

TECNOLOGÍAS INFOCOMUNICACIONALES CUERPOS QUE IMPORTAN EN FACEBOOK

Carolina Emilia Di Próspero
Universidad de Buenos Aires (Argentina)
cdiprospero@arnet.com.ar

Resumen

En el presente trabajo me propongo analizar la importancia del cuerpo, masculino y femenino, fotografiado dentro de la red social Facebook y, en términos de Judith Butler, intentaré un acercamiento a cuáles son los cuerpos que importan en ese contexto. Utilizaré opiniones de usuarios de Facebook (jóvenes de entre 24 y 40 años residentes en Capital Federal) como disparadores de distintas reflexiones respecto de las redes sociales.

Palabras clave: nuevas tecnologías, jóvenes, Facebook, cuerpo.

Las redes sociales

Ya no respondemos a mensajes tradicionales. Entre otras cuestiones esto está sucediendo porque la innovación constante, que constituye a las cosas, a los objetos en sustancias casi puramente simbólicas, cuyo actual soporte paradigmático es Internet, nos incluye como participantes activos e interactivos, algo que tradicional e históricamente no había sucedido. En consecuencia, las producciones se multiplican, o lo que antes no se veía hoy se hace visible y, lo que es más importante, “compartible” globalmente en el contexto que Internet proporciona.

Y dentro de Internet, la forma de “compartir” se da cada vez más a través de las llamadas “redes sociales”. Desde su aparición, estas redes tales como My Space, Facebook, Cyworld, Bebo, han atraído a millones de usuarios, y muchos de ellos han integrado estos sitios a sus prácticas cotidianas. Existen cientos de sitios de redes sociales que apuntan a un amplio rango de intereses y, mientras su contenido tecnológico es consistente, las culturas que emergen alrededor de estos sitios son variadas.

Las investigadoras Danah Boyd y Nicolle Ellison señalan que muchos de los sitios sostienen el mantenimiento de redes sociales preexistentes, pero otros ayudan a extraños a conectarse sobre la base de intereses compartidos.

- Los sitios también varían en su extensión y en la incorporación de información y herramientas nuevas: conectividad móvil, blogging, video, etc. (Boyd y Ellison; 2007).
- Las autoras definen estos sitios como servicios de la web que permiten a los individuos construir un perfil público o semipúblico dentro de los límites de la red conformada por una lista de usuarios que comparten una conexión, y que ven y recorren su lista de contactos además de las listas hechas por otros dentro del sistema. La naturaleza y nomenclatura de estas conexiones pueden variar de sitio a sitio.
- Lo que hace a estos sitios únicos no es tanto que se pueden conectar entre extraños sino que permiten a los usuarios articular y hacer visibles sus redes sociales. Esto trae como resultado conexiones entre individuos que de otro modo no se darían, aunque no es este el objetivo ya que estos encuentros son con mayor frecuencia entre “lazos latentes” que comparten alguna conexión off line.

La red está implementada en estos sitios a través de una lista de amigos, también usuarios del sistema. Cada perfil es una página única que, como individuo, uno debe completar contestando algunas preguntas típicas, tales como edad, lugar de residencia, intereses, además de solicitar adjuntar una foto de perfil. Algunos sitios permiten a sus usuarios enriquecer sus perfiles adicionando contenidos multimedia o customizarlo al propio gusto. La visibilidad del perfil varía de sitio en sitio de acuerdo con la discreción del usuario. Por ejemplo, LinkedIn controla lo que se puede ver de acuerdo con si se tiene o no una cuenta paga. Sitios como MySpace permiten a los usuarios elegir si su perfil será público o sólo para que ingresen los amigos. En Facebook, por defecto es posible ver los perfiles de los otros usuarios miembros de la misma red, a menos que el dueño del perfil decida denegar el permiso a los miembros de su red.

En su estudio Ellison, Steinfield y Lampe analizan la relación entre el uso de Facebook y la formación y mantenimiento de capital social. Los autores toman el concepto de *capital social* de Pierre Bourdieu y Loic Wacquant, quienes lo definen como la suma de recursos que un individuo o grupo acumulan en virtud de poseer una red durable de relaciones, más o menos institucionalizadas, de mutuo conocimiento y reconocimiento.

A través de su investigación, describen tres dimensiones que se ven aumentadas por el uso de FCBK y sitios similares. Las redes sociales permiten a sus usuarios crear y mantener largas redes de relaciones de *lazos débiles*, sobre todo debido a que las nuevas tecnologías propician el mantenimiento de tales lazos fácilmente y a muy bajo costo. Los investigadores encontraron que el uso de Facebook tiene menos impacto en la generación de vínculos profundos entre los usuarios: “si bien pueden bajar las barreras para participar y luego animarse a formar lazos débiles, no necesariamente se crearán el tipo de lazos cercanos que las relaciones con capital social que suponen un vínculo profundo” (Ellison, Steinfield y Lampe; 2007). Por último, si encontraron un incremento en la dimensión de “mantenimiento” de capital social, relacionada a que los usuarios confían en que sus compañeros dentro de la extensa red social podrán ser potenciales conexiones útiles como fuentes de nueva información y recursos.

Usuarios y usos

A medida que avanzo en la investigación para mi tesis de maestría sobre la red social Facebook y la reconfiguración de espacios cotidianos a través de su uso, a la cual se suma esta ponencia, voy encontrando diferentes prácticas dentro de la red que los entrevistados describen, pero hay una en la cual todos coinciden, que es la de “chusmear”. La atracción por ver fotografías de conocidos en situaciones eventuales, las sensaciones ambivalentes de placer voyeurista, y, sobre todo, comparten esa inexplicable necesidad de volver, en otro momento del día o al día siguiente, para ver qué hay de nuevo en “las noticias”: la página de inicio de Facebook. Saber quién viajó, a dónde, con quién (si es lindo / linda su pareja), cómo son sus hijos, y, ya que estamos, cómo es su perfil, dónde trabaja, qué tipo de cargo tiene, etc., constituyen prácticas diarias en Facebook.

Una de las entrevistadas, Elena (30 años), describe Facebook como: “una herramienta que permite satisfacer las necesidades de ego y voyeuristas de los seres humanos, porque ¿a quién no le gusta ser visto, mostrarse, ser reconocido, ser popular, tener muchos amigos, o al menos aparentar que así es, que somos felices y queridos? ¿y a quién no le gusta espiar la vida de los demás? ¿ver de quién es amigo tal o cual persona? todos, me incluyo también...”

Después está el tema de estar en contacto con el resto, como segunda función, pero me parece que es la excusa con la cual se vende el producto”, expresa Elena. Facebook te ayuda a comunicarte y compartir con las personas que conocés, es la primer frase que se ve al ingresar al sitio, sobre un gráfico de una especie de mapa mundi con siluetas en un plano corto, (en términos cinematográficos) en diferentes lugares del mapa, unidas por líneas de puntos.

Para Andrea (32 años) Facebook es un “Centro de miradas públicas de la vida privada, como los famosos pero no salimos en la tapa de Gente”.

Como ella explica, en Facebook los eventos cotidianos o especiales, se exponen como en una vidriera, en la página de inicio, que condensa lo que los miembros de esa red quieren mostrar a sus amigos. Con la distancia de una vidriera, generándose un contacto con el autor sólo si así se quisiera.

Luciana (31 años.) compara FCBK con los mails: “es como una red que te permite conectarte con gente que ves poco; como un canal más de comunicación, donde cualquier excusa es buena para acercarte, ya que el mail implica contar fehacientemente algo. Me gusta mostrar mis fotos, compartirlas. Es mucho porque muestra qué está haciendo uno, qué lo hace feliz, los viajes, las salidas...”. La ventaja del voyeur en Facebook es que, si lo desea, puede pasar horas mirando un perfil de un “amigo” desde la privacidad de su computadora, sin que éste jamás se entere. Por otro lado, como señala Luciana, no hay necesidad de establecer un ida y vuelta, como en el mail: uno envía y quien recibe debe contestar. Incluso al comentar una foto, quien recibe el comentario puede o no realizar una devolución, es indistinto, el compromiso con el otro es nulo, el placer es completo.

En su blog personal una de las entrevistadas confiesa respecto de su afición voyeurista en FCBK: “No paro de mirar fotos en Facebook. Sí. Me paro en el escenario del grupo de autoayuda, ajusto los microfones al mejor estilo CFK y digo, “Soy Carolina, miro fotos de otros”. Y todo el tiempo.

Aunque, no te persigas. No lo hago con “tu” álbum. No te sientas especialito. Lo hago con el de todos. En una época miraba departamentos y me molestaba ver como los demás los decoraban. Son esas cositas que uno no le cuenta a cualquiera. Eso que te convierte en un freak sin peligro social. Algo externable. En la bolsa entran mis amigos, o los amigos de mis amigos. O cualquiera que no haya previsto los filtros correspondientes.

Fuera de la paranoia que podría adjudicarles cualquier anti-voyeur a estas cosas, ¿no me digan que no es una tentación por demás tentadora?

Bueno, qué va, yo no puedo dejar de hacerlo. Cumpleaños, casorios, fiestas privadas, reuniones por títulos, las caras de los hijos, fiestas de fin de año. Las veo todas, emocionándome cuando el álbum alberga 60” (Carolina A., 33 años. Fuente: <http://adoroserprincesa.blogspot.com/2008/12/yo-voyeur.html>).

Manuel (31 años) expresa: “En mi caso, Facebook representa poco de mí porque la mayoría de mi vida transcurre fuera de

Facebook. Por otro lado, lo que publico es real, con lo que tal vez haya más en Facebook de mí de lo que imagino. Hay gente que ocupa mucho tiempo de su vida en construir y pulir una imagen virtual de sí mismo, supongo que en esos casos la línea se hace más difusa”.

Con respecto a la dicotomía virtual / real, como Manuel, la mayor parte de los entrevistados no encuentra diferencia ni realiza una separación entre mundos distintos off y on line.

María Belén Albornoz señala que no debemos caer en la tentación de considerar lo virtual y lo real como categorías opuestas. “En primer lugar porque la cultura digital es en gran medida una extensión de la cultura fuera de la interfaz, donde lo virtual en realidad propone “otra” experiencia de lo real que nos obliga a “una mejor comprensión de los lazos y nudos que enlazan las realidades y las apariencias, las ilusiones y los síntomas, las imágenes y los modelos”. En segundo lugar porque no es posible separar tecnología, cultura y sociedad como actores autónomos e independientes, puesto que esto significaría entender lo humano independientemente de su entorno material y de los signos e imágenes que dan sentido a su vida y a su mundo. “Por lo mismo, no se puede separar el mundo material –y aún menos su parte artificial– de las ideas a través de las que los objetos técnicos son concebidos y utilizados, ni de los humanos que los inventan, los producen y se sirven de ellos” (Lévy, 2007). Por tanto, la línea que divide los mundos reales de las realidades virtuales tiende a difuminarse con los avances de las capacidades de simulación que nos ofrece la tecnología y su respectiva apropiación por parte de los sujetos, provocando nuevos imaginarios y ofreciendo espacios a nuevas experiencias que no serían posibles sin los adelantos tecnológicos.

¿Qué tipo de cuerpos se exponen?

Marcelo Urresti explica en el libro *Ciberculturas juveniles* que hay inhibiciones que entre las generaciones más jóvenes no pesan, como en las generaciones de mayores, criados en los años cincuentas o sesentas, “que se resisten a hacer de su vida algo digno de interés público, porque se han acostumbrado a pensar que lo publicable tiene que revestir como mínimo el valor del testimonio. El rechazo, a su vez, proviene de una enseñanza tradicional que dividía tajantemente lo público y lo privado, con el valor casi sagrado que se le daba a esto último, asiento fundamental de la casa y la familia, y por lo tanto, algo que debía resguardarse y hasta incluso impostarse ante la mirada de los otros” (Urresti; 2008; 57). Las nuevas generaciones, tal como las describe el sociólogo, son “los hijos de un momento en el que la cultura se transforma radicalmente hacia una exacerbación de la presencia del sujeto, (...) hace de las generaciones menores un actor casi ‘naturalmente’ impulsado a llenar los anaqueles de la gran biblioteca virtual de la era del yo con sus propias impresiones sobre el mundo en todos sus insospechados vericuetos y sobre ese gran espectáculo del sí mismo al que tiende feliz y militante el sujeto contemporáneo” (Urresti;2008; 57). Es en este sentido que Urresti explica que para los más jóvenes “todo lo que es íntimo, por ocultable, por inconfesable o por formar parte de la más banal existencia singular, puede pasar de las antiguas cavernas de la privacidad a las amplias planicies de la publicidad. (...) Es el estadio superior del yo y del espectáculo, ya fundidas en una sola e inseparable entidad: un yo para ser mostrado en la superficie de visibilidad. (...) el cuerpo está protegido por la telepresencia (Urresti; 2008; 58-59).

En Facebook los cuerpos que importan se constituyen desde valores muy comunes en nuestra cultura occidental: ego, belleza, fortaleza, glamour, éxito personal, etc., representados en imágenes. Estos modelos de cuerpos representados, femeninos y masculinos, soportan ideales y valores que se han ido construyendo por muchos años en el mundo occidental y que tienen que ver principalmente con la heterosexualidad, y con un modelo de masculinidad que signó la contemporaneidad de occidente.

Michael S. Kimmel realiza un interesante rastreo genealógico de la construcción de géneros y, mayormente del modelo de masculinidad aún hoy imperante en Estados Unidos, sociedad que por excelencia ha desarrollado muchos de los valores que globalmente se comparten en las sociedades occidentales, y, sobre todo, en las ciudades capitales.

El autor explica que las masculinidades se construyen simultáneamente en dos campos interconectados de relaciones de poder: el sexismo y la homofobia: “las relaciones de los hombres con las mujeres (desigualdad de género) y las relaciones de los hombres con otros hombres (desigualdades que se basan en factores tales como raza, etnicidad, sexualidad, edad, etc.)” (Kimmel; 1998; 208). Kimmel señala por otro lado que la masculinidad enclavada en las relaciones de poder es a menudo invisible para los hombres, ya que el orden de género es más visible para quienes no gozan de sus privilegios que para los que disfrutan de las prerrogativas que implica. “Esta invisibilidad es, en sí, una cuestión política: los procesos que otorgan privilegios a un grupo y excluyen a otro generalmente son invisibles para aquellos que gozan de la prerrogativa” (Kimmel; 1998; 208). “Cuando me miro en el espejo, veo un ser humano. Soy generalizable a nivel universal. Como hombre blanco de clase media, no tengo clase social, ni raza, ni género. ¡Soy la persona genérica por excelencia!” (Kimmel; 1998; 209).

Al estudiar una historia cultural de la idea de la masculinidad en Estados Unidos, Kimmel descubrió que los hombres estadounidenses han sido capaces de expresar con claridad lo que significa ser hombre y de desarrollar formas de probar su virilidad.

Kimmel explica que el modelo de masculinidad contemporáneo no emergió de la nada y que desplazó a otros modelos de masculinidad que, a fines del siglo XVIII coexistían en Estados Unidos: el del Patriarca Gentil y el del Artesano Heroico. El primero derivaba su identidad de la propiedad de la tierra. “Dedicado a supervisar sus propiedades rurales era un personaje refinado, elegante y dado a una sensualidad informal. Era un padre afectuoso y dedicado, que pasaba gran parte de su tiempo con la familia. (...) En Estados Unidos imaginen a George Washington o a Thomas Jefferson. En Europa, piensen en la aristocracia rural de Inglaterra en el siglo XVII. Por contraste, el Artesano Heroico representaba la fuerza física y la virtud republicana del pequeño agricultor, el artesano urbano independiente, el propietario independiente de una tienda. (...) También era un padre dedicado, enseñaba su oficio a su propio hijo, llevándolo desde la etapa ritual de aprendiz a la de maestro artesano. (...) En Estados Unidos piensen en Paul Revere trabajando en su fundición, con las mangas arremangadas y un delantal de cuero. En Europa, estos eran representados por los partidarios de la igualdad social, los *sans-culottes*. (...) en el mundo históricamente subdesarrollado son los pequeños comerciantes del mercado, el campesino independiente, el artesano talentoso (Kimmel; 1998; 213). Kimmel señala que estos dos modelos convivían en Estados Unidos hasta que a principios del siglo XIX surgió una nueva versión de la masculinidad: la de los hombres que triunfaban gracias a su propio esfuerzo, el *Self -Made Man*. La masculinidad de estos hombres quedaba demostrada y se comprobaba en el mercado. Estos hombres triunfadores eran terratenientes ausentes del hogar, alejados cada vez más de sus propios hijos, dedicados a su trabajo en un ambiente laboral homosocial. “Era una masculinidad cada vez más ansiosa, que requería de constantes demostraciones y pruebas tangibles de éxito expresado en la adquisición de bienes. Además, esta ansiedad era estimulada por la ideología de la movilidad social ascendente, ya que si la persona podía ascender al tope máximo de sus propias capacidades en Estados Unidos, también podía caer, sin red de seguridad, sin poder culpar a nadie del fracaso excepto a sí mismo. Esta definición de masculinidad era esencialmente inestable y requería ser demostrada en forma constante, quedando siempre expuesta al fracaso” (Kimmel; 1998; 214).

Kimmel describe este nuevo modelo de masculinidad como insensata, ya que se debe demostrar y, no bien se ha comprobado, se debe demostrar nuevamente, constantemente, como ocurre con un deporte. Luego se pregunta cómo logró su hegemonía la masculinidad hegemónica, y lo explica a través de su investigación sobre la formación de la hombría estadounidense (Kimmel; 1998; 214). Entonces, el autor explica, “descubrí tres modalidades básicas de prueba. En primer lugar, la hombría se podía demostrar convirtiendo al cuerpo en un instrumento y expresión de dominio. Desde los reformistas de la salud del siglo XIX que aconsejaban la abstinencia sexual para los hombres, (...) hasta la obsesión actual con el desarrollo corporal, los hombres que parecían ser rudos y fuertes podían aliviar así la ansiedad que les producía el hecho que se descubriera que eran blandos y débiles. En segundo lugar, la hombría se podía demostrar yéndose al bosque, ingresando al ejército, haciéndose a la mar, lugares donde los hombres podían demostrar su masculinidad frente a la naturaleza y los demás hombres, alejados de las influencias feminizantes de la civilización. (...) Pero la principal forma en que los hombres intentaban demostrar que habían tenido éxito en lograr la masculinidad era mediante la problematización de otras formas de masculinidad, el posicionamiento de lo hegemónico contra lo subalterno, la creación del otro” (Kimmel; 1998; 215). El *Self - Made Man*, tenía que desplazar las dos definiciones anteriores: el Patriarca Gentil y el Artesano Heroico. Kimmel señala que, por ejemplo, el Patriarca gentil fue definido como el fatuo petimetre europeo, un afeminado del siglo XIX, mientras que, en el transcurso del siglo XIX, el Artesano Heroico se convirtió en el obrero común, el trabajador, una pieza secundaria en la maquinaria: “había desaparecido su autonomía, el orgullo por su oficio y ahora era dependiente y desvalido, difícilmente podía ser considerado un hombre” (Kimmel; 1998; 215).

Los otros modelos de masculinidad que se fueron constituyendo de manera problemática a partir de la construcción del modelo hegemónico de masculinidad, y Kimmel describe, lo hicieron en una suerte de extremos. Por un lado, los demasiado masculinos, con una masculinidad “sexualmente voraz, tremendamente violenta, incapaz de controlar los deseos carnales; y la otra no era “suficientemente masculina”, es decir, era desvalida, dependiente, pasiva y feminizada. Irónicamente, estos “otros” se colocaban en posición de otredad al aceptar simultáneamente ambas modalidades como verdaderas” (Kimmel; 1998; 215). En este sentido, Kimmel se refiere como ejemplos a los esclavos negros, que eran vistos como desvalidos, incapaces de defender a sus mujeres y de mantener a su familia; los indígenas americanos, considerados a la vez tontos e ingenuos, y siguen los ejemplos, hasta llegar a fines del siglo XX y la actualidad. Kimmel señala que “las mujeres y los hombres gay son los clásicos “otros”, la pantalla contra la cual los hombres blancos heterosexuales proyectan sus ansiedades de género y a partir de cuya castración los hombres construyen definiciones hegemónicas. Las mujeres castran a los hombres porque representan el hogar, la domesticidad, las obligaciones familiares y también la carnalidad insaciable. Los hombres homosexuales son pasivos y afeminados, además de ser sexualmente insaciables y rapaces” (Kimmel; 1998; 216).

En Facebook se depositan aspiraciones y, sobre todo en imágenes, se relata la vida que se tiene pero, también, la que se quiere tener. Los entrevistados suelen desestimar o quitar importancia a las fotos que suben, restándole importancia al tema, sin embargo, al ingresar a sus perfiles se puede observar que, en su mayoría, sólo las fotos que presentan de mejor manera al dueño

del perfil son las subidas. Sólo en algunos casos se admite la selección, por ejemplo Javier L., de 29 años, hizo mención a algunas fotos en primer plano que él tenía subidas, especialmente seleccionadas para las “señoritas” que ingresaran a conocer su perfil, este comentario era acompañado de gestos faciales que denotaban un “vos me entendés...” a lo que yo agregué: “son fotos que *garpan*” (que valen), y él asintió.

Se puede observar por ejemplo fotografías de mujeres que, cual estrellas, salen de la clínica espléndidas después de haber dado a luz. Gracias a la tecnología digital, cada usuario se puede convertir en el editor más exigente y seleccionar las tomas que más lo favorecen. Proliferan en este sentido las *autofotos*, en las que el dueño del perfil se saca él mismo las fotos y sube aquellas que plasmen el gesto, mirada, posición que prefiera exponer. Se muestra entonces a los demás la familia ideal, el marido o novio ideales, los mejores amigos, las más lindas y divertidas vacaciones, los más chic o exóticos lugares, las variedades de deportes más excéntricas que sólo una vez en la vida practicamos (aladeltismo, golf, paracaidismo, etc.), como si todo esto formara parte de la realidad diaria. Y, como espectadores, se puede observar hasta el detalle los álbumes ajenos, una y otra vez.

Además de la educación, capacitación, trabajos, que se puede consignar en la información personal, a modo de currículum (instituciones en las que se cursaron los estudios, en qué empresa trabaja, etc.), en gran medida lo que se muestra una y otra vez es el “acceso a las cosas”: vacaciones, eventos, piletas, actos escolares, etc. Aquello que Kimmel describe en su genealogía del modelo hegemónico de masculinidad como “pruebas tangibles de éxito expresado en la adquisición de bienes.” estimulada por “la ideología de la movilidad social ascendente. (...) Esta definición de masculinidad era esencialmente inestable y requería ser demostrada en forma constante, quedando siempre expuesta al fracaso” (Kimmel; 1998; 214). En Facebook se representa este modelo hegemónico, sobre todo en las imágenes fotográficas, en los cuerpos que significan aspiraciones individuales, y, esas aspiraciones, se parecen mucho al modelo que describe Kimmel. Al representar las situaciones eventuales en fotografías compartidas a diario entre los miembros de la red, se propicia que se vean casi como situaciones cotidianas cuando en realidad, en la mayoría de los casos, no lo son, pero al ser imposible verse cara a cara entre más de cien amigos o conocidos, esos clics editados de la vida de los otros y sus actualizaciones será la información válida. Melina A., entrevistada de 26 años, señala que cuando conoce a un chico en un bar o un boliche y se invitan luego en Facebook, ella entra al perfil del chicos y mira todas sus fotos, información personal, comentarios publicados en el muro, etc., a fin de corroborar si lo que él dijo en el cara a cara es “verdad”.

Por otro lado, la representación de un modelo hegemónico masculino o heterosexual en Facebook tiene un plus y es el de la casi nula exposición al fracaso. El constituirse cada uno en su propio “editor” disminuye ampliamente las caídas, por la simple razón de poder ocultarlas: aquello que no se muestra no existe para los demás integrantes de cada red de “amigos”.

Es entonces en esta edición y publicación diaria de la vida que aparecen los cuerpos que importan y soportan las aspiraciones individuales. Los cuerpos que merecen ser vistos y mostrados. En términos de Judith Butler, importar (to matter) significa a la vez “materializar” y “significar” (Butler; 2008; 60).

Judith Butler analiza en profundidad los límites materiales y discursivos del sexo. A los fines de este trabajo, tomaré algunas de sus reflexiones. Para la autora, las diferencias sexuales son indisociables de las demarcaciones discursivas (Butler; 2008; 17). “La categoría de “sexo” es, desde el comienzo, normativa; es lo que Foucault llamó un “ideal regulatorio”. En este sentido, pues, el “sexo” no sólo funciona como norma, sino que además es parte de una práctica reguladora que produce los cuerpos que gobierna, es decir, cuya fuerza reguladora se manifiesta como una especie de poder productivo, el poder de producir –demarcar, circunscribir, diferenciar– los cuerpos que controla. De modo tal que el “sexo” es un ideal regulatorio cuya materialización se impone y se logra (o no) mediante ciertas prácticas sumamente reguladas. (...) Es una construcción ideal que se materializa obligatoriamente a través del tiempo” (Butler; 2008; 18).

Facebook, con su regularidad cotidiana, se convierte en campo propicio para esta producción sexual performática. Este concepto, *performatividad*, para Butler: “debe entenderse no como un “acto” singular y deliberado, sino, antes bien, como la práctica reiterativa y referencial mediante la cual el discurso produce los efectos que nombra. (...) Las normas reguladoras del “sexo” obran de una manera performativa para constituir la materialidad de los cuerpos, más específicamente, para materializar el sexo del cuerpo, para materializar la diferencia sexual en aras de consolidar el imperativo heterosexual” (Butler; 2008; 18). La destreza masculina ante la naturaleza, la obsesión por el cuerpo, mencionadas por Kimmel en su rastreo del modelo de masculinidad en Estados Unidos, son valores portados en imágenes recurrentes en Facebook.

Las temáticas de las fotos de mis entrevistados suelen ser redundantes: graduaciones, fotos de la infancia, los hombres hacen el asado, las mujeres los disfraces para los actos escolares, o representan el rol femenino de “ama de casa” (quizás tenga que ver con un aspiracional de ama de casa ideal, que sigue vigente en los modelos de construcción del mundo femenino) los más jóvenes toman tragos de colores en las playas o en fiestas particulares, donde se exhibe el cuerpo joven de acuerdo con los estereotipos de belleza actuales, que tienen que ver con lo que Kimmel señalaba acerca la obsesión actual con el desarrollo

corporal (Kimmel; 1998; 215). Las madres por el contrario exhiben los cuerpos de sus hijos y los de ellas pasan a un segundo plano. Los álbumes más extensos son los de las vacaciones, cuerpos bronceados en la costa para las familias y en lugares más remotos para los solteros. Si bien el mundo laboral no se encuentra casi representado en imágenes (sí consignado en la información personal de cada perfil), las imágenes de viajes y familias felices en piletas y concurridos cumpleaños, denotarían el éxito laboral / económico de los dueños de los perfiles.

Si bien es difícil controlar todo lo que los integrantes de la red suben, tampoco es imposible. Muchas veces se da la situación de "censura" entre usuarios, en términos de pedidos de retirar de la publicación determinadas fotografías por diversos motivos. Un ejemplo comentado en una de las entrevistas es el de un grupo de amigos que asistió a una fiesta de casamiento. Dos de ellos, él gay, ella heterosexual, se dieron un beso en la boca como quien hace un chiste para las cámaras. Quien tomó la foto subió ese beso a FCBK y la protagonista, indignada, censuró el acto. Ese beso no podía ser visibilizado por su familia, quien conoce al amigo gay, pero, sobre todo no debería ser visto por su ex novio, quien no debía enterarse que ella estaba sin pareja en el presente, al menos no de esa forma. Este fue el argumento de la protagonista. La caída, el fracaso estaban a un paso... ante el encarecido pedido, el autor retiró la polémica foto de su perfil.

Quedará afuera, entonces, todo cuanto constituya una amenaza a esos mundos aspiracionales que responden en gran medida al modelo hegemónico masculino descrito por Kimmel, como la foto del beso prohibido, la cual sí demarcará un límite, o la *abyección*, en términos de Butler. La autora explica cuáles son las cuestiones que estarán en juego en su reformulación de la materialidad de los cuerpos: "1) la reconsideración de la materia de los cuerpos como el efecto de una dinámica de poder, de modo tal que la materia de los cuerpos sea indisociable de las normas reguladoras que gobiernan su materialización y la significación de aquellos efectos materiales; 2) la comprensión de la performatividad (...) como ese poder reiterativo del discurso para producir los fenómenos que regula e impone; 3) la construcción del "sexo", no ya como un dato corporal dado sobre el cual se impone artificialmente la construcción del género sino como una norma cultural que gobierna la materialización de los cuerpos; 4) una reconcepción del proceso mediante el cual un sujeto asume, se apropia, adopta una norma corporal, no como algo a lo que, estrictamente hablando, se *somete*, sino, más bien, como una evolución en la que el sujeto (...) se forma en virtud de pasar por ese proceso de "asumir" un sexo con la cuestión de la identificación y con los medios discursivos que emplea el imperativo heterosexual para permitir ciertas identificaciones sexuadas y excluir y repudiar otras. Esta matriz excluyente mediante la cual se forman los sujetos requiere pues la producción simultánea de una esfera de seres abyectos, de aquellos que no son "sujetos", pero que forman el exterior constitutivo del campo de los sujetos. Lo abyecto designa aquí precisamente aquellas zonas "invivibles", "inhabitables" de la vida social que, sin embargo, están densamente pobladas por quienes no gozan de la jerarquía de los sujetos, pero cuya condición de vivir bajo el signo de lo "invivible" es necesaria para circunscribir la esfera de los sujetos" (Butler; 2008; 19 - 20). Si bien Butler reflexiona en profundidad hasta la constitución misma del sujeto, sin llegar a avanzar tan profundamente en su análisis, podemos tomar parte de este para indagar, como se viene haciendo en el presente trabajo, en las prácticas en Facebook. Dentro de esta red social la abyección demarca quizás más ajustadamente, ya que, además de responder a modelos hegemónicos, las representaciones responden a modelos aspiracionales casi ideales, con lo cual el corpus de imágenes no publicables resulta inmenso. Toda aquella imagen que muestre a la persona en ridículo, o simplemente no cumpla con lo que se desea como imagen digna de ser mostrada, quedará afuera de FCBK, con lo cual, la restricción para las imágenes, será mucho mayor y los cuerpos que no aplican como tales en ese contexto, serán muchos más.

Conclusiones

Vuelvo en esta instancia a Kimmel y el modelo de masculinidad hegemónica que describe a partir de su análisis genealógico en Estados Unidos. Kimmel encontró "una masculinidad cada vez más ansiosa, que requería de constantes demostraciones y pruebas tangibles de éxito expresado en la adquisición de bienes (...) estimulada por la ideología de la movilidad social ascendente, ya que si la persona podía ascender al tope máximo de sus propias capacidades en Estados Unidos, también podía caer, sin red de seguridad, sin poder culpar a nadie del fracaso excepto a sí mismo. Esta definición de masculinidad era esencialmente inestable y requería ser demostrada en forma constante, quedando siempre expuesta al fracaso" (Kimmel; 1998; 214).

A través del análisis realizado en este trabajo, pienso que en cierta forma Facebook constituye para sus usuarios la oportunidad de renovar diariamente el plazo fijo con el éxito individual que la sociedad contemporánea demanda, a un bajo costo: Internet más el tiempo que supone armar el propio perfil con la información pertinente: educación, datos personales y laborales; seleccionar y subir las fotos, videos, enlaces... De todos modos, encontramos en Facebook "las pequeñas tácticas del hábitat" (Foucault; 1980; 149), que hacen posible la creatividad a través del uso de las herramientas que proveen las nuevas tecnologías infocomunicacionales. Los usuarios, si bien dentro de unos límites descritos al comienzo de este trabajo, en cierta forma poseen la libertad de crear una personalidad mucho más atractiva, intelectual, seductora, divertida, vinculada a las aspiraciones

particulares, que la quizás realmente se porta fuera de Facebook, obteniendo algún tipo de beneficio como resultado. Estas “creaciones individuales” van a constituirse sobre todo en el soporte fotográfico, donde aparecerán sólo aquellos cuerpos que importan, en términos de Butler, podríamos agregar, vinculados a las “grandes estrategias de la geopolítica” (Foucault; 1980; 149) al permitir la circularidad y reproducción *invisible*, en términos de Kimmel, de modelos hegemónicos relacionados a valores vinculados con la heterosexualidad y al poder que de ella se deriva.

Bibliografía

- Albornoz, María Belén. “Cibercultura y las nuevas nociones de privacidad”. En: *Nómadas*, No. 28. Universidad Central – Colombia. 2008.
- Bourdieu, Pierre y Wacquant, Loic. Una invitación a la sociología reflexiva. Siglo Veintiuno Editores. Buenos Aires. 2005
- Boyd, d. m., & Ellison, N. B. Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), article 11. 2007
<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>
- Butler, Judith. Cuerpos que importan. Sobre los límites materiales y discursivos del “sexo”. Paidós. Buenos Aires 2008.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12 (4), article 1. 2007.
<http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html>
- Kimmel, Michael. El desarrollo (de género) del subdesarrollo (de género). La producción simultánea de masculinidades hegemónicas y dependientes en Europa y Estados Unidos. En “*Masculinidades y equidad de género en America Latina*”. Teresa Valdés, José Olavarría (eds.). Flacso Chile. 1998.
- Urresti, Marcelo. Ciberculturas juveniles. Los jóvenes sus prácticas y sus representaciones en la era de Internet. La Crujía. Buenos Aires. 2008

CAROLINA EMILIA DI PRÓSPERO

Es comunicóloga graduada en la Universidad de Buenos Aires. Actualmente es maestranda en Antropología Social en la Flacso, realiza su tesis de Maestría sobre *Tecnologías Infocomunicacionales y reconfiguraciones de los espacios de significación en la vida cotidiana. Usos de redes sociales en jóvenes del AMBA*. Integra el proyecto UBACyT S443 *TIC, rutinas periodísticas y demandas de información. Entre los efectos de agenda y la construcción de ciudadanía*, en el cual es responsable del análisis cualitativo / etnográfico de la investigación, indagando la percepción que los propios periodistas profesionales tienen sobre sus rutinas productivas, y su futuro, en la nueva coyuntura que brindan las TIC. Los resultados de la investigación serán publicados próximamente.