar representa una nueva concepción de vida. Siguiendo a Schütz (2006), en *facebook chat* se crea una vida tomando como referencia la experiencia vivencial del usuario en el mundo natural; la intersubjetividad⁴⁸ de este nuevo ser, el avatar no está lejos de la intersubjetividad de su creador.

Esta intersubjetividad responde a un proceso donde los sujetos comparten sus experiencias y saberes. “Para entender este proceso, hay que asumir la existencia de un ego y de un áter ego⁴⁹” (Rizo, 2008: 64).

El áter ego le otorga al ser una representación de un ser de similar identidad, el cual compartiría un algo intersubjetivo, el *yo*. Esto significa que el *otro* es idéntico al *yo*. En este sentido, el propio avatar crea una referencia intersubjetiva ligada al áter ego –mi otro yo– con él representa –simula– una nueva concepción de la interacción social.

Tras haber identificado la representación de lo intersubjetivo, ahora es preciso ahondar sobre las posibilidades de interacción a través del avatar con la representación simbólica de la comunicación que realizan los propios avatares, quienes interactúan sin barreras espaciales.

Ahora bien, esta interacción a la que hago referencia es muy diferente a las demás formas de tecnología relacionada con la comunicación, está *interacción masiva* se da con la intersubjetividad propia del *yo* natural, cosa que sucede en *facebook chat*, ya que son los propios avatares quienes crean otra ecología de expresión, de difusión, de estructuración, de interacción y de observación.

Este interaccionismo simbólico es precisamente la búsqueda e interpretación de los significados simbólicos de la acción humana –la interacción– y, por ende, la estructura del sistema social. Para Blumer “los humanos actúan respecto de las cosas sobre la base de las significaciones que estas cosas tienen

⁴⁸ Berger y Luckmann definen la intersubjetividad como el encuentro, por parte del sujeto, de otra conciencia que va constituyendo el mundo en su propia perspectiva (Berger y Luckmann, 1993: 105).

⁴⁹ El concepto de alter ego u otro yo se refiere a una segunda persona o una segunda personalidad de un mismo sujeto.

para ellos, o lo que es lo mismo, la gente actúa sobre la base del significado que atribuye a los objetos y situaciones que le rodean” (Blumer, 1968: 64).

Raquel Castro con el seudónimo Arco-iris narra un ritual cotidiano cargado de mucho significado para los usuarios de *facebook chat*: “Generalmente tenemos acciones y rituales para conocernos mejor: primero nos enviamos un mail y luego quedamos en chatear a tal hora, pero eso es religioso, siempre se saca un tiempo para esa cita... Es una cita, sin flores, sin restaurantes, sin cine, sin teléfono. Nos vemos en el *facebook chat* y poco a poco nos vamos conociendo mejor y conversando más.

Después de los *e-mails*, viene el envío de la foto, o si tienes suerte y es de tu misma ciudad, puedes verte con el o ella. Y en los primeros encuentros en la vida real, uno se muere de los nervios, él o ella... llama o hablas y sabes qué, conozcámonos, nos encontramos en tal sitio y ya la has visto, la has tocado, o sea ya tienes una imagen de la persona, de cómo es en realidad” [Raquel Castro, 30 de Abril de 2011].

El accionar del avatar en una cibercharla contribuye a la formación de su propia identidad. Esa capacidad de (re)construirse y la concepción de lo que realmente construyen, todas estas son ritualizaciones y manifestaciones simbólicas que rompen con la barrera del aquí y ahora para inmolarse en un mundo donde lo real es válido, pero donde el tiempo y el espacio son sólo simulaciones programadas e imaginadas.

Este impacto de la utilización y adopción de simulaciones en *facebook chat* tiene además una implicación sobre el dónde, el qué y el cómo en el (re)conocimiento de la persona. El cambio se produce al diseñar un avatar que refleje imaginarios que, al mismo tiempo, representan distintos tipos de símbolos convertidos en información, los cuales producen conocimiento de la persona.

Un avatar es una representación social e interactiva de un usuario. Sin un ambiente social –o al menos uno que mimetice una interacción social– el avatar no tiene razón de existir.

La sociabilidad es el aire que un avatar necesita para respirar. “Las interacciones sociales entre los usuarios en línea son las que crean los avatares,

dan forma a sus personalidades, y les dan una razón para existir. En esta base un avatar es un nombre, una imagen y un ambiente social” (Giannetti, 2002: 178).

Pero además, el avatar es el que permite una serie de relaciones con el mundo virtual en sí mismo, tanto a nivel tecnológico como de producción de significados. A nivel tecnológico porque “los avatares son los que permiten a las personas interactuar con un sistema informático, esta interacción no es necesariamente social. Podemos relacionarnos con la máquina y esto podría no tener nada que ver con la interacción humana” (Starr, 1994: 113); y a nivel de producción de significados porque los avatares son considerados como “un dispositivo de aprendizaje, un protagonista que se utiliza en las narrativas interactivas permitiendo que usted se haga un personaje interactivo con el cual usted puede afectar, elegir, o cambiar el hilo de la historia.

Un avatar es un dispositivo de narrativa para ficciones colaborativas” (Starr, 1994: 115). Conjuntamente los avatares toman dimensiones diferentes y dan perspectivas diferentes.

Zhao (2005) establece una relación entre el avatar y la persona, el cual lo expresa de la siguiente manera: “las personas tienen un sentimiento de propiedad muy fuerte hacia su imagen –avatar–. Lo que les pasa, les pasa a ellos. Lo que los toca, lo sienten, siendo está una nueva forma de situación social creada” (Zhao, 2005: 89). Es decir, esta concepción del avatar pone énfasis en la relación de las personas con la tecnología.

Razón por la cual un avatar es “uno de los puntos centrales con los cuales los usuarios se entrecruzan con un objeto tecnológico y haciendo de los ambientes virtuales una variedad de fenómenos que se fomentan como reales” (Taylor 2002: 41). Esta relación entre el avatar y la persona pone en evidencia que el avatar es el vehículo a través del cual se puede analizar la relación entre cultura y tecnología.

La tecnología desplegada por los avatares permite una amplia gama de modos y cualidades de socialización haciendo posible que las audiencias se enlacen de forma mucho más profundas entre ellos, generando espacios no solo donde se forman redes de amigos y de parejas, sino también espacios complejos donde se plasman relaciones políticas, económicas y culturales.

El momento en que una persona entra en un mundo virtual tiene al menos dos cuerpos, un cuerpo físico y uno virtual. Aunque en los mundos virtuales la mayoría de usuarios no tienen un solo cuerpo virtual y una sola identidad, ya que muchas veces estos espacios permiten performar varios cuerpos digitales, en algunas ocasiones de formas complejas ya sea porque tienen múltiples avatares en un solo mundo virtual o porque participan en varios mundos virtuales al mismo tiempo, o porque si tomamos la definición de avatar de Stephen (2008) este puede ser una simple imagen, un nombre, un dibujo, una fotografía, etc. Otros se mantienen consistentemente dentro de los mundos virtuales con un solo avatar, siendo éstos muy pocos.

El performance del ser no se da solamente por la identificación con el avatar sino por la habilidad de escoger entre diferentes avatares a la vez, permitiendo experimentar con múltiples formas de ser. Incluso al escoger estos personajes existen razones poderosas para escoger uno u otro.

En las entrevistas fue común que las personas hablen sobre sus múltiples yos: avatares y trayectorias personales de vida, así reflejado en el siguiente párrafo: “No tienes porque limitarte a una sola forma, participo en varias redes sociales y siempre me cuestiono sobre la unificación o no de mi avatar. Hasta ahora tengo uno distinto en cada red, sí quieres puedes ser un dragón y vivir momentos mágicos, ser Neo de Amtrix si vas a tener una reunión tecnológica de alto nivel, un Dark Warrior si te apetece un momento de misterio. Además vivir esos ratos con amig@s imaginativos da más colorido y sentimiento.

Al mismo tiempo, por modernidad, me gusta cambiar de look!!! al menos recuerdo que usé 6 avatares de la chica de pelo corto rubiecita con gorrita, 2 de chicas de pelo largo castaño oscuro (o sea: lo que cambiaba en éstos era el paisaje, la ropa, y animal), al menos que recuerde 2 chicas de pelo rubio largo que no era el mismo y también todos los demás cambios les hice y una chica de pelo corto medio celeste con gris o algo así era; una hada con luz en un fondo azul o negro, no me acuerdo bien, que la vi en Internet hace tiempo, un avatar de Inuyasha con fondo entre rojo y rosado, uno que casi calqué todo sacado de uno de los personajes de Dragón Ball Z pero que reformé, y era una chica de pelo largo bien rubio, ah y una foto mía que me gusta mucho pero en el avatar no tenía buena

apariciencia, lo que en total serían 7 avatares y alguna quizá se me habrá pasado así que yo diría que tuve como 9 avatares jaja ... qué emoción la mía, cada avatar muestra una fragmento de mi persona. ?? xD !!” [nickname: Amadeus, 11 de Abril de 2011].

Facebook chat es un mundo virtual donde la presencia de los usuarios es visualmente representada a través de sus avatares. Estos avatares son su apariencia la cual puede ser modificada infinidad de veces.

Esta virtualización de nuestra presencia nos otorga una serie de licencias. Por ejemplo, se nos permite replantear nuestra identidad creando un avatar con el aspecto y la forma que deseemos a eso sumarle un elemento más, la elección arbitraria de un *nickname*. Con este acto, se produce un desdoblamiento entre la identidad contenida en nuestro cuerpo físico y una nueva identidad proyectada sobre el alias y el avatar.

En las entrevistas la mayoría de personas señalaron que se crea una identidad a través del *nick* en los mundos virtuales, es a través de estas representaciones que se extienden los lazos sociales. Pero además, el *nick* puede estar conectado con otras formas de ser en el mundo actual, como cuando se utilizan *nicks* que son un acrónimo de sus nombres reales, por ejemplo: Sole que viene del vocablo Soledad.

La movilización de las personas de una red a otra en su gran mayoría solo es reconocible por la utilización de un *nickname*⁵⁰, ya que los avatares creados desaparecen. Para los usuarios, el *nickname* es importante para la mayoría de los miembros del grupo que mantuvieron el mismo en los diferentes servidores de las redes existentes.

Aunque no es muy común, algunos de los miembros del grupo decidieron cambiar su *nickname*, esto se debe a diferentes razones: (1) por el deseo de anonimato (2) porque el nombre está tomado por otra persona –no es muy común, pero pasa–, (3) porque el nuevo avatar que están creando es diferente y no lo identifican con el anterior, (4) porque ya no les gusta su *nickname* y quieren cambiarlo aprovechando la coyuntura.

⁵⁰ Los *nicknames* juegan un rol vital determinado las identidades, las afiliaciones culturales y las historias (Boellstorff, 2008).

En general muchas de las personas pertenecientes al grupo que optaron por alguna de estas opciones, al ingresar al mundo con su nuevo avatar se identifican para los miembros del grupo con su antiguo *nickname*, incluso algunos a pesar del nuevo *nickname* siguieron siendo llamados por los miembros más cercanos por el antiguo.

Además, fue frecuente que las personas se pregunten el nombre *offline*; sin embargo, a pesar de saber cual es ese nombre, los individuos prefieren utilizar sus *nicknames* para interactuar entre ellos.

Finalmente cierro este trabajo con una obra literaria construida por una usuaria de *facebook chat* que contiene la esencia de lo estudiado:

Mi existencia es virtual,
a penas perceptible,
deambulo por la vida
como si fuera un sueño...
...lo no soñado es la realidad...

Mi existencia es virtual,
mi presencia es no saber si estoy en realidad
en algún sitio y si de estarlo
estoy estando ciertamente
sin cuerpo porque soy virtual
porque no soy esa, y quizás sea otra que no se conoce
o que se conoce por sus palabras...

Mi existencia virtual me da derechos, me da torcidos y me da apariencias...
...y de apariencias vivo
porque la realidad y mi cuerpo no es más que
una simple ilusión...
[Nickname: Plástica].

CONCLUSIONES GENERALES

El ser humano está rodeado de ordenadores y a través de ellas, establece relaciones de intimidad y privacidad –*vida online*–.

El computador es un ente (re)activo e interactivo, personificador de los límites de la vida *off-line* y evocador de nuevas actividades, experiencias, (re)construcciones y representaciones.

La conexión es una simulación del contacto y a la vez su negación. Se trata pues, no de la pérdida de la tierra, sino del lugar de referencia y de la correspondencia del cuerpo en ese lugar. A través de los sistemas de realidad virtual, los individuos viven una experiencia que involucra el cuerpo: la vista, el tacto, el oído. Esto obviamente cambia la concepción que se tiene del cuerpo.

La comunicación a través del computador, es una actividad desarrollada en tiempo real, es decir simultáneo, no precisa ni es afectada por la espacialidad. Es una conversación escrita que lleva implícita la espontaneidad de la oralidad y que se desarrolla alrededor de temáticas específicas. Su base es fundamentalmente visual. La entrada y salida de esta interacción se puede dar de forma secuencial, permaneciendo el tema en el ciberespacio aunque cambien permanentemente los interlocutores.

Cuando se piensa en las relaciones mediadas por computadora, se piensa en un universo paralelo, en una realidad virtual, en el que los seres humanos se ven liberados de su corporalidad, virtualidad que es asumida como la verdadera esencia de su ser –*desdoblamiento del alterego*–.

La virtualización del cuerpo no puede reducirse a un proceso de desaparición o desmaterialización, sino, una (re)invención y/o (re)encarnación práctica-representativa y tecnológica del cuerpo.

En el *chat* no controlamos la narración, sino, la interacción; es decir, la autoría es compartida, pues las intervenciones de los usuarios finales dan la continuidad al relato, cuya característica es, improvisado y en muchos casos, sin aspiraciones estéticas, aunque no por ello insignificante.

El *chat* es un espacio autónomo, múltiple y dinámico. La ausencia de reglas y el ingreso irrestricto de audiencias hacen de este un medio público, donde

los cibernautas miran posible jugar con la comunicación y las maneras de representarse.

El *chat* es el medio actual de comunicación de masas, que propició cambios en la historia de la comunicación humana, originando la escritura electrónica interactiva –la magia de la palabra narrada se transforma en texto escrito y la presencia física, en la interacción, convirtiéndose en iconos, tipografías, imágenes y/o representaciones–.

El cuerpo se encuentra desplazado, oculto por las palabras de un texto digital, así que la visibilidad del otro, en contraste con la relación cara a cara, se ha transformado, lo cual implica que aquello que invita y convoca al otro en la interacción está despojado de los referentes corporales y en este sentido las competencias narrativas/comunicativas constituyen un referente de la interrelación.

El *chateo* motiva la imaginación, induce a la fantasía, distrae y cumple funciones similares a las del juego, en cuanto a manejo de la realidad a escala, permite la creación de mundos posibles a través de la (re)creación de significados y representaciones, ejercita diversos roles y desborda los límites que le hayan creado su verdadera identidad, apariencia física y esquemas de la vida cotidiana –mundos que posibilitan la aventura de salirse de la piel y (re)crearse otra vida–.

Al *chatear*, las personas adoptan la actitud del *zapping*, entendiendo a ésta como un falso apagar, anula un vínculo con la pantalla mediante la creación de otro, podría vérselo como un falso desconectar, la posibilidad de dejar por un momento una conversación y tomar otra u otras para luego volver a la anterior o anteriores. El *zapping* actitudinal admite que los individuos no solo interactúen en varias conversaciones, sino con varios otros a la vez.

La desaparición de la presencia física –en este y otros mundos virtuales– entre usuarios finales interconectados requiere de nuevas y mejoradas prácticas, en cuanto a: lenguajes, códigos y formas de representación, empujándonos a una reacomodación de la relación del usuario con el uso de la escritura, de forma tal, estos modos de interrelación mediante texto electrónico cobran distancia entre la escritura tradicional y la ciberespacial –códigos propios que se alejan de las normas establecidas por

la sintaxis y la ortografía priorizando la necesidad de agilidad y fluidez en el acto comunicativo—.

Con el desvanecimiento de los límites físicos y temporales en el *chat* facilita la comunicación ilimitada en donde la interacción está mediada por el anonimato y la autonomía total de expresión. Por ello, el cambio de género y rol son posibles y justificables, ya que desde un punto de vista simplificado, todos jugamos a eso -en el ciberespacio-, sin embargo, la importancia que representa tener este contexto está dada por la oportunidad de hacer, decir y representarse como se quiere.

El avatar es una forma más que adoptan los seres humanos en los mundos virtuales, un modo más de representar el cuerpo dentro del *chat*, espacio en el cual, el cuerpo real y práctico es suplantado por el avatar como generación de una nueva forma de encarnación, que se instaura desde una confluencia simbólica entre lo artificial y lo natural, lo virtual y lo real, donde el cuerpo se expande, se fusiona con la máquina, se complementa y se transforma.

Los códigos visuales apoyan a los textuales, pero, resulta imposible pensar en una interacción basada únicamente en *emoticons* y avatares. La riqueza del lenguaje es la que permite construir las relaciones sociales.

Facebook inclina sus servicios al consumo de tiempo: actualizando el perfil, respondiendo mensajes, subiendo/colgando fotografías, imágenes y/o videos, conociendo gente, (re)construyendo el avatar o cualquier actividad que cumpla la función de representación.

Casi la mitad de los encuestados ha declarado acceder a *facebook* diariamente, y uno de cada cuatro permanece conectado al mundo virtual más de ochenta minutos. Cuando están conectados, la mayoría (78 por ciento) presta dedicación exclusiva a su estancia, pudiendo hablarse por tanto, de una auténtica inmersión.

La red social *facebook* personaliza el interés de la Modernidad por construir un ser que vive y deja las huellas de su existencia en la memoria de los visitantes —historia cronológica personal—.

Las razones por las que los usuarios de *facebook* publiquen información sobre ellos mismos es la noción de fama/reconocimiento que está detrás de todo

ello. Los mismos instrumentos utilizados por los famosos -publicación de fotografías o vídeos de interacciones sociales- están ahora al alcance de cualquiera. Para los usuarios, la red es el escenario, sus contactos no son amigos sino espectadores y el resto de usuarios, competidores por el mismo pedazo de fama y visibilidad.

El análisis de *facebook* como artefacto socio-técnico es un ejemplo más de que la tecnología puede ejercer una gran influencia social, pero no en sí misma, sino en combinación con factores no necesariamente tecnológicos, sino sociales. Un artefacto puede ser producido y desarrollado por ingenieros, científicos o aficionados talentosos. Pero, cuando sale a la luz es (re)significado por diferentes grupos e individuos, cuyos intereses pueden y suelen ser diferentes a los inicialmente pensados por los inventores, y hasta entrar en conflicto unos con otros.

Todo lo mencionado en la investigación no alcanza a contener lo que podría decirse acerca del sistema socio-técnico, cuyo elemento de análisis es *facebook chat*. Son muchos los hitos históricos que podrían reseñarse y las reflexiones teóricas que podrían anexarse. Pero, lo dicho alcanza para concluir que, a pesar de su popularidad, está lejos de considerarse estable. Cada uno de los elementos enumerados tiene sus propias fuentes de inestabilidad, pudiendo contribuir a un cambio extremo o, incluso, la desaparición de todo el sistema.

El enfoque socio-técnico no fue pensado para prever el futuro. Éste se muestra abierto a la (re)definición y/o (re)estructuración en cualquier momento, de tal forma, que los grupos sociales relevantes (GSR) proporcionan significado al artefacto e, incluso, al ingreso imprevisto de nuevos actores al sistema.

En *facebook chat*, no importa el lugar donde se está, sino, el momento de la conexión a la red. Hoy, el espacio virtual es experimentado en términos de nexos, vías, interconexiones, accesos, navegaciones, seguidores, representaciones, recorridos, etc.

Facebook chat está lleno de cuerpos que interactúan y de descripciones corporales. Basta con entrar a este espacio y poder verificar que el cuerpo continua vigente en el entorno virtual, pero de manera diferente.

Las relaciones en *facebook chat* son expresadas en forma opuesta a las relaciones *off-line*: primero el cuerpo y después, lo que deseas manifestar, en el

espacio virtual, este acto es al revés, primero exterioriza su opinión y luego, la presencia física. El artefacto tecnológico reemplaza el cuerpo con todos los rasgos de naturaleza biológica –tono de la voz, posturas corporales y gestos–, por lo ciberespacial y/o multimedia –digital–; es decir, texto electrónico y formas de representación que son posibles en este mundo virtual.

Los intercambios comunicacionales experimentados en la red social, a pesar de su riqueza y atractivo se caracterizan por ser incompletas y transitorias en su mayoría, evidenciando el ocultamiento y necesidad de las huellas humanas y/o rasgos biológicos –llanto, olores, tacto, etcétera–.

Con frecuencia, apareció en las respuestas de los entrevistados la expresión “alma”, y siempre en el mismo contexto: ligado al alejamiento de la percepción directa del cuerpo y al carácter inaccesible del mismo, lo cual, ofrece a la comunicación en *facebook chat* una connotación espiritual. En este contexto, espiritual significa lo opuesto a material, corporal o sexual revelándonos un efecto idealizante de la comunicación escrita en la desaparición y/o ocultamiento del cuerpo.

Mantener una conversación en *facebook chat* demanda de un cuerpo digital presente y una noción de lugar representada, lo que genera otro tipo de interacción visual.

Las identidades en *facebook chat*, son (re)construidas y no quedan liberadas del mundo *off-line*; aunque, los usuarios apuestan a una (auto) representación simbólica que borre sus imperfecciones. Lo que sucede es que está modelado/influenciado por aspectos de la vida *off-line*: género, edad, cuestiones raciales, nacionalidad, experiencias, valores y conocimientos no se esfuman al ingresar en el ciberespacio.

En la red social, los individuos participan no a partir de lo que son, sino, por lo que pretenden o buscan ser, utilizan recursos basados en la apariencia y la capacidad para manejar las impresiones que los demás reciben de uno mismo.

Los usuarios finales construyen y (re)construyen el yo, a partir, de iconos que representan su ser y al articularlos reúnen fracturas de sentido; es decir, un perfil muestra un constante reflexionar sobre lo emocional de la persona.

El 100% de los entrevistados evidenciaron su preocupación por como se ve su avatar, esto revela como las formas de la representación funcionan como objetos estéticos en los contextos de interpretación de signos y símbolos.

En *facebook chat* la identificación de sus usuarios es menos desconocida que en otras redes sociales.

BIBLIOGRAFÍA

- Abal, J. (2004), *La muerte y la resurrección de la representación política*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Amin, Samir (1999), *Los fantasmas del capitalismo: una crítica de las modas intelectuales contemporáneas*. Bogotá: El Ancora.
- Augé, Marc (1996), *Los no lugares*. España: Gedisa.
- Balaguer, Roberto (2003), *Internet: un nuevo espacio psicosocial*. Montevideo: Trilce.
- Balandier, George (1994), *El poder en escenas. De la representación del poder al poder de la representación*. Barcelona: Paidós.
- Barabási, A. (2003), *Linked: How Everything is Connected to Everything Else and What It Means for Business, Science, and Everyday Life*. New York: Plume.
- Baudrillard, Jean (1978), *Cultura y simulacro*. Barcelona: Kairós.
- Baudrillard, Jean (1993), *La ilusión del fin: la huelga de los acontecimientos*. Barcelona: Anagrama.
- Baudrillard, Jean (1997), *La ilusión vital*. Madrid: Siglo Veintiuno de España Editores.
- Baym, N. (1995). "The emergence of community in Computer Mediated Communication". En *Cybersociety: Computer Mediated Communication and Community* S. Jones (Comp.): Pp. 153. Estados Unidos: Sage Publications.
- Becerra, M. (2003), *Sociedad de la información: proyecto, convergencia, divergencia*. Buenos Aires: Norma.
- Benedikt, Michael (1993), *Cyberspace. First Steps*. Massachusetts - London: The MIT Press.
- Berger, John y Thomas Luckmann (2006). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Berners, T. (2000), *Tejiendo la red: el inventor del World Wide Web nos descubre su origen*. Madrid: Siglo XXI España.
- Bijker, W. (1995), *Of Bicycles, Bakelites, and Bulbs: Toward a Theory of Sociotechnical Change*. Cambridge: MIT Press.
- Bijker, Wiebe; E. Hughes y Trevor F. (1987). *The Social Construction of Technological Systems*. Cambridge: MIT Press.
- Bolter, David (1991), *Writing Space. The computer, hypertext, and history of writing*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers. LEA.
- Bonder, G. (2002), *Las nuevas tecnologías de información y las mujeres: reflexiones necesarias*. Chile: CEPAL.
- Bourdieu, Pierre (1990), *Sociología y Cultura*. México: Grijalbo.
- Bourdieu, Pierre (1999), *Razones Prácticas, sobre la teoría de la acción*. Barcelona: Anagrama.
- Bourdieu, Pierre y Loic Wacquant (1995). *Respuestas. Por una antropología reflexiva*. México: Grijalbo.
- Buckingham, D. (2002), *Creecer en la era de los medios electrónicos*. Madrid: Morata.
- Bukatman, Scott (1994), *Terminal Identity. The virtual subject in postmodern science fiction*. Durkham - London: Duke University Press.

- Blumer, Herbert (1968), *Symbolic Interactionism. Perspective and Method*. Estados Unidos: University of California Press.
- Callon, M. (1998). "El proceso de construcción de la sociedad. El estudio de la tecnología como herramienta para el análisis sociológico". En *Sociología Simétrica. Ensayos sobre ciencia, tecnología y sociedad*, Doménech y Tirado (Comps.): Pp. 174 España: Gedisa.
- Castells, M. (2001), *La Galaxia Internet*. España: Plaza & Janés.
- Collins, Harry (1996). "Interaction without society? What avatars can't do". En *Internet dreams. Archetypes, myths and metaphors*, Mark Stefik (Comp.): Pp.186. Estados Unidos: Massachusetts Institute of Technology.
- Crang, Mike (1999), *Virtual geographies: bodies, space and relations*. Londres: Routledge.
- Cremades, Javier (2001), *El paraíso digital*. España: Plaza & Janés.
- Crystal, David (2001), *Language and the Internet*. EEUU: Cambridge University Press.
- Danet, B. (2001), *Cyberpl@y. Communicating online*. Inglaterra: Berg.
- De Certau, Michel (1996), *La Invención de lo Cotidiano*. México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, Universidad Iberoamericana.
- De Ugarte, D. (2003) "El poder de las redes". *Disponible en* http://www.deugarte.com/gomi/el_poder_de_las_redes.pdf, (visitada en Enero 05 de 2010).
- De Ugarte, D. (2004) "Breve historia del análisis de redes sociales". *Disponible en* http://www.deugarte.com/gomi/historia_del_analisis_de_redes_sociales.pdf (visitada en Enero 08 de 2010).
- Dertouzos, Michel (1998), *Qué será: cómo cambiará nuestras vidas el nuevo mundo de la informática*. Bogotá: Planeta.
- Dery, Mark (1998), *Velocidad de escape: la cibercultura en el final del siglo*. Madrid: Siruela.
- Echeverría, Javier (1991), *Cosmopolitas domésticos*. Barcelona: Anagrama.
- Echeverría, Javier (2000), *Un mundo virtual*. Barcelona: Plaza & Janés.
- Elliot, Anthony (1996), *Sujetos a nuestro propio y múltiple ser*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Farr, R. (1988), *Las representaciones*. Barcelona: Paidós.
- Feenberg, A. (1999), *Questioning Technology*. New York: Routledge.
- Feenberg, A. (2002), *Transforming Technology: A Critical Theory Revisited*. New York- Oxford: Routledge.
- Fisher, W. (2004), *Promises to keep: technology, law, and the future of entertainment*. California: Stanford Press.
- García Canclini, Néstor (1996), *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la Modernidad*. México: Grijalbo.
- Giannetti, Claudia (2002), *Estética digital*. Barcelona: L'Angelot.
- Goffman, Erving (1963), *Interaction Ritual. Essays on Face-to-Face Behavior*. London: Allen Lane The Penguin Press.
- Goffman, Erving (1981), *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- González-Stephan, Beatriz (1994). "Modernización y disciplinamiento. La formación del ciudadano: del espacio público y privado". En *Esplendores*

- y miserias del siglo XIX. *Cultura y sociedad en América Latina*, Beatriz González-Stephan (Comp.): Pp. 42. Caracas: Monte Ávila.
- Gubern, Román (2000), *El eros electrónico*. Madrid: Taurus.
- Graham, G. (1999), *Internet. Una indagación filosófica*. España: Frónesis.
- Green, L. (2001), *Communication, Technology and Society*. London: Sage Publications.
- Grosz, Elizabeth (2001), *Architecture from the Outside. Essays on Virtual Space*. Athens, Georgia: Massachussets Institute of Technology.
- Hall, Peter (1994), *Mundo y modernidad. Los retos del siglo XXI*. Madrid: Alianza.
- Heim, Michael (1994), *The Metaphysics of Virtual Reality*. Oxford: Oxford University Press.
- Heller, Agnes (1995), *Biopolítica; la Modernidad y la liberación del cuerpo*. Barcelona: Península.
- Hymes, D. (1986). "Modelos de la interacción entre el lenguaje y vida social". Trad. Del artículo "Models of the Interaction of Language and Social Life". *Gumperz* No. 17.
- Jameson, Fredric (1990), *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Barcelona: Paidós.
- Jodelet, D. (1988), *La representación: fenómenos, concepto y teoría*. Barcelona: Paidós.
- Le Bretón, David (1998), *Antropología del cuerpo y modernidad*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Lessig, L. (2001), *Code: Version 2.0*. Nueva York: Basic Books.
- Lévy, Pierre (1995), *Collective Intelligence: Mankind's Emerging World in Cyberspace*. New York - London: Plenum Trade.
- Lévy, Pierre (1999), *¿Qué es lo virtual?* Barcelona: Paidós.
- Lovejoy, Margot (1989), *Máquina e imaginario: O desafio das poéticas tecnológicas*. Sao Paulo: Universidad de Sao Paulo.
- Luhmann, N. (2000), *La realidad de los medios de masas*. México: Antrophos - UIA.
- Maldonado, T. (1999), *Lo Real y lo Virtual*. Barcelona: Gedisa.
- Mayans, J. (2002), *Género chat*. Barcelona: Gedisa.
- McLuhan, Marshall (1996), *Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós.
- McLuhan, Marshall y B. Powers (1996). *La aldea global: transformaciones en la vida y los medios de comunicación en el siglo XXI*. Barcelona: Gedisa.
- Mitchell, W. (1995), *City of Bits: Space, Place and Infobahn*. Cambridge: MIT Press.
- Mitchell, C. (2005). "What is trusted computing?" En *Trusted Computing*, Chris Mitchell (Eds.): Pp. 110. Londres: Institution of Electrical Engineers.
- Nafría, Ismael (2007), *Web 2.0. El usuario es el rey*. España: Gestión 2000.
- Nambisan, S. (2007), *The Global Brain: Your roadmap for innovating faster and smarter in a networked world*. Philadelphia: Wharton School Publishing.
- Negroponte, Nicholas (1995), *Ser digital*. Buenos Aires: Atlántida. 4ta. edición.
- Nobile, N. (1998). "Escritura electrónica y nuevas formas de subjetividad". En *Lazos virtuales*, Emilio Cafassi (Comp.): Pp. 94. Buenos Aires: Biblos.

- Nouzeilles, Gabriela (2000), *Ficciones somáticas. Naturalismo, nacionalismo y políticas médicas del cuerpo (Argentina 1880-1910)*. Argentina: Atlántida.
- Olabuenaga, Alicia (1997). "De la técnica a la techné". *Documento electrónico*, URL: <http://gerbal.pnticiaec.es/~cmuriozll/techne.html> (visitada en Mayo 13 de 2009).
- Ong, Walter (1995), *Oralidad y escritura*. Colombia: FCE.
- Oudshoorn, N. y T. Pinch (2005). *How Users Matters: the co-construction of users and technology*. Cambridge: MIT Press.
- Palazzo, G. (2007). "La competencia comunicativa en el chat entre jóvenes". En *Competencia y variedades del español en la Argentina: pasado y presente*, E. Rojas Mayer y E. Rigautuso (Comp.): Pp. 31. Tucumán: Universidad Nacional de Tucumán.
- Paz, Octavio (1987), *Los hijos del limo*. Barcelona: Seix Barral.
- Pérez, Ana (1995), *El estudio de la Representación. Supuestos epistemológicos y enfoques metodológicos*. Barcelona: Bellaterra.
- Piscitelli, A. (1998), *Post/Televisión Ecología de los medios en la era de Internet*. Buenos Aires: Paidós Contextos.
- Poster, David (1997), *Internet Culture*. New York - London: Routledge.
- Priego, Ernesto (2001). "Chat: tan lejos y tan cerca". *Viceversa* No 92.
- Queau, P. (1995), *Lo virtual, virtudes y vértigos*. Barcelona: Paidós.
- Raimondo, Giorgio (1991), *Antropología de la Escritura*. Barcelona: Gedisa.
- Reid, Elisabeth (1991), *Electropolis: Communication and Community on Internet Relay Chat*. EEUU: University of Melbourne. Department of History.
- Reid, Elisabeth (1995). "Virtual Worlds: Culture and Imagination". En *Cybersociety: Computer mediated communication and community*, S. Jones (Comp.), Pp. 31. Estados Unidos: Sage Publications.
- Reischl, G. (2008), *El engaño Google: una potencia mundial incontrolada en Internet*. Barcelona: Medialive Content.
- Rizo, Marta (2008). "La sociología fenomenológica como fuente científica histórica de una comunicología posible". En *Comunicación, ciencia e historia. Fuentes científicas históricas hacia una Comunicología Posible*, Galindo Cáceres, Jesús (Coord.). Madrid: McGraw-Hill.
- Romaní, C. (2007) "Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food" [en línea]. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flasco México. E-book de acceso gratuito. Versión 0.1/Septiembre de 2007. Web oficial del libro: <http://www.planetaweb2.net/> (visitada en Diciembre 28 de 2009).
- Romano, E. (2000), *La cultura digital*. Buenos Aires: Lugar Editorial.
- Rheingold, Howard (1996), *La Comunidad Virtual. Una sociedad sin fronteras*. Barcelona: Gedisa.
- Sabato, Jorge y Michael Mackenzie (1982). *La producción de tecnología*. México D.F. Nueva Imagen.
- Saltzer, J. y D. Clark (1981). "End to End Argument in System Design. Laboratorio para la Ciencia de la Computación". *Disponible en* <http://web.mit.edu/Saltzer/www/publications/endtoend/endtoend.pdf>. (visitada en Septiembre 03 de 2009).
- Sánchez, Antulio (1997), *Territorios Virtuales. De Internet hacia un nuevo concepto de la simulación*. México: Taurus.

- Sánchez, Antulio (2001), *La Era de los Afectos en Internet*. México: Océano.
- Sartori, Giovanni (1998), *Homo videns: la sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus.
- Saulquin, S. (2001). "El cuerpo como metáfora". *Designis*.
- Serventi, German (2004). "Aproximación sociolingüística al fenómeno chat". *Mediaciones* No 4.
- Schutz, Alfred y Thomas Luckmann (1973). *Las estructuras del mundo de la vida*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Springer, Claudia (1996), *Electronic Eros. Bodies and Desire in the Postindustrial Age*. Austin: University of Texas Press.
- Starr, Paul (1994), *Seductions of Sim: Policy as a Simulation Game*. Estados Unidos: University of California Press.
- Tabuada, Jorge (2001), *Para verse, oírse y casi tocarse*. Colombia: Uniminuto.
- Terry, Jennifer y Calvert Melody (2000). *Gender and technology in everyday life*. London - New York: Routledge.
- Torres, Marta (2001). "Funciones pragmáticas de los emoticonos en la comunicación mediatizada por ordenador". *Disponible en el archivo del Observatorio para la CiberSociedad*, en <http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=001> (visitada en Agosto 24 de 2009).
- Turkle, Sherry (1997), *La vida en la pantalla: la construcción de la identidad en la era de Internet*. Barcelona: Paidós.
- Turkle, Sherry (1999), *What Are We Thinking About When We Are Thinking About Computers?*. New York: Routledge.
- Turner, Bryan (1996), *The Body and Society*. London: Sage Publications.
- Thomas, H. (2008). "Estructuras cerradas vs. procesos dinámicos: trayectorias y estilos de innovación y cambio tecnológico" En *Actos, actores y artefactos: Sociología de la Tecnología*, Hernán Thomas y Alfonso Buch (Comp.): Pp. 262. Argentina: Universidad Nacional de Quilmes.
- Thomas, H. y M. Lalouf (2004). *La producción de artefactos y conocimientos tecnológicos en contextos periféricos: resignificación de tecnologías, estilos y trayectorias socio-técnicas*. Toluca: UAEM.
- Thompson, J. (1993), *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. México: Paidós.
- Virilio, Paúl (1997), *El ciberespacio, la política de lo peor*. Madrid: Cátedra.
- Wilbur, S. (2000). "An archeology of cyberspaces: Virtuality, Community, Identity" En *The Cybercultures reader*, David Bell y Barbara Kennedy (Comp.): Pp. 22. Estados Unidos: Routledge.
- Yubiets, Elena (1997). "Psicología Social y el estudio de las representaciones". *Revista del Instituto de Investigaciones de la Facultad de Psicología* No. 2.
- Zhao S. (2005) *Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships*. New York: Palgrave Macmillan.

ANEXOS

La representación virtual del cuerpo en *facebook*

<p>Las representaciones son construcciones artificiales a priori, para simplificar y asimilar lo real</p> <p>La representación es una organización de significados y de contenidos que vienen en lugar de la realidad (proceso simbólico)</p>	<ul style="list-style-type: none">• Historia del avatar.• Correlación avatar/perfil/imagen real.• Relación entre el discurso del cuerpo y el avatar
<p>Las representaciones son compartidas en diferentes grupos y es común a un conjunto social</p>	<ul style="list-style-type: none">• Permanencia de la representación o si se acopla o cambia (Utilizas las fotos o avatares en los mismos sitios o estás cambian. Bajo que circunstancias/condicionamiento a quien las mira solo virtuales)• Nombrar la representación (los seudónimos que utilizan para nombrarte son empleados en el mundo real y/o virtual)
<p>La realidad virtual es una representación de las cosas a través de medios electrónicos, que nos da la sensación de estar en una situación real en la que podemos interactuar con lo que nos rodea. “La realidad virtual puede convertir lo artificial en algo tan real como la realidad, o quizás, aun más real que esta” (Negroponte, 1995: 122).</p>	<ul style="list-style-type: none">• Conocer que representaciones utilizan en estos espacios.• Identificar las transformaciones (experimentos) que realicen con su cuerpo virtual.• Caracterización de imaginarios corporales.

<p>El espacio virtual, es un universo comunicativo, donde no existen cosas, objetos o cuerpos, sino sólo representaciones de cosas, objetos y cuerpos. Información codificada en bits y que aparece en la pantalla como texto y gráfico. Un universo donde solo tiene cabida lo que se dice y lo que se muestra. Esto supone entender el ciberespacio como un espacio de interacción social más.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Historia del avatar y nicks empleados (cuantos, quienes, que imágenes utilizan –fotos-). • Correlación avatar/perfil/imagen real. • Exploración de sus avatares en otras redes para (re)presentarse a la comunidad.
<p>La idea de pérdida de parte del cuerpo o el cuerpo mismo, es decir, “autoamputación por un artefacto que amplifica o corrige nuestras propias limitaciones naturales, tiene que ver con la excentricidad del cuerpo tecnológico” (Baudrillard, 1997:36). Gracias a la tecnología, y particularmente a la cibernética, el cuerpo tecnológico o virtual (utilización metafórica del cuerpo) tiene la posibilidad de escapar de los confines del cuerpo biológico, concluyendo en la liberación de la humanidad de la tiranía que supone la biología del cuerpo recalando un no a la biología como destino de la identidad y conformación no sólo del género sino también del sexo y sexualidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diferencias y similitudes entre el avatar y la foto real (análisis de la corporalidad construida). • Identificación de los imaginarios a partir de la idealización del otro (descripciones que el usuario hace de sí mismo). • Análisis del sujeto fragmentado (yo múltiple) verificación en el uso del avatar en facebook y si es usuario en otras redes sociales cual utiliza (correspondencias). • Presentaciones de una corporalidad gestionada –construcciones con lo mejor de mí/imaginarios, como quiero ser percibido y cómo me perciben–. • Posibilidades de esconder mi identidad gracias al anonimato (cambios de edad y sexo).
<p>La virtualización del cuerpo ha permitido “ir más allá de la piel, más allá de ese límite, para desplegarse en una piel colectiva” (Romano, 2000:78). Es en este instante que aparece la vivencia del hipercuerpo, es decir “la posibilidad de trascender los límites corporales (es el cuerpo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de los imaginarios de una subjetividad corporal y virtual. • Historia del avatar.

<p>interconectado en las redes), visión en ese contexto descorporeizada (sin cuerpo o en ausencia de) y multicorporeizada (habitar muchos cuerpos gracias a la tecnología) virtualmente, en representaciones gráficas, proyecciones corporales, avatares, pero sin asidero en el cuerpo físico” (Elliot, 1996:65).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Relación avatar, imagen real y auto-referencia (cuerpo narrado)
<p>La noción de hipocuerpo aparece como una vivencia actual de reducción del cuerpo a una categoría limitada, en un mundo atravesado por la ausencia de fronteras y límites mediada por los nuevos contextos socioculturales influidos por lo tecnológico (lo cibernético aún no alcanza para paliar el sufrimiento humano, el sufrimiento del cuerpo, generando entonces esta vivencia, sentida como castración).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Multicorporalidad: todas las representaciones de los sujetos. • Análisis de los imaginarios de su corporalidad real y virtual que serán utilizados en la auto-presentación. • Test, preguntas de relación corporal. • Presencia mediada por el cuerpo.
<p>Las tecnologías concientizan la no necesidad de lo físico por la emergencia de la sensibilidad. Se construye una realidad por el efecto del impacto de los sentidos y, sobre todo, de la posibilidad del control y de la eliminación de la muerte.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Acciones rituales • Estructuras pragmáticas • Mecanismos comportamentales
<p>Los usos sociales de las tecnologías implican aprendizajes, apropiación, transformación, relación con el grupo social y sobre todo las prácticas sociales que no pasan por el discurso. “Estas prácticas constituyen acciones repetidas que derivan de saberes aprendidos en la empuja de la cotidianidad” (Bourdieu, 1990: 27) son actos frecuentes no explicados por los sujetos; en este sentido, es todo lo que de la vida social se sabe hacer, pero no es necesario decir o explicar. Aunque en ciertas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aprendizajes y apropiaciones para el cambio de avatar, de nicks y nuevos emoticones. • Aprendizaje y apropiación del ciberlenguaje (símbolos que utilizan los usuarios para nombrar ciertas partes del cuerpo y representaciones de movimientos corporales). • Aprendizaje y apropiación de las características de la imagen de su avatar

<p>circunstancias prime la experiencia de cada persona.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aprendizaje de la configuración de privacidad para la publicación e inter-cambio de correspondencias (mensajes, fotos, videos)
<p>El tiempo, es una herramienta básica para entender, o por lo menos para situar la realidad, tanto en el plano histórico, como en el cartesiano y más allá en la concepción del mundo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El tiempo que le dedica a la red social facebook (actualización del perfil, publicaciones, rastreo de amigos, nuevos contactos etc. • Los tiempos que mantienen un avatar o un nickname (horas, días, semanas).
<p>El chat es un espacio social donde todas las interacciones posibles, entre conocidos y desconocidos, públicas y privadas, individuales y colectivas, se realizan de forma textual; todo lo que hagan/digan, todo lo que emitan/reciban y todo lo que piensen/sientan van a experimentarlo y expresarlo a través de texto. “En el chat para poder conversar tenemos que aprender a hablar con los dedos y escuchar con los ojos es un espacio comunicativo con una elaboración narrativa, instantánea, fragmentaria, colectiva, efímera y vital” (Mayans, 2002: 141).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de los imaginarios de su corporalidad real y virtual que serán utilizados en la auto-presentación en interacciones entre conocidos y desconocidos, públicas y privadas, individuales y colectivas. • Análisis del sujeto fragmentado (yo múltiple) verificación en el uso del avatar en facebook y si es usuario en otras redes sociales cual utiliza (correspondencias). • Posibilidades de esconder mi identidad gracias al anonimato (cambio de sexo y edad).
<p>Los emoticones son un conjunto de símbolos e iconos que representan emociones y objetos cuya finalidad es añadir elementos a la comunicación en la red ayudando a expresar los sentimientos, estados de ánimo y en ciertos casos economizar la descripción textual de los mismos. El entendimiento de esta nueva pictografía requiere de una buena familiarización con el espacio teatral interactivo del ciberespacio. De este modo el</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aprendizaje y apropiación del ciberlenguaje. • Identificación de códigos textuales y gráficos que emplean los usuarios

<p>“emote” cumple un papel escenográfico, que establece la definición conceptual de un simulacro eliminando su dependencia de un referente exterior real (Mayans, 2002: 61).</p>	<p>para señalar ciertas partes del cuerpo.</p>
<p>Los interesados en participar del chat, intercambian información escrita necesaria para crear un perfil del otro que les permita imaginar con quien están chateando. Edad, sexo, ubicación, son los primeros datos, después vienen las descripciones físicas y la descripción de la personalidad, no obstante ésta se va obteniendo conforme transcurre la plática, aunque bajo la premisa de que sólo se conoce lo que cada uno deja saber de si.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de los imaginarios de su corporalidad real y virtual que serán utilizados en la auto-presentación. • Relación perfil/avatar/imagen real. • Análisis del sujeto fragmentado, verificación en el uso del avatar y nick en facebook y si es usuario en otras redes sociales cuales utiliza (correspondencias). • Posibilidades de esconder mi identidad gracias al anonimato (cambio de sexo y edad).
<p>Al ingresar a un chat es necesario presentarse a través de un nick. La incorporación de un nuevo miembro al grupo implica que éste se retrate. Para David Bolter, el nick cumple con una función caracterizadora: “opera como una suerte de retrato comprimido al aparecer como nombre, apodo o título. Podríamos plantear que el nick elegido por alguien para chatear opera como primer elemento metadicursivo” (Bolter, 1991: 82). Este nickname de igual forma ocupa la función del cuerpo en el espacio virtual, por lo que podría ser visto y pensado como el cuerpo virtual en la Internet. Por eso los nicks deben ser sugerentes, deben despertar fantasías sobre lo que somos, cómo somos o qué nos gusta.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Presentaciones de una corporalidad gestionada –construcciones con lo mejor de mí/imaginarios, como quiero ser percibido y cómo me perciben–. • El tiempo que es mantenido el nickname (condicionado a la aceptación de los otros navegantes y el estado emocional del usuario).

<p>El avatar es una imagen gráfica que simboliza al usuario. Es un personaje virtual destinado a dar una representación visual de su persona. Por lo tanto, un avatar puede ser un personaje que se le parezca o uno completamente imaginario (según la personalidad que le demos, que muchas veces es un ideal de la que querríamos tener, como poderes, inteligencia, rapidez, etc.) que está representando en un espacio diferenciado –el virtual–, a una persona física. El avatar como un personaje que “entra”, que “penetra” e interactúa en ese espacio concreto. Existe, pues una puerta que solo es posible atravesar cuando uno se convierte en un avatar (Collins, 1996: 174).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Presentaciones de una corporalidad gestionada –construcciones con lo mejor de mí/imaginarios, como quiero ser percibido y cómo me perciben–. • Que imágenes escogemos de nosotros mismos para interactuar (si es foto a color o blanco y negro, o un avatar cualquiera). • Identificación de avatares “geniales” (término utilizado por los chateros para nombrar lo agradable a la vista). • El tiempo que es mantenido el avatar (condicionado a la aceptación de los otros navegantes y el estado emocional del usuario). • Relación avatar/perfil/foto.
<p>La fragmentación del sujeto se manifiesta en forma de diferentes nicknames y avatares, que configuran distintas historias posibles de experimentar, cada una completa en sí misma pero que a la vez forma parte de una historia global, la vida de cada uno, en diferentes niveles. Sin embargo, cada una constituye un espacio de expresión y construcción de subjetividades, en los que se recrea una cultura, con símbolos y significados a primera vista antagónicos, pero que se entrecruzan y dan lugar a nuevas narrativas en las que los protagonistas se comprenden como múltiples.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Historia del nickname y el avatar. • Relación avatar/perfil/foto. • Análisis del sujeto fragmentado (yo múltiple) a través de su nick y avatar en facebook y si es usuario en otras redes que avatar/perfil utiliza para presentarse a la comunidad.
<p>El anonimato es un aspecto de la comunicación electrónica que se observa en el chat, el desconocimiento de quién está detrás</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Posibilidades de esconder mi identidad gracias al anonimato (cambio de edad y sexo). • Historia del avatar y el nickname

<p>de un nick o un avatar permite el despliegue de aspectos de la personalidad que en la vida diaria, ordinaria, no son puestos en juego. Los usuarios crean un personaje, con su respectivo nombre, lo actúan e interactúan a través de él con otros usuarios ya sean éstos conocidos o no. A diferencia de lo que ocurre en la vida cotidiana con la consecuente identificación de la persona por su cara, su cuerpo, su andar, su voz, sus gestos, en definitiva, su materialidad.</p>	<p>(cuantos, quienes, que imágenes utilizan –fotos-).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comparación entre perfil/avatar/foto real (imaginarios). • Análisis del sujeto fragmentado (yo múltiple) a través de su nick y avatar en facebook y si es usuario en otras redes que avatar/perfil utiliza para presentarse a la comunidad. • Identificar las nuevas formas de administrar nuestra auto-presentación.
<p>La red social facebook utiliza herramientas de construcción de los avatares de los usuarios permiten la construcción de todo tipo de rasgos personales bajo el rubro de apariencia. Se puede configurar el sexo, el color de piel, la forma y tamaño de cada una de las partes del cuerpo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Presentaciones de una corporalidad gestionada –construcciones con lo mejor de mí/imaginarios, como quiero ser percibido y cómo me perciben–. • Historia del avatar • Diferencias y similitudes entre el avatar y la foto real (análisis de la corporalidad construida).