

LA ENCRUCIJADA DIGITAL, LA DISPUTA POR LO ÍNTIMO EN LAS PRÁCTICAS
DE SOCIALIZACIÓN

YOJAN MOLINA BEDOYA

Trabajo de grado para optar al título de psicólogo

UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS
PSICOLOGÍA.

2020

LA ENCRUCIJADA DIGITAL, LA DISPUTA POR LO ÍNTIMO EN LAS PRÁCTICAS
DE SOCIALIZACIÓN

YOJAN MOLINA BEDOYA

Trabajo de grado para optar al título de psicólogo

Asesor

DAGOBERTO BARRERA VALENCIA

Psicólogo

Magister en psicología

UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS

PSICOLOGÍA.

2020

TABLA DE CONTENIDO

Agradecimientos-----	5
Resumen -----	6
Introducción -----	8
1. Planteamiento del problema -----	10
1.1 Antecedentes investigativos-----	13
1.1.1. Objetivos -----	14
1.2 Justificación -----	15
2. Marco conceptual -----	17
2.1 La noción de intimidad -----	17
2.2 La red social digital -----	21
3. Metodología -----	27
3.1 Tipo de investigación: cualitativa -----	27
3.2 Método -----	27
3.3 Instrumentos de producción de la información -----	28
3.4 Unidad de observación-----	29
3.5 Unidades de análisis-----	29
3.6 Participantes-----	29
3.7 Plan de recolección-----	30
3.8 Plan de análisis-----	30
3.8.1 Transcripción -----	30
3.8.2 Codificación-----	31
3.8.3 Construcción de categorías-----	31
3.8.4 Análisis e interpretación-----	31
3.9. consideraciones éticas-----	33
4. Hallazgos -----	34
4.1 Proceso de ingreso -----	34
4.1.1 Motivadores. -----	34
4.1.2 Historicidad de los medios analógicos-----	44
4.2 Intimidad y otros resguardos -----	48

4.2.1 Secreto -----	48
4.2.2 Privacidad-----	49
4.2.3 Intimidad-----	53
4.3 Del vínculo y el mercado, lo que se elimina y el desenlace-----	62
4.3.1 Vinculación-----	63
4.3.2 Mercantilización-----	65
4.3.3 Noción de eliminación -----	68
4.3.4 Desenlace-----	70
5. Discusión-----	75
Referencias-----	80
Anexos-----	85

Agradecimientos

A todos los participantes, por brindarme sus historias, sus vivencias y anécdotas; gracias por su disposición y apertura. Este trabajo no hubiera sido posible sin sus relatos.

A Dagoberto Barrera, por su paciencia y generosidad al poner en marcha mi pensamiento y señalar los errores. Muchas gracias.

Resumen

Las innovaciones tecnológicas han acelerado en las últimas décadas la interconexión social, al mismo tiempo, esta aceleración de innovación es incentivada por el marco económico dominante que ubica las interacciones sociales en el centro de las relaciones económicas. Entre las diversas estrategias de inserción a las redes sociales digitales se utilizan las exigencias académicas, laborales y sociales; que socavan la corporalidad de las interacciones, el trasfondo emocional, la unidad de la personalidad y la capacidad de reflexión ante las prácticas de sociabilidad contemporáneas.

Concretamente este trabajo describe el significado construido por adultos de la ciudad de Medellín (Colombia), sobre la intimidad y su relación con las prácticas de sociabilidad en redes digitales. Este trabajo toma como punto de partida la propuesta teórica de Sibilia (2008), quien menciona que el individuo es incentivado a exponerse en los espacios públicos o como se observa actualmente en el espacio digital. Dicha correspondencia ya se localizaba en el siglo XX al referirse al sujeto globalizado y el discurso sobre la afirmación emocional; dando como resultado las bases para que se geste un proceso afirmativo en la esfera pública, donde luego pudiera darse bajo una lógica de consumo (Illouz, 2007), y optimización del contenido para la transparencia e influencia a nivel psicológico (Han, 2014b).

Este trabajo contó con un muestreo intencional donde participaron ocho informantes, dos de ellos hicieron parte de las primeras exploraciones y ajustes de la guía de entrevista, mientras que los otros seis, fueron la población base de acuerdo a los criterios de inclusión. En cuanto a la metodología, fue utilizada la propuesta cualitativa, que se soporta en la entrevista semiestructurada; la documentación de estas entrevistas fue registrada en audio, transcrita y analizada por medio del programa Atlas.ti.

Los resultados sugieren la susceptibilidad de las redes sociales digitales para alinearse con intereses mercantiles y expositivos de la subjetividad, en parte explicado por la insaciabilidad sobre el consumo, y por otra, por la huida ante una profunda crisis de vacío, que implica incertidumbre, auto explotación y encuentros efímeros, teniendo efectos en su sociabilidad.

Palabras Clave: Red social digital, Intimidad, Mercado, Neoliberalismo, Prácticas de socialización.

Abstract

Technological innovations accelerated social interconnection in recent decades, at the same time, this acceleration of innovation is encouraged by the dominant economic framework that places social interactions at the center of economic relations. Among the various strategies for insertion into digital social networks, academic, occupational and social requirements are used; that undermined the corporality of the interactions, the emotional background, the unity of the personality and the capacity for reflection in the field of contemporary sociability practices.

Specifically, this work describes the meaning built by adults in Medellín (Colombia), about privacy and its relationship with the practices of sociability in digital networks. This work takes as its starting point the theoretical proposal of Sibilia (2008), who mentions that the individual is motivated to exhibit oneself in public spaces or as currently observed in the digital space. This correspondence was already located in the twentieth century when referring to the globalized subject and the discourse on emotional affirmation; resulting in the basis for an affirmative process to be managed in the public sphere, where it could later occur under a logic of consumption (Illouz, 2007), and content optimization for transparency and influence at the psychological level (Han, 2014b).

This work had an international teacher where 8 informants participated, two of them made the first explorations and adjustments of the interview guide, while the other six were the base population according to the inclusion criteria. Regarding the methodology, the qualitative proposal was used, which is supported in the semi-structured interview, the documentation of these interviews was recorded in audio, transcribed and analyzed through the Atlas.ti program.

The results suggest the susceptibility of digital social networks to align with commercial and exhibition interests of subjectivity, partly explained by the insatiability of consumption, and on the other, by the escape from a deep crisis of emptiness, which implies uncertainty, self exploitation and ephemeral meetings, having effects on their sociability.

Keywords: Digital social network, Privacy, Market, Neoliberalism, Socialization practices.

Introducción

El propósito de este trabajo fue describir el significado construido sobre a la intimidad y su relación con las prácticas de sociabilidad en redes digitales. El planteamiento inicial surge, del interés personal del investigador sobre el tema de las redes sociales, y la búsqueda de antecedentes que permitieron evidenciar, una ausencia de literatura académica que explorara la noción de intimidad y, menos aún, de una articulación con las experiencias de sociabilidad que pueden aparecer en inmigrantes digitales.

El trabajo pretendió, en primera estancia, examinar la noción de práctica del uso de la red social digital a partir de diferentes referentes teóricos. En esa exploración, se destaca la propuesta de Eva Illouz (2007), quien propone como principal antecedente los cambios económicos y de afirmación emocional puestos en marcha a partir del siglo XX, como la matriz que incentivó a partir de la globalización, la afirmación de la esfera pública y todos sus datos al servicio del consumo. Este trabajo también es deudor de los aportes de Sibilia, en relación a la noción del espectáculo (2008), y de la obra de Byung-chul Han en relación al neoliberalismo y la influencia sobre el individuo ejercida a partir de una psicopolítica. (2014a, 2014b, 2014c, 2014d).

Respecto al diseño metodológico, se utilizó la entrevista semiestructurada, como técnica de recolección de la información, con la finalidad de explorar las percepciones sobre las relaciones construidas en la red y de qué manera se construye la noción de intimidad al utilizar las herramientas digitales. El análisis de la información se apoyó en los referentes teóricos antes mencionados, además de otros antecedentes investigativos que se preguntan sobre esta temática. En el contexto local no se encontró ningún trabajo que articulara los temas propuestos en la presente investigación.

El objetivo general de la investigación era comprender el significado que los adultos otorgan a la intimidad y su relación con las prácticas de sociabilidad al hacer uso de las redes sociales digitales, No obstante, como ocurre en algunas investigaciones cualitativas, hay temas emergentes que no estaban considerados, pero que por su importancia deben ser

integrados al análisis. En este trabajo se explora la incidencia de las construcciones morales previas al uso de la red y cómo estas influyen en el comportamiento dentro de la misma; a su vez permite dar lugar a la diferenciación entre aspectos como el secreto, lo privado y lo íntimo, en un entorno captado por un sistema económico que tiene sus propias necesidades y demandas sobre los sujetos.

A partir de algunos de los hallazgos, se sugiere la influencia que tiene la práctica de libre mercado sobre la subjetividad, la sociabilidad y utilización de la red por parte de los usuarios. En este sentido es importante aclarar que la utilización de la red no es problemática a priori, lo llamativo sucede cuando ésta se alinea con intereses mercantiles y expositivos de la subjetividad, lo que retroalimenta la dinámica económica cuando se convierte la vida pública y privada en datos optimizados al alcance del consumo. Sobre este tipo de escenarios, los participantes expresan que dada la naturaleza digital no hay una corporalidad que le de solidez al otro que está en la red, al igual que tampoco existe un reconocimiento sobre lo moral y lo sentimental, dando como resultado una percepción de irrealidad o decadencia a lo que allí se manifiesta.

1. Planteamiento del problema

Competencia, mercancía e individualización son características propias de un concepto al cual se suscriben y le dan vida a una forma contemporánea de gobierno (Calvento, 2006), dicha invención nacida bajo la forma económica del capitalismo entra en juego bajo la matriz neoliberal que rige actualmente gran parte del mundo occidental.

El neoliberalismo como sustentación de una propuesta sobre la vida, en tanto conducción de la misma, influye no solamente en el comportamiento económico del sujeto, sino en cómo este se relaciona con los otros y forma a su vez una representación de sí. En este sentido, el mando que propone el neoliberalismo hace énfasis en la administración de todas las esferas o ámbitos en los que se mueven los sujetos, a tal nivel de individualización que se pueda llegar a un razonamiento de gobierno molecular. En relación a la propensión de individualidad en occidente, es esperable e incluso deseable en algunos sectores que el sujeto piense su subjetividad en términos de empresa y actúe como tal (Briales, 2017). El neoliberalismo se conceptualiza como una racionalidad de gobierno y una forma de vida, para Laval., y Dardot (2014) esto es definido como el conjunto de discursos y prácticas, de los dispositivos que determinan un nuevo modo de gobierno de los hombres según el principio universal de la competencia.

El escenario contemporáneo es articulado a través de un diagrama de poder descentralizado, promovido por procesos heterogéneos donde las identidades disidentes o transgresoras pasan a devenir en sujetos de interés bajo una óptica mercantil (Martinez Guzmán, 2016). La ideología neoliberal enfatiza en el derecho a elegir individualmente labrando en su propia economía la creación de una ilusión de posibilidad (Herzfield, 2012; Castillo, 2015). Para Rubio (2016), la configuración y su modelo normativo pretende elevar el análisis del tipo de subjetividad al correlato de un tipo de racionalidad expresada en la forma de sujeto “empresario de sí mismo”, asumiendo de esta manera el consumo como elemento central a nivel individual y colectivo.

En relación a la concepción económica actual sobre las formas de gobernanza del individuo, es necesario preguntarse sobre qué asuntos ha ejercido efecto en especial, para ello se propone analizar la subjetividad a partir de la noción de intimidad, cómo esta es entendida y de qué manera

puede verse inmiscuida en lógicas de consumo. En este sentido, la murmuración mediática y la divulgación de información privada se ha convertido en el motor principal de las empresas de comunicaciones, así como el aumento de su auge con el desarrollo tecnológico de la industria, acordando la administración en ventas, la espectacularidad, la relativización de límites entre lo público y lo privado, además de una determinada manera de gestión de las emociones, pensamientos y preferencias (Trejo Delarbre, 2015). La complejización de este escenario ha permitido mantener la disputa entre el carácter público y privado en la era digital que propende formas emergentes en la construcción de identidad.

El material encontrado, señala la conexión entre la noción del sujeto globalizado y la comunicación digital, puesto que, este último aboca por la publicación de contenidos altamente emocionales en una cultura indiferente de si pertenece a lo privado o lo público, dicho indiferenciación se liga a su vez, con su utilización para intereses económicos y discursos políticos. La forma narrativa establecida en Estados Unidos a partir del siglo XX con la construcción de una relatoría optimista, la incursión de la sexualidad libre como factor vital y el capital humano en el contexto empresarial, establecieron las bases necesarias para que se diera un proceso de afirmación emocional en la esfera pública, que, posteriormente pueda ser puesto al servicio de una forma de consumo (Illous, 2007). A partir de aquí, el concepto de privacidad e intimidad sufren una serie de transformaciones en la sociedad de la información y el espectáculo, Sibilia (2008) señala que se incentiva al individuo a exponerse en los espacios públicos, o en su defecto, a mostrarse públicamente en un espacio digital donde la lógica costo-beneficio no permite otorgarse un espacio para la autoreflexión; finalizando no en el establecimiento de nuevos espacios de comunicación sino en el desdibujamiento de la distancia originaria entre los sujetos y en la falta de la misma en la sociedad actual (Han, 2014a).

Han, expone sobre cómo la comunicación en el marco de la sociedad contemporánea está abocada al esquema de transparencia e iluminación que recae sobre el sujeto, dando como resultado su orientación a un marco total de exhibición. En este sentido, se crea una forma de violencia, en la cual, el contenido expresado es transformado en algo simplificado y digerible, puesto al servicio de una sociedad dispuesta a su consumo; Además, crea las condiciones necesarias para una sociedad optimizadora del contenido en donde a mayor grado de exposición e hipercomunicación más

apetecido es (2014b). Resulta importante señalar que para Han, la discusión sobre la libertad y la autonomía a quedado relegada a la entrega voluntaria que se hace de la misma a la mirada panóptica elaborada por una sociedad uniforme.

Por otro lado, es importante enfatizar el surgimiento de las redes sociales digitales como posibilitadora de una serie de escenarios novedosos y no previstos. En el caso de las identidades juveniles, la utilización y apropiación tecnológica, se utiliza tanto para afirmar sus pactos con la sociedad de consumo, como para marcar sus diferencias y críticas; al igual de la repercusión sobre la estructura social en una serie de dimensiones que abarcan el modelo de producción, intercambio, marketing y comunicación política (Alonso González, 2016; Robles, 2014; Uribe Saavedra., Rialp Criado., y Llonch Andreu. 2013).

La plataforma Facebook ha sido una de las principales participes en el cambio de las relaciones e interacciones comunicativas al momento de efectuarlas, es por esto por lo que ha emergido la imagen digital como una manera de ampliación del alcance expositivo sobre sí, vinculada con frecuencia al consumo, el mercado y a la apropiación social como procesos de subjetivación (Garrido, 2015). Asimismo, Suarez (2014), afirma que esta modalidad podría dar lugar a pensar en una práctica genérica, un híbrido entre el blog biográfico y el diario personal o íntimo. Vargas Franco (2016), lo nombra como formas en que se construyen identidades fluidas, fragmentarias y diversas que dan cuenta de quiénes son y qué desearían ser, es decir, cómo desean presentarse ante los demás, cómo desean ser vistos y valorados como sujetos y cómo se resisten a ser considerados como piezas intercambiables de un rompecabezas cultural hegemónico.

Producto de esta dinámica aparece el contagio viral de emociones que se despliega entre las redes digitales, y que es promovido a través de la creación de ambientes afectivos que apelan a la emoción y que estimulan la reacción inmediata, dicha interactividad de las redes se hace posible gracias a la capacidad de circulación de esos afectos que ellas propician (Condorelli., y Gambetta. 2016). Esto iría en relación con lo que Villanueva (2014), denomina el momento de la “realidad híbrida”, mediante la cual se rediseñan los espacios de interacción digital para incluir elementos propios de la realidad *offline*. Esto es un entendimiento efímero de las interacciones y un intento por texturizar el mundo físico con elementos digitales.

El alcance de las tecnologías digitales es una puesta en escena sobre la competencia por la conquista del espectador, ya sea bajo la creación de contenido, la selección de temas o la difusión pública de lo que desde lo privado les merece interés, siendo ahora los nuevos periodistas (Túñez López., García., y Guevara Castillo. 2011). También pone a prueba la cohesión social, ya que no es suficiente una gran cantidad de actores en un mismo espacio, se necesita entonces una distribución efectiva tanto a nivel global, como de forma local, siendo elementos centrales en la constitución de una agencialidad colectiva (Ojeda Copa. 2016). La misma diseminación de la forma clásica de comunicación, ya no es posible sostenerla bajo las partes: emisor- receptor-mensaje-canal, puesto que las nuevas tecnologías obligan a sentir y pensar como seres en el mundo virtual, en consecuencia, es posible plantearse una onto-teleología donde la civilización paso a un Homo Sapiens Sapiens concebido “in-digito”: el *Homo Googlens* (Agudelo Sánchez. 2014).

En Colombia, se adelantan proyectos como el de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), que han aportado en la recuperación del tejido social y el desarrollo de comunidades rurales de veredas y corregimientos con poco acceso a recursos informáticos y de conectividad. Para esto, los “Kioscos Vive Digital”, se constituyen como una estrategia de acceso a la conectividad en función de la recuperación de las comunidades a través de la interacción en un escenario virtual probado propositivamente por la Psicología social y las neurociencias, que beneficia la consolidación de redes sociales y el acceso a la información como eje central para el equilibrio y la inclusión social. Esta estrategia ha sido implementada exitosamente en Suramérica, contribuyendo al desarrollo de procesos de inclusión social a partir del acceso de las comunidades, a la educación virtual y a las redes sociales como mecanismos de conectividad, que favorecen referentes identitarios y que proveen el desarrollo social con equidad (Builes Beltrán. 2016).

En razón de lo expuesto, se requiere un análisis más detenido en asuntos clave dentro de lo que implica la relación entre la red social digital y cómo el sujeto actual se ve abocado a reconfigurar la forma de implicarse con la vida incluso desde su privacidad. Este estudio se presenta con el ánimo indagar sobre el significado que los adultos otorgan a la intimidad y su relación con las prácticas de sociabilidad al hacer uso de las redes sociales digitales.

1.1 Antecedentes de investigación

Los resultados de la búsqueda de antecedentes enfatizan en la construcción de sí en el entorno digital; estas investigaciones, se acercan a una caracterización del ciudadano contemporáneo que se encuentra inmerso en la dinámica neoliberal la cual atraviesa, al igual que la virtualidad, sus vivencias.

Del contexto Colombiano, se destaca el trabajo de Martínez Guzmán (2016), el cual indaga por las formas en que distintas identidades no normativas —especialmente en el contexto mediático— entran en relación con una racionalidad neoliberal de gobierno de la conducta. De manera particular, propone mostrar la consonancia entre determinadas formas de construcción mediática de estas identidades y la noción del sujeto como ‘empresario de sí’, presente en los discursos psicológicos contemporáneos. Para esta investigación se utilizó el análisis del discurso en el caso de un reportaje de prensa titulado “Las nuevas categorías sexuales”. Como resultado, se encontraron algunas tensiones y dilemas existentes en los proyectos políticos de resistencia y disidencia en el contexto neoliberal contemporáneo.

Por otra parte, Uribe Saavedra et al. (2013), indagó sobre el impacto del uso de las redes sociales digitales como herramienta de marketing en el desempeño de las empresas. Puntualmente se examinó dicho impacto con datos de empresas españolas, mediante ecuaciones estructurales aplicadas a un multigrupo que buscó determinar si la intensidad de uso de estas redes en el marketing modera la relación entre orientación al mercado y orientación emprendedora, y cuál es el impacto en su desempeño; en relación a la orientación al mercado se aplicó una adaptación de la escala MKTOR, desarrollada por Narver y Slater (1990), que consta de tres sub-escalas que reflejan los componentes comportamentales de la orientación al cliente y al competidor así como la coordinación interfuncional. Para la orientación emprendedora se utilizó la escala desarrollada por Covin y Slevin (1989) que refleja la innovación en la empresa, la proactividad y la asunción de riesgos.

Los resultados muestran que dicha relación entre la orientación al mercado y la orientación emprendedora es más fuerte bajo una intensidad media de uso de las RSD como herramienta de

marketing que en una intensidad alta. Lo anterior sugiere que el uso del social media marketing puede mejorar la relación entre estas dos orientaciones estratégicas, pero sólo hasta cierto punto. Un uso más intensivo de marketing en RSD no necesariamente mejora la relación mencionada.

Otra de las conclusiones del estudio fue que no hay evidencia para apoyar el hecho que una mayor intensidad en el uso de las RSD como herramienta de marketing modere la relación entre la orientación emprendedora y el desempeño. Probablemente no es suficiente con que una empresa sea innovadora, proactiva y que tome riesgos mediante el uso de las RSD para influir en el desempeño empresarial.

Román García., Almansa Martínez., y Cruz Díaz (2016), llevaron a cabo una investigación titulada “Adultos y mayores frente a las TIC. La competencia mediática de los inmigrantes digitales”, en la que compararon el nivel de competencia mediática, respecto a seis dimensiones establecidas, en dos grupos poblacionales, adultos (18-55 años) y mayores (+55 años), en los que participaron 714 individuos de las ocho provincias de la Comunidad Autónoma de Andalucía (España). Se utilizaron como instrumentos dos cuestionarios independientes, dirigidos ambas poblaciones. Los resultados destacaron las necesidades y demandas de ambos grupos en tecnología, lectura crítica y producción audiovisual. Se advierte además que, en los mayores de 55 años, existe una relación directa entre el nivel de ingresos y de competencia mediática; esta última disminuye significativamente con la edad.

Otra de las investigaciones realizada por González Barrientos (2017), explora las formas contemporáneas de lazo social y de producción de subjetividad, analizadas a partir de las relaciones amorosas. Como metodología de estudio, se realizó un análisis temático del contenido de cinco entrevistas en profundidad a jóvenes universitarios entre 19 y 22 años, con el objetivo de conocer las significaciones atribuidas al uso de las redes sociales digitales, en las distintas fases de una relación amorosa: inicio, mantención y ruptura. Los resultados enfatizaron sobre la importancia central de internet en la cotidianidad de la vivencia amorosa, y la aparición de dos elementos transversales a las distintas fases de una relación, como son la omnipresencia del otro y la vigilancia virtual de la pareja. Este autor argumenta que estos elementos corresponden a manifestaciones

contemporáneas que se caracterizan por alimentar la insatisfacción permanente, y el estar “todo permitido”, frase coloquial que alienta a traspasar cualquier límite de la privacidad propia y ajena.

Por otro lado, Garrido (2015) en un artículo titulado “de redes sociales en internet: ¿Más allá de la espectacularización de la vida cotidiana?”, a través de un análisis teórico presenta algunas hipótesis para indagar de qué modo, a partir de la apropiación social de las imágenes digitalizadas, se producen transformaciones en aspectos centrales de la comunicabilidad humana; puesto que la imagen digital hace las veces de registro de los más diversos aspectos de la vida cotidiana donde lo simbólico y lo imaginario funcionan sobre la base de significados compartidos, ahora de manera instantánea.

Del mismo modo, indaga acerca de las formas específicas de registro de la experiencia vivida a través de la producción compartida de imágenes digitales, por medio del uso de las TIC en el caso específico de los sitios de redes sociales en Internet. Este trabajo, concluye señalando que las relaciones sociales mediatizadas a través de imágenes digitales podrían acentuar fenómenos tales como la espectacularización de la experiencia y la vinculación al consumo.

Otro de los estudios, el cual aborda la inmersión digital a partir del contexto educativo fue el elaborado por Túñez López. (2012), quien realizó un acercamiento al fenómeno de los contenidos docentes en el espacio digital, dada la importancia que han adquirido las redes sociales, donde se alteran los flujos de comunicación, movilidad del mensaje y los espacios de relación. Como metodología se revisó la experiencia académica y de investigación que supuso usar una página de Facebook como escenario de docencia, bajo el uso de tres técnicas.

La primera consistió en una simulación de la técnica de observación participante en la que se hizo seguimiento de la actividad registrada prestando atención al tiempo de vigencia de los contenidos, niveles de participación, días y horas de mayor actividad, y la aceptación y participación en propuestas alternativas a las publicaciones en el muro. La segunda de las técnicas, consistió en el análisis de los datos de actividad a través de las estadísticas de audiencia que ofreció Facebook y una plantilla propia de seguimiento y control de la actividad del alumno basada en cuatro niveles de proactividad: a) máxima: aporta contenidos, comenta y evalúa; b) explícita: comenta y evalúa; c)

consentida o implícita: solo evalúa con «me gusta»; y d) pasiva: solo visita. La tercera técnica fue un cuestionario estructurado para medir los niveles de satisfacción del alumnado y sus impresiones sobre el uso de entornos de relación interpersonal (redes sociales) y para actividades de corte profesional (docencia).

Los resultados señalan un aumento del porcentaje de alumnos que voluntariamente usaron Facebook para reforzar su aprendizaje, en comparación al número de alumnos que asistían a las clases presenciales con regularidad. Aunque el nivel de aprobados subió del 68,51% de alumnos al 83,15%, esta experiencia no es concluyente para asumir que la experiencia docente con Facebook garantice una mayor asimilación de contenidos por el alumno. Cabe agregar que para este autor la estructura de la plataforma Facebook en la docencia solo puede plantearse como y un espacio suplementario donde se fomente una actitud participativa del alumno en la asignatura, en la docencia presencial y en las relaciones con compañeros y profesores.

Por último, es importante aclarar que la mayoría de estas referencias de investigación fueron realizadas en otros contextos, lo que debe ser tenido en cuenta, en tanto las condiciones económicas, sociales y culturales donde se realizaron estos trabajos al ser distintas impide que los hallazgos puedan ser transpolados en forma literal al contexto local.

1.2 Objetivos

Objetivo general

Comprender el significado que los adultos otorgan a la intimidad y su relación con las prácticas de sociabilidad al hacer uso de las redes sociales digitales.

Objetivos específicos

- Describir el proceso sobre el uso de las redes sociales digitales.
- Analizar el significado atribuido a la intimidad que realizan los adultos al hacer uso de las redes sociales digitales.
- Comprender a partir de las narraciones individuales, el significado que los adultos dan a las relaciones sociales que construyen en la red.

1.3 Justificación

El interés en esta investigación radica en la relevancia que ha ganado en los últimos años la figura emergente de las redes sociales gracias a la revolución tecnológica de las últimas décadas y la apropiación social sobre la utilización de medios virtuales para la interacción. En ese sentido, cobra importancia en el campo de la psicología este trabajo, puesto que, permite entender los efectos (sociales, personales, económicos, etc.) de algunas prácticas vivenciadas por la población adulta en su cotidianidad al interactuar en las redes sociales digitales. Igualmente, el acercamiento a este fenómeno ayuda a comprender, en alguna medida, la marginalidad en nuestro contexto a la noción de intimidad, que se sitúa por fuera del discurso tradicional sobre el manejo y flujo de información.

Este trabajo pretende acercarse así mismo al proceso por medio del cual los adultos construyen su identidad, desde un proceso de autoconocimiento inicial, pasando por el significado de lo que entienden por intimidad, y, finalmente, de qué manera es puesto en juego en la interacción virtual.

Las redes sociales digitales al ser entendidas como puente de socialización, se liga a su vez con aspectos culturales que determinan la manera en la que las sociedades construyen imágenes del otro y de sí mismas, con consecuencias políticas, sociales y subjetivas para las colectividades y los individuos que las utilizan.

Por otro lado, resulta necesario para la formación crítica, investigar sobre aspectos relevantes como el que se vive en la actualidad bajo el sistema económico y de sociedad particular, ya que provee un panorama ampliado en la elaboración de análisis, trabajo previo para el entendimiento y formulación de estrategias de intervención, o perspectivas diferenciadas para pensar académicamente sobre este fenómeno. Además de encontrar pocos trabajos que se interesen por la perspectiva de la intimidad que al mismo tiempo estén apoyados en una posición distinta a la perspectiva del manejo en el flujo de información.

Por lo anterior, puede ser innovador un trabajo de estas características que aporte un mayor conocimiento respecto a las experiencias sobre el uso de las redes sociales digitales y generar, a largo plazo, procesos que generen un mayor reconocimiento hacia este fenómeno.

2 Marco conceptual

2.1 La noción de intimidad

La división convencional entre una esfera pública no emocional y una esfera privada saturada de emociones proviene de la herencia del periodo victoriano, al igual que una administración estratégica de las emociones; esta división adicionaba una clara diferenciación entre los sexos y roles que estos podrían ejercer. No obstante, Illouz (2007) sitúa que durante el siglo XX se inició el proceso de disolución de esta diferenciación entre la esfera pública y la privada, en parte, explicado por la indagación de la mujer como objeto de la sexualidad y sujeto de derecho, y la incursión del lenguaje terapéutico en la cultura popular capitalista

Eva Illouz (2007), afirma que la hibridación de los roles entre hombres y mujeres bajo prácticas igualitarias, junto con la adjudicación de disposiciones emocionales de ambos sexos en la esfera privada, -impulsado en buena medida por la psicología- ha llevado a que el mercado funde una nueva manera a la hora de establecer cultura, en sus palabras:

Los repertorios culturales basados en el mercado configuran e informan las relaciones emocionales e interpersonales, mientras que las relaciones interpersonales se encuentran en el epicentro de las relaciones económicas. Más exactamente, los repertorios del mercado se entrelazaron con el lenguaje de la psicología y, combinados, proporcionaron nuevas técnicas y sentidos para forjar nuevas formas de sociabilidad (p. 20).

Las nuevas pautas de igualdad influían en las definiciones de intimidad, en tanto el entrelazamiento de terapia y feminismo, iniciaban un proceso de racionalización de las relaciones íntimas; lo que tal vez tenga más importancia era que compartían la idea y la práctica de convertir la experiencia privada en discurso público. Este proceso de racionalización se ilustra de manera más clara en la dinámica familiar del periodo victoriano, puesto que, el matrimonio de dicha época se dedicaba a la transmisión de valores morales y

el mantenimiento del orden social. Tales prescripciones morales eran a su vez representadas a través de identidades marcadas por el género al momento de satisfacer las definiciones de “masculinidad” o “feminidad” que implicaba desplegar la competencia moral relacionada con estos roles dentro de la familia (Illouz, 2010). La felicidad del matrimonio victoriano no se basaba en que un hombre y una mujer hubieran realizado su yo auténtico en la intimidad compartida; los hombres y mujeres de aquella época tenían roles, identidades de género y esferas de acción diferentes las cuales cumplir.

El matrimonio y la intimidad desde la propuesta de Illouz (2010), fueron convertidas a partir del siglo XX en áreas de la vida social, al involucrarse simultáneamente los aspectos más profundos del yo y de la identidad, tensando repetidamente las expectativas, valores y modelos que regulaban dicha vida social. Estos cambios llevaron a que la familia pasara de ser una institución diseñada para criar a los hijos y asegurar la supervivencia económica basada en el sacrificio, a ser una institución para satisfacer las necesidades emocionales de sus integrantes. Dicho de otra manera, la familia se individualizó: “su legitimidad pasó a derivar no de su contribución al orden social sino de su contribución al bienestar de los individuos. En este proceso, las normas que se suponía gobernaban a la familia se tornaron menos claras, y más inciertas” (Illouz, 2010, p. 142).

Una vez que el matrimonio ya no era definido por un discurso moral sobre la virtud, su definición se tornó más abierta e incierta. Los psicólogos al incursionar sobre este campo sugirieron que dependía de los individuos lograr un buen matrimonio, por tanto, de ellos dependía la responsabilidad por su éxito o su fracaso. “Al hacer que el éxito o el fracaso dependieran de una constitución emocional adecuada, los psicólogos no solo cuestionaban los roles de género tradicionales, sino que también convocaban a las personas a centrarse en sí mismas como individuos y a refinar el arte de la individualidad emocional” (Illouz, 2010, p. 156). Unido al uso del lenguaje individualizante de la psicología, el discurso terapéutico ofrecía una narrativa poderosa de crecimiento y liberación, contribuyendo a convertir el yo privado en un constructo público, en la que las emociones y las necesidades privadas podían ser discutidas siguiendo normas de justicia y de igualdad.

Como plantea Illouz (2010), una de las razones por las cuales la intimidad se estaba convirtiendo en una relación social altamente compleja era que combinaba dos repertorios y diferentes modelos del yo. Por un lado, invocaba al yo verdadero, la autenticidad, el placer y la revelación del yo; por otro lado, utilizaba un vocabulario derivado de una comprensión utilitaria de la psicología humana y hablaba acerca de “derechos”, “necesidades” y “deseos” (p. 172). Ejemplo de ello es la sexualidad, que exigía una individualización de cada miembro de la pareja. “Alcanzar la verdadera intimidad significaba ser conscientes de las propias necesidades y hacer que una relación se adaptara a ellas” (p. 171).

Otro frente discursivo es propuesto por la vía del capitalismo, caracterizado por la lógica de intercambio en la relación económica que incide en el matiz de competencia. “La competencia profesional se definía en términos emocionales, por la capacidad de aceptar y establecer una relación de empatía con los demás. Esa capacidad emocional de establecer relaciones sociales se convirtió en sinónimo de competencia profesional” (Illouz, 2007, p. 56). Lo anterior llevó a que hombres y mujeres se concentrasen fuertemente en su vida emocional, a nivel familiar y laboral para ubicar de relieve el yo y sus relaciones con los demás.

En este sentido Illouz plantea que “La “comunicación” es entonces una tecnología de automanejo, que se basa en gran medida en el lenguaje y en el adecuado manejo de las emociones, pero con el objetivo de generar una coordinación inter e intraemocional” (2007, p. 50). Por otra parte, también la narrativa terapéutica convierte las emociones, en objetos públicos a ser expuestos, analizados y discutidos. El sujeto participa en la esfera pública a través de la construcción y la exposición de emociones “privadas”. (2007, p. 116). En síntesis, la maduración y la expansión del mercado de consumo, junto con la “revolución sexual” de la década de 1960, contribuyeron a aumentar la visibilidad y la autoridad de los psicólogos ya que las dos corrientes ideológicas y culturales, tenían en común el hecho de que hacían del yo, la sexualidad y la vida privada, elementos esenciales para la formación y la expresión de la identidad, dejando la vida íntima y las emociones puestos a convertirse en objetos mensurables y calculables, que pueden plasmarse en afirmaciones cuantitativas.

La intimidad como se había advertido al principio de este apartado es un concepto impreciso en su desarrollo, sin embargo, autores como Trejo Delarbre (2015) y Sibilia (2008), coinciden en que la exposición y la murmuración mediática de la vida privada se configura como una de las maneras a través de las cuales, en la época contemporánea las empresas comunicacionales administran de acuerdo con sus necesidades y aspiraciones la mercantilización de la información íntima con fines de venta de la espectacularidad.

El concepto de intimidad para Trejo Delarbre (2015) se refiere al fuero interno de las personas. Pensamientos, emociones, dudas, preferencias, aversiones, todo aquello que forma parte de nosotros y que en ocasiones es compartido con otros al enfatizar en las disposiciones más personales, sin embargo, no necesariamente aquello que se manifiesta y se expresa en público constituye algún elemento de la intimidad.

Tradicionalmente el espacio de la intimidad ha sido privado, siendo esto motivado tanto por decisión de los individuos como por convenciones sociales. Mantener la intimidad en privado era una forma de evitar colocarse en desventaja al exhibirse en demasía, una protección que formaba parte del sentido común. Con el advenimiento de la prensa industrial y más tarde de los medios audiovisuales, la develación de la privacidad se convirtió en un recurso para ganar notoriedad.

Hablar de exhibición de la intimidad implica reconocer que la utilización de las palabras público, privado e íntimo, hacen mención a situaciones que se encuentran en proceso de cambio, el show del yo está perdiendo su carga peyorativa y está ganando legitimidad moral (Sibilia, 2008). Las identidades individuales son puestas en construcción bajo una sociedad hiperconectada, en la que las tecnologías de la información y la comunicación trastornan la construcción de las personalidades y derivan en una exhibición constante.

Por otro lado, el empleo de perfiles psicológicos y presunciones como en Facebook o los sitios web de citas, anulan el cuerpo, lo que permitiría una expresión más completa del “yo auténtico” en el acto de subir un perfil en Internet; se convierte al yo privado en una representación pública. La cultura popular, que caracteriza a la era 2.0 se ve en serias

dificultades, ya que los productos populares son intrínsecamente contradictorios, ambiguos y arbitrarios; desde la óptica de Illouz (2007), esto funda el "capitalismo emocional", dimensión en la que los discursos emocionales y económicos se conforman mutuamente. Desde la óptica de Byung-chul Han, en su libro *La sociedad de la transparencia* (2014b), "la intimidad es la fórmula psicológica de la transparencia. Se cree conseguir la transparencia del alma por el hecho de revelar los sentimientos y emociones íntimos, desnudando así el alma" (p,68). Con lo anterior, la sociedad trabaja para eliminar toda máscara, proponiendo una desritualización y extirpando el carácter narrativo de la alteridad, exponiéndola de forma desnuda y uniformada para ser optimizada y consumida.

2.2 La red social digital.

La red social es entendida como la forma para el establecimiento de vías de sociabilidad, y vínculos entre individuos en pro de una causa común u objetivo particular. Sin embargo, la incursión de la red social digital junto con el amplio desarrollo tecnológico, ha permeado las formas de comprensión de la sociabilidad en sus diferentes matices; por tanto, debemos partir de una contextualización histórica seguida del énfasis que se ha dado en la utilización de la red social digital, siendo esta perspectiva posibilitadora del cuestionamiento de sus manifestaciones actuales.

Al realizar un rastreo por los precedentes a la época digital, se podría ubicar el origen de los usos de internet al momento de emplear por primera vez las terminales para comunicar computadoras por medio de líneas telefónicas en los años 40 (Cañedo Andalia, 2004). No es hasta la década de los 60, que se amplía considerablemente el acceso directo a las computadoras mediante líneas telefónicas. Para en el año 1962 surge el proyecto de Internet, producto del interés de los Estados Unidos por crear una red de militar capaz de soportar las comunicaciones bajo las condiciones de un ataque nuclear procedente de la entonces Unión Soviética.

En 1962, ARPA creó la Information Processing Techniques Office (IPTO), la cual tuvo una participación importante en el desarrollo de la computación interactiva y las redes.

Desde una perspectiva económica, la creación de redes generaría una mayor explotación de los recursos con un costo menor, sus objetivos principales fueron comunicar fácilmente resultados e información, compartir software, facilitar la comunicación entre los individuos.

El concepto de internet se relaciona con amplias y múltiples redes que conectan incontables redes locales, para Cañedo Andalia, (2004) esto se institucionalizó alrededor de 1983, cuando el protocolo que utiliza hoy Internet, el TCP/IP, sustituyó al protocolo Network Control Program (NCP). Para el año 1990 surgieron algunas corporaciones comerciales con proyectos para participar en Internet; se comprende internet como una red de redes de comunicación con alcance mundial que posibilita a sus usuarios el intercambio y el acceso universal a los recursos de información de manera sencilla e interactiva.

Por otro lado, desde la segunda mitad del siglo XX se había propuesto el discurso sobre el desarrollo, derivado de las directrices del presidente Harry Truman, que estaba orientado hacia el futuro de los países ubicados al sur del globo, buscando fundamentalmente crear las condiciones necesarias para reproducir en todo el mundo los rasgos característicos de las sociedades avanzadas. En buena medida la llegada de Internet a Colombia es una consecuencia tardía de este régimen de representación de la realidad. De ahí que tanto las interpretaciones políticas, cotidianas y académicas que se hacen de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), estén profundamente estructuradas alrededor de categorías del desarrollismo como “brecha digital”, “transferencia de tecnología”, “sociedad de la información”, “pobreza digital”, etc.

El campo de Internet en Colombia es un conjunto de relaciones sociales elaborado principalmente por el Estado y los mecanismos que puso en marcha para que distintos agentes concurrieran en una misma lógica de interacción. Sin embargo, el Estado colombiano no sólo hizo su aporte desde lo material, sino también en el ámbito simbólico, al producir un marco discursivo. De ahí la intención de averiguar por los contenidos específicos de la elaboración cultural de este artefacto tecnológico (Tamayo, Delgado, y Penagos, 2009).

Este conjunto de relaciones sociales al que los economistas se refieren en términos de oferta y demanda, en realidad se encuentra profundamente estructurado y construido socialmente por el Estado y por quienes están habilitados para imponer sus criterios por medio de él. De ahí que se haya producido, por un lado, el conjunto de los productores de Internet (oferta) y, por otro, el conjunto de consumidores de Internet (demanda). En este sentido, la creación y reestructuración de los dos principales agentes oficiales (el Ministerio de Comunicaciones y la Comisión de Regulación de Telecomunicaciones) encargados y autorizados para producir por medio de la regulación el campo de las telecomunicaciones a principios de la década de los noventa, no es una coincidencia. Así logró estructurarse todo el conjunto de relaciones, posiciones y actores que luego se disputarían su presencia dentro del campo.

La web ha transformado radicalmente la forma en la cual se comunican las personas. Las telecomunicaciones, la tecnología de las computadoras personales y la televisión convergen tanto a nivel de red como de aplicaciones. La tecnología y las aplicaciones de las computadoras personales cada vez soportan mejor el audio y video, mientras que la televisión es cada vez más interactiva. Las redes de telecomunicaciones y los servicios de radiodifusión progresan en la esfera de las aplicaciones multimedia interactivas (Tamayo, et al, 2009). Un aspecto clave para el rápido crecimiento de estos nuevos servicios y de las aplicaciones es la disminución del costo de las comunicaciones.

Se ha entrado a una nueva era cultural, la era del acceso instantáneo a cualquier lugar del mundo, en la que existe un margen de libertad para la comunicación y el flujo sin limitaciones de información, la era en que todas las culturas podrán enlazarse por medio de las computadoras para conformar una inteligencia colectiva que llevará a cambios fundamentales en las respuestas culturales, políticas y sociales de los pueblos.

La incidencia de la consolidación de redes sociales digitales, adquieren su carácter de valor justamente en su frecuencia y la creación de movimientos y contenido de onda larga (Alonso González, 2016), es habitual que surjan por iniciativa propia de los usuarios, siempre y cuando tengan interés en satisfacer alguna necesidad o compartir parte de su conocimiento

u opiniones con otros usuarios. En los escenarios virtuales este proceso se simplifica de manera notoria, a partir de las múltiples vías de publicación y difusión como lo son los foros, blogs, redes sociales o en las webs, haciendo público lo que desde lo privado les merece interés.

Para Gallini y Noiret (2011), las fuentes digitales suelen estar relacionados con los conocimientos individuales, que se confrontan con la verificación de la identidad y las experiencias de la vida en grupo. Una historia que se centra en las experiencias que a menudo permanecen en el campo de las memorias y los recuerdos. La Web le da una preponderancia a la "memoria", conjugada en primera persona, y a testimonios transmitidos directamente con la desventaja de no contar en repetidas oportunidades con el sentido crítico de su escritura, sin diferenciar las fuentes y sin contextualizarlas.

Al referirse a la adolescencia, Reguillo (2012), comenta que la tecnología es un marcador central en las identidades juveniles y un dispositivo que arma, forma, da sentido a su vida y a sus prácticas. En la primera década del siglo XXI, la tecnología ha mostrado ser su estrategia principal para encarar los desafíos que se les presentan. Las tecnologías en sus diferentes vertientes operan como conectores, prótesis, plataformas y experiencias cotidianas en la interacción con el mundo. Por otro lado, como advierte Garrido (2015), la imagen digital comienza a cobrar peso en una cultura cada vez más visual, en el marco de las transformaciones sociales de mayor alcance, que a su vez se ven significativamente vinculadas al consumo y al mercado, en torno a la apropiación social de imágenes digitales y al carácter que asumen en los procesos de subjetivación. En otras palabras, construyen identidades fluidas, fragmentarias, diversas que dan cuenta de quiénes son y qué desearían ser, es decir, cómo desean presentarse ante los demás, cómo desean ser vistos y valorados (Vargas Franco, 2016).

Los elementos que caracterizan y configuran la identidad son, entre otros, la pertenencia a un grupo, idiosincrasia y los vínculos que se establecen con los otros implicando a su vez el establecimiento de lazos de socialización. Con la aparición de las TIC las formas de relacionarse y socializarse cambian, generándose nuevos modos y redes de

socialización y por lo tanto de construcción de identidades. Ello implica que las personas, cuando consumen TIC, desarrollan de forma activa un proceso de lectura de su entorno buscando significados para interpretar dicho contexto; el consumo de TIC puede verse como un proceso continuo en el que la virtualidad constituye un aspecto más de lo personal, que se desarrollan en un *off-on-line* continuado (Gil Juárez, Vall lloverá y Feliu, 2010). Las implicaciones se reflejan, en cambios en la significación de las normas y formas de pensar, actuar y sentir, alrededor de la intimidad, las relaciones personales y sociales. Las TIC median a la vez que promueven la reconfiguración continua y constante de los procesos de subjetivación. Dado que hombres y mujeres han incorporado y asimilado la tecnología la vida diaria. Ello, modifica la interpretación de los procesos de subjetivación e identitarios subyacentes a las mismas, los cuales son susceptibles a ser releídos.

La construcción de la identidad no es lo único puesto en juego a partir del uso activo de las redes sociales, también lo es la manera en que se transmite y se construye el mensaje íntimo. La red *Facebook*, permite que el sujeto inscriba su acontecer como una ecografía de lo cotidiano. Esta modalidad podría dar a un híbrido entre el *blog* biográfico y el diario personal o íntimo. Hay que destacar que la configuración particular de las líneas de enunciación y de visibilidad específica de este tipo de dispositivo, determina un proceso de subjetivación donde se figura un otro omnipresente u *omniconectado* en el ciberespacio (Suarez, 2014). Desde el punto de vista de Han (2014b) la sociedad actual es caracterizada por volverse pornográfica, pues la completa iluminación de las acciones sociales -en un marco de total exhibición- muestra una desnudez sin forma y sin contenidos culturales. Por tal motivo, la transparencia ejerce una violencia simbólica, pues vacía de sentido todo acto, haciéndolo uniforme para el fácil procesamiento de una sociedad de consumo. Así, el capitalismo agudiza el proceso pornográfico en cuanto expone todo como mercancía y lo entrega a la hipervisibilidad. Aspirando a maximizar el valor de exposición.

Otro elemento a destacar es la insuficiencia de las redes sociales digitales frente a su accesibilidad y en segundo término frente al establecimiento de una red consistente. Para Alonso Gonzáles (2016), los medios sociales han conseguido que el mapa de las comunicaciones adquiera cada vez mayor extensión, complejidad y participación, generando

sociedades conectadas con el poder de compartir y acceder a la información. Ello ha provocado el surgimiento de nuevas metodologías capaces de recoger el sentir del ciudadano digital. No obstante, estas mediciones sociales todavía tienen un gran reto metodológico, debido a que, de momento son incapaces de sustituir a los tradicionales estudios de opinión, pues no trabajan con muestras representativas de la sociedad. Su principal limitación reside en que sólo registra las ideas de aquellos que se expresan de forma digital, dejando sin cuantificar la opinión de una parte importante de la población, casi de 60%, lo cual conduce a obtener opiniones segmentadas. Por último, Ojeda Copa (2016), afirma que en lo que refiere a una buena cohesión de un grupo social, es necesaria la coexistencia de espacios de interacción tanto en el espacio offline como online, puesto que, puede fomentar un sistema de comunicación más dinámico e interactivo, que impulse la propuesta y la respuesta en un círculo virtuoso. Se puede recurrir al fomento de los lazos sociales para hacer fluir el intercambio comunicativo y la misma deliberación en la constitución de una agencialidad colectiva.

3 Metodología

3.1 Tipo de investigación: cualitativa.

La investigación cualitativa intenta acercarse a la realidad guiada por áreas o temas significativos de investigación. Con frecuencia, estas actividades sirven, en principio, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más relevantes; y luego para perfeccionarlas y responderlas. La acción indagatoria se mueve de manera dinámica en ambos sentidos: entre hechos e interpretación, y resulta un proceso en el que la secuencia no siempre es la misma, pues varía con cada estudio (Galeano, 2004; Hernández Sampieri., Fernández Collado., y Baptista Lucio, 2014). Por otro lado, sus metas están orientadas a describir, comprender e interpretar los fenómenos, a través de las percepciones y significados producidos por las experiencias de los participantes.

El presente trabajo, por el tema desarrollado, se ajusta a los presupuestos históricos, desde los cuales se intenta explorar las construcciones o significados acerca de lo que atribuyen a la intimidad al hacer uso de herramientas virtuales. Este trabajo tiene como punto de partida las narraciones individuales de adultos y sus percepciones sobre el establecimiento de formas de relación en contextos de redes sociales digitales y, en esa medida, la investigación cualitativa fue la más pertinente.

3.2 Método.

En palabras de Martínez (1999), el método de investigación está enteramente determinado por la naturaleza del objeto o fenómeno que se estudia. Por esto, sus estrategias, técnicas, instrumentos y procedimientos deben estar en plena sintonía con la naturaleza del problema específico. En la versión de Ricoeur, la óptica que propone la hermenéutica se define como, una interpretación de un texto particular o colección de signos susceptible de ser considerada como un texto. Desde esta perspectiva, uno de los conceptos básicos es el de “círculo hermenéutico”, que describe el movimiento entre la forma de ser el intérprete y el ser que es revelado por el texto (Sandoval, 1996).

En este orden de ideas y de acuerdo al método escogido, la fenomenología hermenéutica para Hernández Sampieri et al, es una filosofía, un enfoque y un diseño de investigación. Su origen se remonta al matemático Edmund Husserl (1859-1938) y puede adquirir diversas variantes. En la fenomenología se obtienen las perspectivas de los participantes. No obstante, en lugar de generar un modelo a partir de ellas, se explora, describe y comprende lo que los individuos tienen en común de acuerdo con sus experiencias y con un determinado fenómeno; al igual que lo que varias personas experimentan respecto a un proceso.

Para realizar un acercamiento al desarrollo la pregunta de investigación, el método fenomenológico-hermenéutico es el que mejor desarrollo podría ofrecer. Ya que su énfasis está centrado en las experiencias con un determinado fenómeno, siendo común el proceso de las redes sociales digitales como puente de comunicación que pone en circulación sentimientos, emociones, razonamientos, visiones y percepciones.

3.3 Instrumentos de producción de información.

La entrevista semiestructurada se seleccionó como el instrumento de recolección de información. Se comenzó con dos entrevistas de pilotaje para luego profundizar con los participantes, la entrevista semiestructurada se caracteriza por la utilización de preguntas de carácter muy abierto, las cuales son generadoras, amplias, que buscan no sesgar el relato, que servirá para ir profundizando a medida que avance la entrevista. Se considera, en tal sentido, que la propia estructura, con que la persona entrevistada presenta su relato, es portadora en ella misma de ciertos significados que no deben alterarse con una directividad muy alta (Sandoval,1996).

3.4 Unidad de observación

Este tipo de investigación observará a través de reconstrucción de los relatos transcritos, el fenómeno indagado de manera integral, con el fin de posibilitar un mayor entendimiento acerca de las condiciones en las que se da.

3.5 Unidades de análisis

- Intimidación
- Redes sociales digitales

3.6 Participantes

Este trabajo contó con el muestreo intencional. Se tomó la decisión de que los participantes fueran personas mayores de treinta años, insertos en un contexto tecnológico, el cual privilegia el uso de las redes sociales digitales. Inicialmente se recurrió al contexto universitario para contactar desde allí a los participantes con los que se realizaron las exploraciones iniciales, y luego se acudió a los programas de baile ofertados en teatros del centro de la ciudad de Medellín, con el fin de ser el enlace para contactar con los informantes. Se elige la muestra con esta intencionalidad puesto que, al pertenecer a diferentes niveles formativos y laborales fue posible tener acercamientos a distintos significados construidos por los ellos.

Los criterios de inclusión fueron los siguientes:

- Contar con un mínimo de 3 redes sociales digitales.
- Utilizar las redes sociales con frecuencia.
- Ser mayor de 30 años.

Así pues se contó con un total de ocho participantes, dos de ellos se seleccionaron con el propósito de tener acercamientos iniciales y realizar los ajustes necesarios a la guía de

entrevista, mientras que los seis restantes se seleccionaron en base a los criterios de inclusión, todos fueron informados de los posibles riesgos acorde a las consideraciones éticas.

3.7 Plan de recolección

La recolección de la información. Contó con la realización de entrevistas semiestructuradas, estas entrevistas se efectuaron como una aproximación a las construcciones de significado que los informantes elaboraron sobre la temática a investigar. La información recogida fue un insumo para la construcción de categorías y el análisis temático. Para la documentación de esta información se obtuvo registro de audio y transcripción de las entrevistas amparado sobre los principios éticos y avalado por el consentimiento informado de los participantes.

3.8 Plan de análisis

El plan de análisis incluyó una serie de pasos que van desde la transcripción, pasando por la codificación, el análisis y la interpretación de la información recogida. De la manera en que se describe a continuación.

3.8.1 Transcripción.

Se realizó la transcripción de cada entrevista, con el fin de tener un documento para su posterior análisis. Este proceso es relevante en la investigación cualitativa, pues el documento escrito posibilita realizar un análisis detallado. La transcripción realizada fue literal, a lo expresado por los participantes, y no omitió ningún tipo de información, salvo solicitud de los participantes.

3.8.2 Codificación.

Una vez llevada a cabo la transcripción, se pasó a la codificación, con un análisis inicial de las entrevistas y asignación de códigos, subrayando los elementos significativos

para la investigación (Strauss y Corbin, 2012). Para este proceso de codificación se usó el programa Atlas-ti. Mediante este software se organizó la información y se realizó una depuración del material transcrito.

3.8.3 Construcción de categorías.

La codificación y la organización de la información, obtuvo como resultado el surgimiento de una serie de elementos que fueron relevantes por su presencia o aparición recurrente en los relatos de los participantes; a partir de estos se construyeron las categorías centrales para el análisis final. Es importante resaltar que, en la construcción de categorías, fue de vital importancia tanto la información recolectada con las entrevistas como los referentes conceptuales.

3.8.4 Análisis e interpretación.

El análisis y la interpretación estuvieron durante todo el proceso de la investigación, y no se limitaron a un momento determinado. La finalidad de estas etapas era transformar los datos en elementos conceptuales para generar una mayor comprensión del fenómeno; en estas etapas se dio una interacción entre la información recogida y los referentes conceptuales.

3.9 Consideraciones éticas

En base a los parámetros legales establecidos por la resolución N° 8430 de 1993 del Ministerio de Salud, que reglamenta la investigación en el campo de la salud. Se toma de esta resolución el Título II, llamado de la investigación en seres humanos, Capítulo 1, que explica las consideraciones que se deben tener en cuenta para el trabajo con personas.

En principio se tomó lo establecido en la Ley 1090 de 2006, que regula el ejercicio del psicólogo en Colombia, y que, en el Capítulo VII, hace referencia a la investigación en el área y a las responsabilidades del investigador. El tema abordado por la investigación requiere un tratamiento cuidadoso, tanto en el uso de las fuentes como el manejo de la

información recolectada, que proteja a los participantes en su integridad y dignidad, y les dé garantías de que su participación a la investigación no tendrá ningún efecto adverso.

Además, el presente trabajo contó con los principios básicos de la bioética, tales como: el principio de beneficencia, en el que se propone que la investigación buscará los mayores beneficios para quienes participen en ella; principio de no maleficencia, ya que el investigador evitará todo perjuicio, por mínimo que este sea; el principio de autonomía, ya que se considera que los sujetos están en condiciones de tomar sus decisiones libremente; y por último, el principio de justicia, procurando tratar con igualdad y equidad a los participantes de la investigación.

En relación al diseño del consentimiento informado, se explicó de manera detallada en qué consiste la investigación, cuáles son sus objetivos, sus métodos, sus procedimientos y alcances, al igual se discutió con los participantes si es pertinente colocar el nombre propio o si se asigna un pseudónimo. La idea inicial fue no utilizar el nombre de los participantes como una consideración ética, lo cual aceptaron. El consentimiento informado pretendió ser un mecanismo que empodere a los participantes para que estos puedan decidir libremente si participan o no en la investigación.

Finalmente, se respetó todo el material bibliográfico haciendo uso de las normas de citación y referenciación propuestas por las Normas APA sexta edición.

4 Hallazgos

Una vez realizado el análisis e inicio del proceso de escritura de los resultados, se pudieron establecer tres hallazgos que condensan las temáticas más relevantes para el abordaje de la problemática estudiada. Algunos de estos fueron establecidos desde las unidades de análisis, como fue la intimidad y las redes sociales digitales. Sin embargo, los aspectos emergentes a partir del análisis, ayudaron a darle mayor robustez conceptual y a construir un tercer hallazgo referente al papel que juega la vinculación y el mercadeo en la relación virtual.

La reunión de estas construcciones, posibilitó acercarse al significado que los adultos otorgan a la intimidad y cómo esto se relaciona con las prácticas de sociabilidad virtuales.

El primer hallazgo denominado proceso de ingreso, describe cómo los participantes lograron adentrarse, y asumirse en el mundo digital. El segundo, versa sobre el proceso de construcción de la intimidad, y cómo esto se pone en juego al estar en entornos de constante exposición donde precisamente el motor mediático promueve la erosión de la intimidad y privacidad tanto propia como ajena. Por último, el tercer hallazgo, explora de qué manera el contexto neoliberal influye sobre los vínculos establecidos en la contemporaneidad y pone la virtualidad al servicio de intereses mercantiles.

4.1 Proceso de ingreso

El primer hallazgo, versa sobre las acciones contextuales que favorecieron en un momento inicial el acercamiento a la participación en redes, permitiendo una conformación, a su vez, por matices, siendo estos los motivadores y los mediadores del proceso que están en ellas y la historicidad de los medios analógicos.

4.1.1 Motivadores

El lugar que ocupan los motivadores es uno de los elementos centrales dentro del proceso de ingreso a la red, de hecho, su momento inaugural tiene incidencia en la posterior actitud frente a la autenticidad que ofrece el espacio virtual. Dicho camino de migración a la red se ve rodeado por distintos factores, algunos pueden ser, la incertidumbre frente a la autenticidad del otro o su intencionalidad, la publicidad negra sobre este medio tecnológico y el alcance a nivel global de la información que es puesta en juego, todo ello contribuye a que los migrantes digitales sean más susceptibles a tener en cuenta únicamente una mirada negativa frente a las consecuencias percibidas en la adopción del ejercicio social en la red, a nivel interpersonal y privado los participantes comparten algunas historias al respecto:

En el campo negativo hay muchas personas que por medio de esta red falsifican sus perfiles, al falsificarlos ya uno en realidad no sabe si la persona es allegada o no, he visto que la utilizan para extorción, para amenazar. Personas que se hacían pasar por familiares míos me hablaban y me preguntaban cosas muy personales (E1).

Yo por ejemplo he visto cómo las peladitas son engañadas en redes sociales por personas que no están con buenas intenciones, por eso es que no me presto para eso, otra cosa que me inquieta es que por ejemplo uno esté dispuesto a buscar una amistad por una red y no sepa si realmente es esa persona (E7).

Cabe mencionar que una de las principales formas de entender la publicidad negra y lo que acarrea para los participantes, es cuando le es aparejado el tema de la sexualidad, como se ilustrará en el siguiente relato.

Ahorita pueden utilizar una foto de Facebook, bajarla y utilizarla para mercancía, es como decirte, yo te permito una noche con tal persona y tú me das tanto, sin importar si la persona dueña de la foto está enterada, es una red que se está facilitando mucho más para eso, o sea descargan la foto y ya ponen blogs especialmente para personas que quieran estar con otra persona (E1).

Al momento de abordar los propiciadores del proceso de ingreso al entorno digital, se encuentran fomentados a partir de dos vías, la intrínseca y la social. La vía intrínseca consta de factores como la curiosidad, la apertura a los otros y la apropiación de saberes cotidianos, uno de los informantes nos cuenta sobre su intriga "No era tanto la necesidad sino la curiosidad porque en ese tiempo no tenía amigos en redes sociales de nada, fue más bien la curiosidad de ver que las otras personas tenían, entonces yo también quise tener" (E2). Aparejado a la curiosidad cabe mencionar el peso de la incertidumbre que es característica de los procesos de cambio. Para este ejercicio investigativo se puntualiza sobre el paso de la época analógica hacia la digital y de qué manera en distintas oportunidades, parte de la sociedad actual se ve obligada a partir de ciertas prácticas a instaurar modos contemporáneos de relación bajo la adopción de una óptica de necesidad, esto es descrito por una de las informantes de la siguiente manera.

Imagínese que para poder tener correo, las secretarias de allá de donde estudiaba me lo crearon, a mí me ponían las tareas, me decían que las tenía que montar en esas cosas. Yo hacía todas las tareas en hojas y presentaba ese cuaderno lleno, el profesor me decía que no era aquí, que es en la página, yo le decía que no sabía manejar esa carajada que no me obligara a hacer eso y él decía que no me negara, que yo estaba en una época en que todo va a ser canalizado por ahí, entonces él de pica ponía las tareas y no decía sino que lo anunciaba en la página (E5).

Al fallar al lenguaje del deseo como estrategia publicitaria, que busca en lo digital una suerte de encuentro con una calidad etérea de beneficios como el confort, la velocidad del nuevo lenguaje común y la moda, se recurre a intervenciones de hecho, impartidas

principalmente por los nativos digitales (Prensky, 2001), que enfatizan en la construcción de procesos rituales en dónde los hábitos que antiguamente se encontraban naturalizados durante la era analógica, en su modo presencial pasen a ser mediados por los recursos ofimáticos. Dicho procedimiento logra su éxito a través de la paradoja, a saber, la pretensión de la descentralización del yo en la plataforma virtual permite la aparición del mismo en más de un lugar a la vez, ya que se puede hacer una compra electrónica, enviar un escrito académico y formar en otra plataforma su lista de reproducción musical; a su vez, que fomenta en el discurso una centralización del yo como gestor de sí mismo, y en apariencia el yo verdadero, se despliega por otro lado, una propensión hacia una personalidad multifacética y a la mercantilización como interés inherente de la época. Vale entonces preguntarse ¿Qué papel juegan los otros que aparecen en el encuentro con lo digital?

Al momento de explorar la apertura a los otros, se vuelve crucial considerar cuáles son las redes de apoyo social con que cuentan estos usuarios por fuera del espacio digital, y qué tan accesible se tiene este recurso, ya que orientará formas distintas de apropiación, ya sea por adherencia al uso o a la postergación de su apropiación, una de las participantes comparte sobre la primera posibilidad.

Tuve tiempo de estar en las redes, en ese momento estaba sola, entonces me metí a las redes de estas de personas que buscan pareja, abrí la cuenta y cuando uno pone el perfil eso le llueven a uno los hombres, entonces uno ya sabe a quién contestarle. Ya todas las noches ¡qué emoción meterme a ver quién me habló! y uno se enrolla feo con eso. Me enredé con alguien de lejos, ya cuando empecé esa relación de lejos con esa persona me salí de esa red y dije pues para qué voy a conocer más personas (E7).

Gran parte del vocabulario contemporáneo y de sus formas de vida asociadas a la experiencia amorosa tienen su origen en el período romántico. Para Gergen (2006), este vocabulario enfatiza en la pasión, la finalidad, la profundidad y la importancia del individuo que alaba a quienes renuncian a lo «útil» y lo «funcional» en aras de sus semejantes. Promueve la adhesión a la dinámica profunda de la «comuni3n de almas», por obra del romanticismo se puede depositar la confianza en los valores morales. Si el amor como

comunidad íntima, expresión de las pasiones e inspiración creadora de los valores morales fueran expresiones obsoletas en el lenguaje, la vida palidecería para muchos. No obstante, justamente este lenguaje es amenazado por su constante relativización en su concepción contemporánea.

La forma de utilización de la red en la actualidad, a diferencia de lo que sucedería en el discurso romántico, estriba en que los usuarios no cuentan con una definición clara de lo que se desea alcanzar con el uso de las redes o es bastante maleable, por ende, nunca se plantea la posibilidad de cerrarlas, quedando entonces abiertas o inactivas para utilizarlas ante un escenario de incertidumbre bajo la premisa “de pronto me sirve en algún momento” haciendo que no pierda fácilmente su vigencia. Para dar una mayor ilustración de lo anterior uno de los informantes sostiene.

Escribales a todas y verá que eso le llueven las mujeres así, a ellos todas les daban el sí, entonces tenían un montón de citas y yo como no recibía nada dejé de utilizar eso. Ahora como ya estoy saliendo con la pareja actual para qué me voy a poner a buscar en eso y antes de que estuviera con ella ya había dejado de usar Badoo, porque para qué me voy a quedar si nadie contesta. Nunca me retiré ni cerré la cuenta, pero como cambié de celular no volví a descargar la aplicación (E8).

Otra forma de ilustrar la adherencia al uso de la red es al momento de contemplar la circunstancialidad de su uso, ya que en un primer momento se pudo considerar como una medida emergente que se cimentó luego como algo permanente, esto implica una motivación personal para conservar el tejido social y familiar como es descrito a continuación “la motivación fue que me fui a estudiar, sin un amigo, sin familia, a vivir en una ciudad distinta, entonces quería comunicarme con ellos” (E2).

Frente a la postergación de la apropiación, ésta es permeada por el vínculo presencial y accesible con personas significativas, que convierten el contacto virtual como algo secundario, uno de los informantes afirma de acuerdo a lo anterior.

La verdad es que yo nunca he sido adicto a la red. Cuando las conocí eso era en un computador, pero de mesa, en ese tiempo eso era muy nuevo y a uno le gustaba más lo externo que lo interno, me mantenía más en la calle entonces uno no le prestaba mucha atención, al menos con los que yo me movía por la casa todos nos manteníamos en la calle más de salir a jugar. En esa época todo el día era a la calle eso de celulares no existía, ya ahora cuando uno envejece y está con más edad, ya a uno no le gusta salir a la calle y utiliza un celular para comunicarse de vez en cuando con la gente (E8).

Los individuos de la época analógica, en principio, podrían inclinarse a una exploración del mundo a partir de su experiencia sensible implicando otros sentidos a parte de lo visual, puesto que en la época precedente a la digital no existía un dispositivo tan eficiente que lograra conectar al sujeto al mismo tiempo que enajena su capacidad reflexiva en sus espacios más privados. Por la eficiencia y comodidad de la comunicación digital, planteará Han:

Evitamos cada vez más el contacto directo con las personas reales, es más, con lo real en general. Así pues, la comunicación digital carece de cuerpo y de rostro. (...) El *smartphone* hace las veces de un espejo digital para la nueva edición del estadio del espejo. (2014, p. 28).

La parte verbal de la comunicación en la actualidad tiende a ser bastante escasa. El núcleo de la comunicación se compone de formas no verbales, tales como los gestos, la expresión de la cara y el lenguaje corporal. Esas formas confieren a la comunicación su carácter táctil, que no se reduce a lo visual, sino que implica también la participación de otros sentidos. El medio digital le niega a la comunicación su carácter corporal. En la actualidad, la juventud y de manera extensiva buena parte de la sociedad, ha desarrollado un protosentido al instante de desear explorar su mundo, ya que todo esfuerzo es mediado por espejos negros donde ya no es el sujeto que dialoga sino las imágenes, las palabras, los sonidos traducidos a bytes, concentrados en un sin número de datos aditivos y optimizados, que alteran el sentido del diálogo en términos tradicionales (Castañeda, 2011).

Una de las características fundamentales en el procesamiento emocional estriba en el movimiento dimensional entre los polos de lentitud-rapidez y serialidad-multiplicidad. Para la época contemporánea la serialidad y la lentitud son aspectos que resultan poco ventajosos, puesto que en el corazón de la eficacia de la virtualidad se localiza la relativización de la espacialidad, la temporalidad y en último término, de los sujetos con una unidad densa y esencial. Derivado de lo anterior, surge la inversión inmediata en la red digital de la emocionalidad y la comunicación de dicho contenido hacia un receptor imaginado, localizado al otro lado de la pantalla que puede acceder en cualquier momento. Al comparar este modo de ritual comunicativo digital con el característico de medios predecesores, Han sostendrá:

De este modo se distingue fundamentalmente de las cartas del lector, que están ligadas al medio analógico de la escritura y se envían a la prensa con un nombre explícito. (...) Mientras la redactamos de manera laboriosa, a mano o a máquina, la excitación inmediata se ha evaporado ya. En cambio, la comunicación digital hace posible un transporte inmediato del afecto. En virtud de su temporalidad, transporta más afectos que la comunicación analógica. En este aspecto el medio digital es un medio del afecto (2014c, p. 9).

Curiosamente, en el transcurso de la fragmentación de la unidad densa de los sujetos, entendiendo dicha unidad como un producto del paradigma modernista, que alojaba en su núcleo iconográfico la equiparación del hombre a la máquina con valores como: genuino, congruente, maduro, sólido y estable en sus principios (Gergen, 2006); se cuestiona en la actualidad incluso desde la relativización del nombre. El nombre del hombre contemporáneo a diferencia del moderno cuenta con una doble inmersión, la que se otorga en la vida real-analógica y la que es virtual, cuando dicho usuario hace su incursión en la virtualidad carece de nombre, un nombre que conlleve a su vez a una identificación del sujeto que transmite la información, a la percepción de su materialidad y por ende apreciar consecuencias sobre la vida real-analógica de dichas interacciones. Dicha ausencia es condición necesaria en el transcurso de la pérdida del respeto, ya que no hay en lo virtual una propiedad inherente a la

identidad, en este contexto la identidad digital toma múltiples formas con base al interés expositivo y disminuye ostensiblemente la percepción de consecuencias derivadas “La comunicación anónima, que es fomentada por el medio digital, destruye masivamente el respeto. Es, en parte responsable de la creciente cultura de la indiscreción y de la falta de respeto” (Han, 2014c, p. 8).

Por otra parte, menciona uno de los relatores la importancia de conocer en lugar de ser conocido y cómo esto le ha llevado a un acercamiento por etapas al mundo virtual, a consecuencia de un proceso de apropiación del saber cotidiano "Me gusta Google, buscar lo de baile, los vestidos, buscar cosas así, cómo hago tal cosa, cómo planto esta mata o qué se está usando ahora" (E5).

Para realizar un acercamiento sobre la naturaleza de esta dinámica de ingreso, fue necesario contemplar la vía social siendo entendida como la interrelación existente con personas usuarias de algún medio digital, que por diversas circunstancias actuaron a modo de influencia al momento del inicio en éstas, ya sea por un rol de facilitador, o por el factor de desempeño. Un precedente de peso frente a dicho tema en esta población de mayores de 30 años, es precisamente el componente mediático y lo apremiante que se muestra la vida digital como forma básica de comunicación y apertura con el mundo. En ese sentido, los hijos pueden convertirse en un facilitador de dicho proceso, al igual que los amigos y el acercamiento por fases de aproximación, siendo este último contextualizado como el inicio con el buscador web principal para luego ir generalizando las funciones de allí y ver cuáles de esas necesidades pueden ser suplidas también en el menú de cada red social digital, para comprobar si ésta cumple con las expectativas y maneja un lenguaje lo suficientemente claro, intuitivo y universal que resulte atractivo para la mayoría de la población con acceso.

Teniendo como punto de inicio la participación activa de los hijos como integrantes de la vivencia que favoreció el proceso de empalme con la dinámica grupal en red, una de las entrevistadas relata.

Yo veía que mis hijos hablaban por Facebook, entonces ellos me dijeron mamá si quiere le abrimos una cuenta y eso, y ya estaba yo en el trabajo y las otras personas me preguntaban si tenía Facebook que no sé qué, entonces vi la necesidad de tener uno (E3).

En otro de los encuentros una de ellas también narraba: "Facebook me lo abrió una de las peladas de allá del instituto donde estudiaba, y me decían, usted tiene que tener Facebook para que consiga amigos" (E5).

Si bien en el primer relato el que ocupa el rol de facilitador los hace partiendo del ofrecimiento, en el segundo lo que surge es una exigencia sobre el tipo de ritual que es necesario llevar a cabo con el fin de habituarse a una determinada manera de ser, estar en el mundo e incluso de reafirmar su existencia, ya que, lo digital permite tener acceso a la vía contemporánea de vinculación, de ello se desprende cómo se empieza a desdibujar posibles resistencias, precisamente porque el papel mediático y publicitario procura en primer lugar exponer características deseables de lo que puede ser convertirse en un sujeto del siglo XXI, y en segundo, hacer del medio de comunicación un artefacto mucho más efectivo, con todo lo que ello implica.

Un elemento adicional a considerar en lo que respecta a los hijos y familiares es que estos pueden ser un facilitador en el empalme a las redes sociales ya sea por un deseo de ampliar la esfera familiar y representarlo en un lugar electrónico siendo esto una especie de fantasía, en donde se extiende la presencia de la persona ausente en cuerpo, pero se reactualiza a través de una plataforma como lo es la red, dándole carácter de un continuo presente. O, por un atractivo que resulta de la incorporación de un mecanismo que aporta una aparente seguridad. En este sentido, la continuación de la fantasía sobre la presencia de la familia puede mutar a ejemplos como el siguiente.

Me pasó una cosa muy charra con mi mamá y es que por ejemplo en Facebook yo no sabía que hubo un momento en el que uno podía decir, este es mi primo, este es mi hermano, mi hermana me puso en eso, me llegó una notificación y yo la acepté. Pues

sí, es mi hermana como voy a decir que no. Día siguiente mi mamá se enojó conmigo porque yo puse que mi hermana es mi hermana en cambio a mi hermano no. Me tocó llamar a mi hermana para preguntar cómo hizo ella para decir que yo era la hermana, para poder escribir que el otro era mi hermano. Para qué tengo que decirlo en Facebook, si la otra lo quiso decir, pues bien, pero entonces ya me tocó poner quienes eran mis familiares (E4).

Dentro de las herramientas que aportan una aproximación ilusoria a lo que es la seguridad se encuentran los servicios de GPS, registro temporal de fotografías y su conexión con las redes digitales, para ser utilizadas como una forma de seguimiento en tiempo real e ininterrumpida, aplicada en su acepción positiva, en lo que respecta a una búsqueda del cuidado y en su contraparte en una herramienta de vigilancia y recopilación de material para el cuestionamiento y toma de represalias. Su primera acepción se ve mejor ilustrada a partir del siguiente relato.

La cuenta me la hizo mi sobrino, yo estaba sin Facebook y me les perdía porque el celular poquito lo manejaba, solo lo usaba para llamada de urgencia entonces no tenían por dónde localizarme, a veces no lo sentía o no lo contestaba, entonces él me creó uno porque con el Facebook se daban cuenta dónde estaba y como sufro del corazón les da miedo (E5).

Respecto a la segunda acepción ésta se presenta de manera significativa para algunos de los participantes constituyendo imaginarios sobre la percepción de ser vigilados y monitoreados, al respecto una de las informantes relata.

Mi ex pareja y yo nos tenemos en WhatsApp porque yo me comunico con él, lo que yo pongo él lo ve y al mismo tiempo él lo comenta, pero ya en Facebook es el reclamo, ¿y usted por qué estuvo en tal parte?, un día le dije, ay no me mantengo tan alcanzada de sueño y me respondió, pues como no se va a mantener alcanzada si a veces a las 12 de la noche está en WhatsApp, y yo no caí en cuenta hasta que le conté a mi hermanita, y ella me dijo que había una forma de fijarse en la hora fue la última

conexión. Yo no me digo, ve voy a ver a qué horas se acostó a dormir hasta qué horas estuvo metido en WhatsApp, entonces mire, me tocó sacarlo de Facebook y cambiarle una cosa al WhatsApp.

Yo no había caído en cuenta, pero viéndolo así, a él qué le importa, pero mira, si ese es el hecho cuando ya llevamos mucho tiempo de haber terminado. Yo me imagino que las parejas normales actuales son así, si por ejemplo tu eres mi novio y terminaste de hablar conmigo a las 10 me imagino que después hay personas que se meten y dicen, hay y ella con quién estuvo hablando a las 12 si yo la despaché a las 10 (E3).

Como vemos entonces parte de la vía social comparte conexión con lo anteriormente nombrado como la orientación hacia los otros explicitada en la vía intrínseca, sin embargo, en esta subcategoría se narra dicha motivación como la expectativa que proyecta un tercero, en parte la relacionalidad actual se ve favorecida por la rápida incorporación de tecnologías de comunicación y los valores de la época, en la cual, si se tiene un margen de posibilidades de relación tan diverso se propone de manera implícita entonces una búsqueda perpetua por el agotamiento de dicha diversidad y la exploración hasta sus últimas consecuencias sobre todas las relaciones plausibles que pueden estar inmersas en tanto usuarios digitales existan, teniendo entonces consonancia con lo denominado por Alain Finkielkraut y Soriano como *libertad fatal*:

Encerrado en su demanda, librado a la satisfacción inmediata de sus deseos o de sus impacencias, preso de lo instantáneo, el hombre del control remoto no está condenado a ser libre, está condenado a ser sí mismo por su fatal libertad. Nada está prohibido para él, salvo quizá quedar él mismo inhibido o desconcertado. Y esta condena se agrava: al poder de hacer “zapping” y de interrumpir agregando ahora el de navegar, clicar e intervenir (2006, p. 25).

Por otro lado, el desempeño se compone de los compromisos laborales, cabe anotar, que a pesar de que puedan ser tenidos en cuenta como un factor propiciador desde una óptica externa, para algunos de los participantes estos compromisos se representan no como una

forma de libertad sino de necesidad con una base de índole mercantil. Como se sostiene en la siguiente narración.

Es como si me obligaran por el trabajo, es una obligación tener red porque cuando empezó a salir eso mi hermana preguntó ¿Por qué no has descargado el WhatsApp? mirá que eso es super fácil y super bueno para el trabajo, yo siempre trabajaba era por llamadas, llamaba a mis clientas y confirmaba la cita. Cuando eso cogió fuerza y me fui dando cuenta de que estoy como atrasada me fui metiendo al cuento (E7).

4.1.2 Historicidad de los medios analógicos

Con una frecuencia cada vez mayor, se escucha sobre las innovaciones tecnológicas y, cómo estas traen una serie de cambios en la vida cotidiana al momento de revelarse hacia los demás por parte de los usuarios que tengan acceso a estas. Independientemente de las valoraciones morales que se tengan al respecto cabe preguntarse, ¿Cuáles fueron las invenciones tecnológicas que han prefigurado el modo de socialización actual?.

Para Gergen (2006), dichos avances estarán divididos en tecnologías de bajo y alto nivel, ambas tienen en común el ser propiciadoras de modos de encuentro entre sujetos que están a largas distancias o que su interacción habría sido bastante improbable, a no ser por el beneficio que ha traído el dispositivo frente al tiempo en que toma dar y recibir una respuesta, dichas tecnologías se diferencian por la complejidad de su construcción, alcances y funcionamiento. Por otro lado, permiten influir en la definición de la realidad social, la organización del trabajo, las relaciones formales y demás ordenamientos del vivir. Desde la óptica de este autor se retoman siete procesos en las tecnologías de bajo nivel, de los cuales solo se profundizarán algunas que han sido relevantes a luz del proceso investigativo, dichas tecnologías son: El ferrocarril, los servicios postales públicos, el automóvil, el teléfono, la radiodifusión, cinematógrafo y el libro impreso.

Si bien en el siglo XVIII ya existían los servicios postales a nivel mundial, su florecimiento comunicacional se dio gracias al acompañamiento del ferrocarril en primera

instancia y luego del aeroplano entrado el siglo XX. No obstante, en el contexto colombiano también se hizo hincapié en la utilización del telegrama que tuvo vigencia hasta el año 2003 en donde el gobierno de aquella época decidió darle liquidación a la telefónica Telecom (Amador, 2006), respecto a los telegramas una de las informantes relata.

A mí todavía me tocó la época de los telegramas, cuando le llegaba a uno una notificación de Telecom diciendo que un telegrama había llegado, entonces tenías que ir a la sede para poder recibir el telegrama, si yo necesitaba enviar algo urgente tocaba ir a la sede, un telegrama no es más que un mensaje de texto, incluso en clases enseñaban cómo se debía escribir un telegrama y cómo escribir una carta, porque el cobro del telegrama era por palabra entonces tenía que enviar el mensaje lo suficientemente corto pues para que no cobren tanto y que sea entendible, entonces por ejemplo el “del”, “para”, todas esas palabras que unen frases no se utilizaban. Por ejemplo, uno no decía, ah necesito que me traigas una bolsa de pan, lo que escribía en el telegrama era traer pan, todas las cosas que no eran absolutamente necesarias en el mensaje debían de quitarse para poderse entregar ya que había límite de palabras (E4).

Lo absolutamente necesario de la palabra cambia con la introducción a las invenciones tecnológicas, específicamente la virtual, dado que, entre sus variadas derivaciones se ha encontrado una democratización de la posibilidad de participar por distintos públicos, al igual que el abaratamiento del costo de la palabra utilizada puesto que adquiere una forma más etérea al ser virtual. No obstante, al día de hoy la economía de las palabras cuenta con un principio regulativo en su extensión, si bien en el telegrama el arbitraje sobre la extensión del mensaje era su costo monetario y límite de palabras, en lo digital será su costo cognitivo, si en la multiplicidad de contenidos posibles a explorar no hay un límite de palabras, lo que pesará sobre este será el límite en la atención que el individuo esté dispuesto a darle, por tanto, se procura que el mensaje sea lo suficientemente corto y comprensible para debutar a un público dispuesto a encontrarlo. Otra forma de ilustrar esta economía al servicio de la atención en la época de la multiplicidad de sujetos web es propuesta en el siguiente ejemplo.

No soy de los que esté hablado con tres o cuatro a la vez, si estoy hablando con vos te dedico cinco minutos de charla bien buenos, yo para qué voy a tener una conversación de una hora tuya si vos ves que no te presto atención o que vos sos consciente de que no me estás prestando atención (E6).

En relación al uso de las cartas, éstas se diferenciaban de los telégrafos, en primer lugar, por la extensión del mensaje que se deseaba plasmar, no obstante, la diferencia más notoria se daba en la temporalidad que tomaba la llegada de dicho envío y la posterior respuesta, al respecto una de las entrevistadas menciona.

El telegrama llegaba inmediato, esa era la diferencia entre enviar una carta y enviar un telegrama, una carta te podía demorar días dependiendo de la distancia donde estuvieras entonces no era tan fácil la comunicación, si tú necesitabas algo urgente para eso se utilizaban los telegramas no para una comunicación, tú lo enviabas y llegaba en unas horas, eso ya no era tanto de mi época, pero todavía sucedía (E4).

A parte del tiempo y la distancia retratadas en la narración anterior, llama la atención el modo de relación que posibilita la naturaleza de un tipo de dispositivo, en tanto describe la utilización del telegrama para una urgencia más no para una comunicación, por tanto, un modo de interacción como es imaginado por el discurso romántico parece una sugerencia inviable y entra en pugna con la finalidad modernista de algo específico, claro, unitario y estable, en donde la operativización del mensaje cobra mayor relevancia que la precariedad de las palabras puestas al servicio de la descripción de los sentimientos románticos.

Otro de los logros tecnológicos del siglo XX que produjo un cambio radical en la forma de mostrarse a los demás fueron los avances realizados en el campo de la telefonía fija y su rápida transformación a un dispositivo mucho más eficaz e individualizante como lo fue el celular y que hoy permite una tremenda andanada de estímulos sociales. En este punto se les dejará la voz a los participantes para dar una mayor orientación en lo que fue dicha transición.

Cuando yo era pequeñita todo era por teléfono fijo, en mi casa entregaron unas líneas telefónicas y teléfonos, eso era carísimo. Entonces si necesita llamar a alguien tocaba llamar a la casa a ver si estaba, si no estaba pues pailas tocaba esperar a ver, cuando eso uno llamaba a los amiguitos entonces contestaban los papás y también regañaban porque uno se quedaba pegado del teléfono (E4).

En décadas precedentes existía un único teléfono que era compartido por un núcleo familiar y que no era susceptible de ser portátil y de uso personal como lo fue posteriormente el celular, a raíz de esto, los sujetos contaban con una suerte de escape de los dispositivos comunicativos y se desprendían beneficios como lo sostiene una de las informantes “antes sin celular era muy rico porque se compartía más, en familia se dialogaba más y mejor, o sea, no habían otras distracciones” (E6). Adicional a esto, surgía un aire de misterio que no era abarcable a partir de un método de vigilancia que es relatado por algunos de los inmigrantes digitales bajo un efecto de melancolía del pasado, como se ejemplifica a continuación.

En la época del teléfono si usted se perdía de la casa ya dónde lo consiguen, espere a que llegue otra vez. En ese entonces era bueno, ahora de pronto el beneficio del celular es que si se le pierde el novio a uno o un familiar ya lo consigue donde sea más fácil, pero me parece que antes ese tiempo a los que nos tocó era también muy bueno, cuando no había esa facilidad de comunicarse con esa persona (E7)

La estructuración de innovaciones que aceleran aún más el incremento de la interconexión social, plantea Gergen (2006), se originan en la digitalización de todos los medios de comunicación importantes (fotografía, impresos, teléfono, radio y televisión), de allí que se estructuren las tecnologías de alto nivel, ello implica que la información que cada una de estas fuentes contiene (imágenes, música, voz) se hace asequible a la recepción del ordenador o celular con gran capacidad de almacenamiento, rapidez de procesamiento y transmisión. Se está en una era en que basta apretar un botón para transmitir a todo el planeta la propia imagen en colores con sonido adjunto. En el capítulo siguiente veremos cómo esta transmisión de alcances universales se interrelaciona con el ser sujeto dentro del universo web

y cómo se ve trastocado nociones tan impenetrables y difíciles de asir como lo es su intimidad y privacidad.

4.2 Intimidad y otros resguardos

El segundo Hallazgo, resume algunos de los puntos de vista construidos por los participantes en su experiencia previa al ingreso en el mundo de la red, y cómo dichos puntos adquieren un grado de relevancia al hacer uso de la web. Para ahondar sobre el significado de intimidad, es necesario retomar elementos que le son similares y desde algunas perspectivas resultan sinonímicas, como lo son el secreto y a privacidad, sin olvidar hacer mención a la vida pública.

4.2.1 Secreto

Para Torralba, (2014) en cada ser humano cabe distinguir lo que es su vida pública y su vida privada. La dimensión pública es aquella visible a los ojos de los demás, en tanto que la vida privada se desarrolla a puerta cerrada y, oculta a la mirada ajena, dicho esto, términos como la intimidad, la privacidad y el secreto, gozan por su naturaleza un carácter etéreo, buscar algún tipo de diferenciación ya plantea un primer reto de base; puesto que, desde el lenguaje coloquial, se utilizan de manera indiscriminada e indiferenciada. El secreto, desde su dispositivo base de funcionamiento, opera como estrategia de ocultamiento o de un tipo de engaño que es puesto en acción en la esfera pública. En términos históricos, Zurita y Tasso sostendrán:

En un primer estadio, distintas formas del secreto parecen haber sido naturales, en el sentido de que formaban parte de las actividades sociales más complejas, a saber: la magia, el mando, la guerra. Los gobiernos de familia y sus cortes ponían los límites, es decir, establecían quién debía saber algo (2017, p. 177).

Las estrategias de ocultamiento propias de la época contemporánea tendrían alcance sobre temas de índole político, económico o militar. Para estos autores, el caso de los secretos en el ámbito privado, no resulta tan pertinente diferenciar períodos o estadios, ya que hay una línea persistente desde la antigüedad en los mecanismos de manejo del sigilo, reserva de los territorios, familia, y amistades.

¿Cuál podría ser una expresión micro de dichas estrategias de ocultamiento?, al respecto una de las informantes expresa. “Si vos me cuentas un secreto, ahí murió, es más, hay cosas que me llegan que no son secretas y ya cuando llegan a mí mueren, si alguien trae eso como chisme, me hago la que no sé” (E5). Para Zurita y Tasso (2017), el ejercicio del secreto entraña en su naturaleza un atributo de información exclusiva confiada a un sujeto; como consecuencia, la concesión de información deja a su alrededor exclusión o inclusión en esa red de confianza. “El secreto no puede ser sino el atributo de un conocimiento o información que, por alguna razón, se considera conveniente no transmitir sino a determinadas personas, o a ninguna”. (Zurita y Tasso, 2017, p. 180).

4.2.2 Privacidad

La privacidad en su ejercicio, al igual que la intimidad, se gestan desde una elección de sí, de este modo son vedados hechos, recuerdos, sentimientos, pensamientos o verdades a la mirada externa; dicha elección de exclusividad para sí, posee en su naturaleza la lógica operativa del secreto. Al tratar la privacidad, ésta requiere de unas condiciones mínimas de expresión, de convenciones sociales que permitan delimitar qué es un comportamiento privado, y, en este sentido, afirmar cuáles son las prácticas que permiten preservar la privacidad; a partir de lo anterior se abre el debate sobre si acaso es posible encontrar matices que la diferencien de la intimidad.

Para hablar de las condiciones que requiere la privacidad en relación a las redes sociales digitales, mencionaremos la perspectiva ofrecida por una de las entrevistadas.

Considero que cada cual tiene derecho a medir su privacidad, si quiero exponer en las redes sociales mi privacidad pues que sea esa y no la privacidad de otros. Si se me ocurre que es adecuado subir una foto desnuda a Facebook, es una foto mía, de mi cuerpo, y mi decisión, no una foto de otra persona en x o y circunstancia, en ese orden de ideas no me meto si tu tuviste un accidente o si te empetotaste, es asunto tuyo, si lo subes a las redes sociales o no, no tengo porque tomar ese tipo de decisiones por ti (E2).

De la descripción anterior podría inferirse que la medida de la privacidad parte de una elección propia, y de allí deriva la condición de la cual precisa para constituirse; en tanto permite definir, qué pertenece al orden de lo privado para sí y cómo asumir en ese mismo sentido la privacidad hacia los contenidos de otros usuarios de la red. Por otro lado, es importante enfatizar que la decisión de ocultamiento de contenidos personales, es otro aspecto al momento de comprender la privacidad al debutar en el dominio público. “Para mí la privacidad son como los controles que pones para evitar que tu intimidad o sea las cosas tuyas no salgan para todo el mundo”. (E4). En consonancia a lo anterior, Altman define la privacidad como “control selectivo de acceso a uno mismo” (Altman, 1975, p. 24).

En el campo de las redes sociales digitales, una figura clave para comprender las convenciones sociales que sugieren los comportamientos privados, es la necesidad de los inmigrantes digitales, en evitar el trastocamiento de vida real y vida virtual, a diferencia de los nativos digitales, los inmigrantes aún conservan su propensión a no mezclar las distintas esferas de sus vidas y convertirlas todas en formas de exposición, un ejemplo de esto es aportado por una de las entrevistadas.

Mira hay una cosa que a mí me parece no debería estar y todavía no he tenido como bloquearlo, me gustaría que los demás no puedan ver cuales amigos tengo. Digamos que yo tengo un amigo y una amiga miró mí perfil y le pareció querido ese amigo, en mi empresa resultaron saliendo, entonces eso me gustaría bloquearlo porque los amigos de uno no deberían ser vistos por otras personas (E3).

El matiz atribucional, como lo hemos visto, es un eje fundamental al momento de definir lo privado, no obstante, dichas descripciones, en ocasiones solo pueden plasmarse claramente desde la experiencia analógica, como en la siguiente narración; “un encuentro entre nosotros, un almuerzo, la ida a un cine, todo eso es privado, o es privado hasta el momento en que yo te lo diga ya deja de ser privado”. (E6) Llama la atención, ver que dichas atribuciones de privacidad incluyen situaciones dentro de escenarios que convencionalmente se consideran públicos.

Si se acepta la idea, de que un inmigrante digital evita el trastocamiento de las esferas de su vida para mantener su privacidad, valdría la pena preguntarse ¿qué prácticas le han funcionado para preservarla mientras hace uso de la red? y, ¿cuáles son las ganancias que ven en los demás, al trastocar la privacidad y la esfera analógica para exponerla en la web?. Al intentar dar respuesta a la primera pregunta, uno de los informantes comenta.

Por ejemplo, un amigo mío está cumpliendo años y dice Facebook, escríbele en su biografía, yo no escribo nada en su biografía, voy mejor a la conversación con esta persona y lo felicito, lo escribo solamente para nosotros dos. Nunca escribo en la biografía porque eso es muy público (E6).

Como observamos, este ejemplo anterior de comportamiento privado, es referido a la preferencia del chat en vez de la felicitación por el muro, al ser este último, un modo de comunicación menos personal. De igual manera, las estrategias de ocultamiento propias del secreto son utilizadas al momento de hacer aparición en la red, al respecto, una de las participantes lo describe del siguiente modo.

Las fotos que yo tengo están bloqueadas, pero en este diciembre cuando fui a la costa parece que lo desbloqueé, entonces mis fotos quedaron para todo el mundo, una hermana me llamó y dijo, las fotos tuyas que a usted no le gusta que nadie las vea todo mundo las está viendo y todo el mundo le está dando me gusta, entonces intenté eliminar eso y no fui capaz, mi hija me lo arregló (E3).

Este ejemplo ayuda a esclarecer, de qué manera las prácticas de privacidad son elaboradas al estar en contacto con tecnología. Otro ejemplo de ello, se retoma al instante de agregar o no un nuevo contacto. “No acepto si una persona me manda la solicitud y no tiene foto, si me dice quién es listo, es más, Facebook lo puse privado por esa razón, no quiero que cualquiera me mande solicitudes” (E7).

Retomando la segunda pregunta, las ganancias vistas al trastocar la privacidad y la esfera analógica para exponerla en la web, se relacionan, especialmente con el efecto estratégico que busca ejercerse sobre la subjetividad de un otro que es imaginado en el espacio virtual, a continuación, veremos algunos ejemplos.

A la gente, yo sé le gusta tomarse fotos y montarlas para que otros opinen y le den me gusta, pero a mí no me gusta publicar como mi vida privada, si yo fui a santa marta eso me interesa a mí no a los demás, así lo veo yo (E3).

En este caso, el objetivo de la práctica, es la aprobación y recepción de opiniones favorables, puesto que los sujetos contemporáneos son cada vez más hetero-determinados y susceptibles a publicitarse, recordemos que es más preciso caracterizar a la presentación personal online como una exhibición, desde el punto de vista de Villanueva (2014), en muchas instancias la interacción no tiene lugar en tiempo real, sino más bien permite a cada usuario editar y aprobar su presentación personal antes de que esta pueda ser vista por un tercero. El rol que corresponde a cada usuario no es entonces la de un “actor” desempeñándose en una dimensión social, sino la de un “curador” que cuidadosamente elige qué información personal exhibir socialmente.

“Si yo tengo una pelea con Fulanita eso es privado, es solamente con ella, para qué lo tengo que publicar. Si publico eso voy a crear es conflictos diferencias de opiniones y discordancia en las demás personas” (E6). Las disputas en una plataforma virtual, se considera en un primer momento, una vulneración de la privacidad intrínseca a la relación, dado que se alteran las condiciones utilizadas para no involucrar a terceros. No obstante, dicha vulneración es una ganancia secundaria al conflicto, ya que el arbitraje y la censura

digital se mueve a partir del “espectáculo, en la que sólo es lo que se ve: en ese mismo gesto, también se los condena a la invisibilidad total” (Sibilia, 2008, p. 30).

Sobre la privacidad, advierte Kunzru (2017), no solo se refiere a las ocasiones en que preferimos la soledad, sino a la capacidad de ocultar partes de nuestro cuerpo o aspectos de nuestra vida. La privacidad va más allá de la soledad; no se limita al aspecto visual. La privacidad se encuentra regida bajo unos límites de espacialidad, la información vedada cobra dimensiones materiales, y el que realiza la incursión se le otorga el título de invasor. “Privacidad yo creo que es como que le respeten a uno ese espacio, el espacio de uno” (E7). “Es como si una amiga se le quiere meter a uno al rancho, está invadiendo la privacidad” (E7).

A la hora de nombrar lo íntimo, ¿será posible encontrar algún matiz diferenciador del ejercicio de la privacidad?, para ello, me dispondré en las siguientes líneas a exponer cómo se ha comprendido la intimidad desde el entendimiento de los informantes y qué ámbitos abarca.

4.2.3 Intimidad

Tradicionalmente el espacio de la intimidad era privado, tanto por decisión de las personas como por convenciones sociales. Mantener la intimidad a resguardo era una forma de evitar colocarse en desventaja al exhibirse en demasía. Con los medios audiovisuales, la develación de la intimidad se ha convertido en un recurso para ganar notoriedad (Trejo Delarbre 2015). Como elementos emergentes, la intimidad se estructurará, en relación a sí mismo, la sexualidad, la familia y el hogar, y los sentimientos. A partir de dichos aspectos emergentes se podrá situar si en la experiencia de los inmigrantes digitales, es posible o no observar lo íntimo en la web, y qué pautas se utilizan para mantener dicha intimidad.

En relación a sí mismo, uno de los entrevistados sostiene, “para mí, íntimo es algo que sé que solo tengo conocimiento yo y que no me gustaría que alguien más lo viera, es como un secreto y deja de serlo si lo cuento”. (E1) Notamos entonces, cómo desde el inicio

la intimidad es entendida desde el punto de vista del secreto, en donde se pone en juego el papel de inclusión y exclusión. Por otro lado, ” hay intimidad de uno solo, en la intimidad de mi cuarto vivo sola, en la intimidad de mis pensamientos, son míos solos, en la intimidad puedo estar muy acompañada y sentirme muy sola yo opino que hay muchas clases” (E5). La riqueza de la personalidad introdirigida (Sibilia, 2008), propia de los inmigrantes digitales, permite precisamente definirse hacia adentro, lo cual deja en un segundo plano la exposición de lo personal a miradas ajenas e indiscriminadas, “intimidad son como cosas muy personales de uno que otras personas se quieren meter” (E7).

Bajo la utilización de las redes, definir la intimidad en relación al otro puede acarrear grandes dificultades, ya que, el medio de comunicación y el límite definitorio de algo íntimo adquieren un carácter difuso. El medio digital, al ser una vía de comunicación no homologable al presencial, cuenta con una desventaja al momento de realizar arbitraje de contenidos que podrían o no ser publicados; adicional a ello, la carencia de corporalidad e imposibilidad para individualizar tanto a la persona a la que se juzga como la que realiza el juicio, llevan a múltiples imprecisiones, como lo expresa una de las participantes.

Yo defino hasta dónde es intimidad para mí, por eso es tan importante que, si uso redes sociales para publicar cierto tipo de contenidos, sean decisiones mías y que los contenidos me contengan a mí, no a otras personas; porque yo no sé, a menos de que tenga un consentimiento informado, si para esa persona lo que yo estoy haciendo excede los límites de su intimidad (E2).

La concepción de tabú históricamente sostenida sobre la sexualidad, conduce a que se mantenga como una temática susceptible al ocultamiento de la mirada pública, en ese orden de ideas, es la sexualidad el aspecto más cercano a la definición que ofrecen los entrevistados al hacer mención de lo íntimo; posiblemente, dicha asignación se deba al conjunto de situaciones y emociones que resultan contradictorias y ponen en jaque al sujeto, como lo son la sensación de placer y el sentimiento de culpa; la vergüenza y el júbilo. Siguiendo a Trejo Delarbre (2015), “no se trata de los espacios en los que nos aislamos la

intimidad no es únicamente el baño y la recámara, para decirlo de manera gráfica sino además de aquellos en los que nos relacionamos con otros al compartir las preferencias” (p. 42).

La intimidad abarca mucho tema, mucho espacio, por ejemplo, en este momento estamos teniendo una conversación íntima, intimidad para generalizar, es llegar a desvestirme con ella, hacer el amor, invitarla a comer, a ver una película, eso es también una relación íntima o pública, depende del punto de vista, pero intimar para mí pues es tener relaciones sexuales (E6).

Es desde este inciso, donde cobra importancia el planteamiento de alguna posibilidad de intimidad en la red, para algunos de los participantes es en la aparición de contenidos asociados a la sexualidad el punto de partida para definir lo permisible a la mirada pública de lo que no lo es, como lo veremos en los siguientes relatos.

Hay muchas personas que suben mucha información que es íntima para uno, suben fotos muy personales en ropa interior o haciendo unas poses por verse lindas o para que las vean lindas, vengo de un tiempo en que esas cosas no estaban bien vistas, no sería capaz de subir fotos con poca ropa a la red (E7).

La conciencia sobre los valores morales y la posibilidad de exposición que existió previo a la época digital es uno de los factores que llevan a que los individuos de décadas precedentes muestren una postura diferenciada de la que podrían mostrar los nativos digitales.

Me pasó el otro día en WhatsApp, una chica se tomó unas fotos, que para ella serían muy sexis, pero para mí fueron vulgares y ordinarias, se las toma y se equivoca subiéndolas a un grupo, claro todos vimos, en ese entonces no había eso de borrar mensajes y fotos. Fue tanta la vergüenza que se salió del grupo y se desapareció un tiempo (E6).

La evitación del trastocamiento de la vida real a partir del comportamiento o exposición en lo digital, al igual que la exclusividad del contenido, hacen parte de las prácticas de seguridad para mantener salvaguardada su intimidad, “si, por ejemplo, quiero mostrar unas fotos, se las muestro a la persona que yo quiero que las vea, no para que la vea todo el mundo, eso no me gusta” (E7).

¿Qué dimensiones comprende lo íntimo en las redes sociales digitales, desde la perspectiva de pareja? Ciertamente, ser pareja adquiere un carácter vincular que es susceptible a considerarse íntimo, dada la exclusión de terceros en la esfera afectiva, como menciona uno de los entrevistados “un noviazgo es íntimo, aunque puede que no hallan relaciones sexuales. Íntimo son sentimientos, puntos de vista a sean generales o particulares, la cercanía, el bienestar que se brindan, la compenetración, no tiene que ser sexo” (E6).

Los sentimientos estarán integrados a la esfera íntima al momento de establecer el vínculo, puesto que permiten estructurar la parte estética, hedónica y misteriosa de la relación con el otro, en palabras de uno de los participantes.

Yo creo que lo íntimo tiene un encanto, tiene algo hay un halo de misterio que agrada porque yo estoy viendo esa parte oculta, bonita. Cuando hay sentimientos mezclados hay una complicidad, pero si yo solamente estoy por pasar el rato ya no está el sentimiento involucrado, simplemente hay un deseo mórbido (E6).

Así pues, la intimidad se puede empezar a definir como aquel conjunto de sentimientos, ideas e inclinaciones guardados en lo más interior de la persona (ideologías, religiones o creencias), las tendencias personales que conforman la vida sexual, las afecciones físicas que deseamos mantener secretas u otras inclinaciones. (Torralba, 2014, p. 14)

Los problemas de pareja también son descritos como íntimos, debido a la relación emocional estrecha que se tiene en dichas situaciones como es descrito a continuación.

Uno puede tener intimidad si tiene un problema con un novio, es un problema de los dos, y al ser de nosotros no tiene por qué meterse el resto de la familia ya que es nuestra relación. Intimo puede ser lo que no le revelo a mis clientas cada que me dicen que no cuento nada (E7).

La extensión sobre la intimidad, llega a expresarse en general como una forma de protección de asuntos, sentimientos, dinámicas y matices, que se desean dejar ocultos a un determinado grupo de sujetos, y a su vez, que se protege a otros, esto sucede también, al pensar sobre el ámbito familiar.

Muy íntimo por ejemplo mi vida del hogar, tanto que yo casi no llevo gente a la casa, para invitar a alguien tiene que ser una persona muy allegada, que le tenga mucha confianza y que no se mantenga metido en la casa, aparte de eso, no me queda casi tiempo para visitas (E3).

Si se quisiera metaforizar la anterior cita, sería equiparable a lo que se tiene en cuenta por parte de los inmigrantes digitales al agregar personas a sus redes, deben ser allegados o conocerse previamente, no se debe mantener metido, generando discordia en su perfil o página de inicio, y la comunicación no se podrá dar todo el tiempo, casi no queda tiempo para visitas, Para Sibilia (2008), la paulatina aparición de un «mundo interno» del individuo, fue el detonante primordial para que el hogar se convirtiera en un sitio de amparo de la vida interior, junto con la privatización del hogar surgió un sentido cada vez mayor de intimidad, de identificar la casa exclusivamente con la vida familiar.

Al preguntar, ¿qué de lo familiar se considera íntimo para compartirse en la red?, una de nuestras informantes sostiene, “las cosas de los hijos, me parece que es algo íntimo, porque son cosas de ellos, sus cosas personales, las relaciones que tengan con su novio o su novia” (E3). Más adelante al tratar el tema del grupo de personas al que desea dejar oculta la intimidad familiar dice “mis hijos saben todo, qué días llego tarde por qué y dónde estuve, pero uno tiene otra familia que no es la familia del hogar, no les voy a contar todo lo que me sucede eso ya es íntimo” (E3).

La intimidad en la época contemporánea, atraviesa por grandes problemas al momento de constituirse, dada la dinámica actual de constante aceleración y rendimiento en todas las esferas, a través de la red y el modelo económico actual, el cuerpo, la personalidad, las emociones y sentimientos son puestos al servicio del consumo; dichos efectos son percibidos por los entrevistados.

En la red no manejan nada de intimidad, todo se cuenta y todos tienen acceso para opinar, sin saber si es amigo o extraño. Todo el mundo critica, si lo publicó entonces ya se tiene el supuesto derecho a que todo el mundo lo rote y lo juzgue, para mí eso no es intimidad (E5).

Como se mencionaba anteriormente, la carencia de corporalidad en el medio digital e imposibilidad para individualizar tanto a la persona a la que se juzga como la que realiza el juicio, llevan a múltiples conflictos. Otro de ellos es el respectivo al tema de la expresión de sentimientos a través de esta plataforma.

Hay sentimientos que son mucho más íntimos, que deberían ser más reales que virtuales, por ejemplo, el amor, la tristeza, no son realmente para todo el mundo, uno no debe ofrecerlos a todo el mundo, entonces la frustración es lo que sale después en las redes y son cosas que lo que hacen es debilitarte a ti como persona (E4).

La frustración y las emociones asociadas una ruptura, pueden dar pie a muestras vengativas a partir de lo digital, en donde la intimidad pasa a ser extimidad.

La intimidad en las redes no, eso ya deja de ser íntimo y ya pasa a grosero, obsceno, hasta pornográfico. Yo pienso que lo íntimo es para mí y para ella no más. No tienes por qué publicar ni ella, ni yo, y mucho menos un tercero. Cuando publicas algo que es íntimo ya no lo es, es porque ya no estas conectado sentimentalmente con esa persona, supongamos que tengo una relación y resulta que le digo, vamos a filmar tal episodio y resulta que luego peleamos y yo quedo ardidado y decido publicarlo, si se

publica es porque hay un sentimiento contrario al amor un deseo de venganza una sed de odio (E6).

No resulta extraña la oposición que pesa sobre el lugar que tiene lo íntimo en la red, dando cabida a la generación de espacios de reflexión en relación a la problemática, las siguientes son algunas aportadas por los participantes.

Yo creo que no se es consiente a qué grupos llegan esos datos. Al trabajar con seguridad de la información he visto cosas irrisorias, por ejemplo, una secretaria tenía la tarjeta de crédito de una empresa y como se le estaba olvidando, tomó una foto con contraseña y la dejó en una nube; por cosas de la vida esa nube no estaba protegida y eso lo vieron otros. O la amiga que le envía una foto empelota al novio, hasta que se enojan y él para desquitarse la sube a la red, y es algo con lo que uno juega todo el tiempo. La idea es que si tú no quieres que algo se sepa no se lo envíes a nadie, pero mucha gente no tiene ese sentimiento. Todo lo que yo hago, lo hago totalmente consiente de a quién se lo estoy enviando y por qué se lo estoy enviando (E4).

Los tiempos actuales la visibilidad y la vigilancia ya no es ejercida por presiones externas, sino por presiones internas en relación al deseo de ser vistos. En este sentido una de las entrevistadas menciona.

En este mundo la intimidad es algo demasiado difícil porque precisamente hoy todo es visible, intimidad para mí, es algo que solo yo necesito conocer o alguien o un grupo muy cercano de personas, y muy cercano es una a dos personas. De hecho, para mi hay distintos tipos de intimidades, intimidad laboral, las personas de mi trabajo saben que pasa con mi trabajo, pero el resto de amigos no lo saben. Intimidad familiar, hay cosas y problemas familiares que nadie más debe saber. Intimidad ya personal cosas más que yo sé, cosas más que solo mi familia sabe, cosas más que solo mis amigos muy cercanos saben (E3).

Para concluir, ¿qué es entonces lo que permite diferenciar lo íntimo de lo privado? Autores como Torralba (2014), sostendrán lo siguiente:

En ciertas monografías sobre este tema, se hace un distingo entre el concepto de privacidad y el de intimidad. El primero se refiere a aquel ámbito de la vida personal que toda persona tiene el derecho de proteger contra cualquier intromisión; a la calidad o condición de privado. El segundo proviene del latín *intimus*, superlativo de «interior». Significa «lo que está más adentro de todo», aquello situado en el estrato más profundo. Al decir «íntimo», nos estamos refiriendo a algo interno, relativo a lo más profundo y reservado del alma. También se utiliza como calificativo de una relación muy estrecha.

En sentido estricto no son términos sinónimos. La intimidad se aplica a las cosas arcanas del alma y, por extensión, a lo cercano; en tanto que el concepto de privacidad se refiere a lo que es personal y particular, cerrado al acceso del público (p. 13).

Recordemos entonces lo visto hasta ahora, la intimidad supone un acercamiento de índole emocional, sentimental y metafísico, mientras que la privacidad alude a características territoriales, legales o vedado al acceso público, en las siguientes líneas se presentarán algunas situaciones que le han permitido a los participantes ubicar dicha diferenciación.

Lo íntimo no está en las redes sociales, está con vos, digamos que lo íntimo va más allá de lo privado, lo privado es algo que solamente te pertenece a ti y que lo podríamos definir en términos legales, pero lo íntimo no, es como lo que tu defines de tu vida, que puede estar solamente contigo (E2).

Lo privado puede ser algo que no sea íntimo, por ejemplo, vamos a dar el caso de que yo sea un atracador y vos lo sabes, eso es privado más íntimo, y yo te pido que no me tires al charco; otro ejemplo, vos me pillas saliendo de un motel con una dama, lo que yo tengo con esa dama es íntimo y el hecho de que vos me pillaras, hace que yo quiera

que eso que viste sea privado, a pesar de que estamos los tres involucrados te pido que me guardes el secreto (E6).

Una diferencia fundamental, parte de que lo íntimo es un nexo compartido donde está en juego algo de índole emocional, mientras que en la privacidad tal como lo ilustra el ejemplo, entra un tercero, sin embargo, este tercero le es atribuido el título de mantener la privacidad en lugar de intimidad, en parte se debe, a que ha adquirido un lugar de confidencialidad sin gozar del nexo de los demás integrantes. La privacidad es definida en este relato en términos de espacialidad, mientras que la intimidad se construye en su generación de prácticas, sentimientos y pensamientos, no se liga a términos espaciales sino a subjetivos. La intromisión a la intimidad siempre es descrita como una invasión a un espacio en donde se interrumpe el encuentro con lo inmaterial a su vez que dicha invasión en la esfera de la privacidad. la intimidad como definición no ha tenido lugar, lo que ha tenido lugar es la privacidad, en la época actual la intimidad no tiene lugar como expresión corporal.

Quisiera concluir este capítulo señalando uno de los retos más complejos en relación al tema para el individuo contemporáneo, dada la necesidad social de comportamientos en razón de estándares de rendimiento, la constante precarización sobre el tiempo subjetivo y el consumo de experiencias efímeras e intensas como paliativo al vacío existencial, producido por desbalance en la utilización de las RSD y la forma como se hace sujeto en la sociedad actual.

En los tiempos actuales, reconocer la intimidad propia quizá sea una de las tareas más difíciles que se puedan emprender. Probablemente, la aventura más peligrosa y en la que más riesgos corremos si nos equivocamos. Estamos aquejados por una convulsiva tendencia a perdernos en los medios de comunicación, especialmente los audiovisuales; nos extraviados en la pequeña pantalla y, a la vez, nos reencontramos en ella: la miramos para vernos a nosotros mismos.

Hacemos parada en las vidas ajenas para experimentar las nuestras. Nos compadecemos de las frustraciones de los demás y así nos consolamos de nuestros fracasos. (Torralba, 2014, p. 93)

4.3 Del vínculo y el mercado, lo que se elimina y el desenlace

El tercer hallazgo, versa sobre vinculación, mercantilización, eliminación y desenlace, que comprenden las narrativas de las relaciones construidas por los participantes, a partir de su interacción en las redes sociales digitales, al igual, que las reflexiones derivadas de dicha experiencia. Para este capítulo partiré por describir, cuáles son las tipologías de redes digitales en base a sus herramientas en internet, y ahondar sobre el ejercicio y reflexión que se hace de estas herramientas.

Para Castañeda y Gutiérrez (2010), existen tres tipos de herramientas en internet que tienen como elemento subyacente las redes de personas. La diferencia radica en el objeto que cohesiona la red. En primer lugar, encontramos a los medios de comunicación social; estos tienen como objetivo que sus usuarios publiquen un determinado elemento de comunicación concreto. Se trata, habitualmente, de sitios en los que una persona, con usuario y contraseña, dispone de un espacio web para publicar elementos como una imagen, audio, video o presentaciones visuales. El objeto que cohesiona son los elementos compartidos.

El segundo de estos medios, son los de seguimiento de la actividad en red, tienen como particularidad que no se organizan en torno a los sitios web, sino a la actividad en red que genera una persona en todos sus sitios web, como puede serlo un blog, un sitio de fotos, videos o podcast. La red surge cuando diferentes usuarios se suscriben o agregan a nuevos contactos y se alimenta una línea de tiempo para seguir la actividad de otros.

En tercer lugar, tenemos las redes sociales, permiten al usuario crear un perfil de datos sobre sí mismo, y compartirlo con otros usuarios, a través de grupos y etiquetas ligadas a su propio perfil. Si bien se ubica desde el 2002 la aparición de esta herramienta en internet, la función que cumple es una necesidad que ha existido desde siempre, la base de esta herramienta, son las características de las personas con las que te conectas, y lo que aporta a

tu red de contactos, el perfil de ella. Contrario de lo que ocurre con las herramientas de seguimiento en red, en esta es necesaria la reciprocidad entre los usuarios.

4.3.1 Vinculación

¿Cuáles son los elementos que fomentan la utilización o la no adherencia de los inmigrantes digitales a las herramientas en internet? En primera instancia, la utilización puede verse impulsada por aspectos como la percepción a que sea más cercana la comunicación. “WhatsApp es como más personal, por ejemplo, vos me hablaste y yo hay mismo pienso que me está necesitando, falta ver si yo le contesto porque no soy de las que le contesta a todo el mundo” (E5). Además de utilizarse como una herramienta de seguimiento, “me metí porque mi hijo monta cosas cuando tiene eventos de música o cuando viaja, por Instagram veo cosas de él o de algunos sobrinos (E3). O la reducción de distancia, puesto que la naturaleza digital trae consigo otro recurso, la comunicación sincrónica y asincrónica (Castañeda Y Gutiérrez, 2010), como es descrito por una de las informantes.

Uso mucho WhatsApp y soy más frecuente en la charla, yo tengo muchos amigos que están trabajando todo el tiempo y tu no vas a poder estar colgado al teléfono en la oficina, porque el jefe te jala las orejas e indiscutiblemente puede que tu productividad baje, es más fácil chatear, te voy escribiendo, tú estás trabajando y yo estoy aquí haciendo lo mío, pero estamos hablando (E2).

La no adhesión, puede verse influida por la sospecha de algún tipo de vigilancia como se ilustra a continuación “No me gusta conversar por redes, lo que uno conversa todo el mundo lo ve, todo el mundo tiene que opinar” (E5). “Todo el mundo no está de acuerdo en compartir sus cosas, Facebook es un periódico que todo el mundo lo ve, y ve lo que usted sube (E7). Otro ingrediente que participa en la no adhesión, es la funcionalidad que permite la red, como es descrito por una de las entrevistadas.

En una ocasión pregunté que si Instagram servía para chatear y me dijeron que solo servía para poner cosas entonces no me sirve, yo uso la red es para interactuar con alguien, pero eso para quejarse y burlarse de la gente tiempo sobra (E5).

Las herramientas de red social, articulan una serie de mecanismos cuyo objetivo es posibilitar su utilización expansiva. Para empezar, la época contemporánea es caracterizada por el me gusta, y solo lo que es deseable a criterio personal, es digno de ejercer influencia sobre los pensamientos, emociones y sentimientos, a esto le llamaré Han (2014b) positividad. “Publico cosas que llamen la atención, por ejemplo, me gustaría tomar una foto con ese señor, la exposición y publicarla. Publico a veces cuando estoy en el teatro y hay un evento, tomo fotos y las subo” (E5).

Yo empecé a seguir páginas científicas, de biología molecular, de inmunología porque es lo que me gusta y empecé a recibir información y más publicaciones de este tipo, con base a esos me gusta que ya tenía, la misma red me ha empujado a ver otras páginas que tienen contenido similar o que van pues por la misma línea de pensamiento.

Vemos de qué manera, la línea orientadora del me gusta, crea vínculos para el encuentro con lo siempre igual. No obstante, existen otros mecanismos enlace que expanden la red, como la adición y el rendimiento, que bajo el rostro de la mercantilización han encontrado su apogeo, en palabras de los participantes.

Nunca he visto el conteo de amigos, eso les interesa sobre todo a las personas que ganan plata con las redes sociales, porque obviamente entre más grupos y más cosas tenga, más personas van a ver lo que publican y más plata van a ganar. (E5)

Las personas que agregan a mucha gente, seguramente quieren vender algo, y por eso, necesitan seguimiento. Si no lo haces con ese fin es porque realmente tu vida es una porquería, y no eres capaz de hacer amigos en la vida real. (E4)

4.3.2 Mercantilización.

La adición es entendida en dos sentidos, el primero se basa en el espíritu mercantil, donde el otro es imaginado como un constante espectador, lábil ante la mercancía, e influenciado, para Osorio. “El mercado se transforma entonces en el campo de lo social, en el cual los intereses y las necesidades de las personas se detectan por sí mismas, ya que el mercado es el único mecanismo capaz de satisfacerlos.” (2006, p. 29) Por otra parte, en el segundo sentido, se señala la falta de experiencias significativas en la vida real y la presencia de vacío como el motor de la búsqueda afiliativa a través del medio telemático. El rendimiento es estimado en función de la influencia que ejerce sobre los usuarios, como se describe en el siguiente relato.

Instagram, es de un contenido muy visual, más que de palabras, uno le da corazoncito a una foto y ni siquiera lee el pie de la foto, así el texto pueda ser más aportante que la foto, pero Instagram es de contenidos visuales y publicitariamente de alto impacto, porque tú estás viendo lo que vas a comprar y te estás estrellando con más cosas mientras recorres esta red (E2).

¿De qué manera los usuarios se están valiendo del potencial de la plataforma digital para hacer de la red social una red de mercadeo? “yo estoy pensando en utilizarlas a mi favor, por ejemplo, en este momento estoy pensando en que todo trabajo que yo haga, lo subo a mi perfil” (E6). “He considerado hacer de la red un negocio, porque tengo una página de desarrollo personal y quiero empezar a tener publicidad de los talleres o de los servicios que puedo ofertar a través de mi experiencia” (E2).

WhatsApp, Facebook e Instagram han dejado de ser una herramienta solamente para comunicarnos y se ha convertido en una de publicidad, mercadeo y ventas. Además de resultar económica, es masiva y te selecciona el personal; me explico, si tú haces un flyer y lo subes a Facebook o Instagram, la plataforma te filtra la gente al preguntar ¿De qué edad los quiere?, ¿Qué tengan qué intereses? Entonces tú vas a decirle:

personas de yoga, de espiritualidad, meditación; y le va a mostrar el flyer a ese público, lo que va a ser una herramienta muchísimo más costo-efectiva (E2).

Buena parte del atractivo del mercadeo digital, versa sobre el desdibujado límite entre perfiles personales y comerciales, la exaltación de un tipo de subjetividad multifacético, y la exacerbación de un sin fin de opciones de compra y venta, prestas al alcance de un clic; siguiendo a Harvey “El neoliberalismo es, ante todo, una teoría de prácticas político-económicas que afirma que la mejor manera de promover el bienestar del ser humano, consiste en no restringir el libre desarrollo de las capacidades y las libertades empresariales del individuo” (Harvey, 2007, p. 8).

La esfera laboral como hemos visto hasta el momento, es permeada en razón de la utilización del recurso electrónico, dicho esto; el perfil virtual es convertido en una variable puesta al servicio del rendimiento y al análisis de costo, beneficio y tiempo. “Nos explotan de manera más eficiente por cuanto, en virtud de su movilidad, transforman todo lugar en un puesto de trabajo y todo tiempo en un tiempo de trabajo.” (Han, 2014c, p. 40) Dando a entender la comunicación en red y la productividad como asociaciones inseparables, veremos en las siguientes narraciones la ilustración de dicho aspecto.

WhatsApp también lo considero otra red social, es algo que utilizas incluso para trabajar más rápido, estoy todo el tiempo pegada y contesto supremamente rápido, cuando uno necesita algo mandas un mensaje por WhatsApp y listo, ahora por ejemplo lo utilizo para el manejo de proyectos con otros países (E4).

Yo lo necesito para mi trabajo porque me ahorro minutos, sale más económico que coger y llamar a la persona, es más rápido y es muy fácil para enviar cosas o fotos. Cuando es una cliente nueva le escribo por WhatsApp, le envío la dirección y confirmo el servicio (E7).

La virtualidad y la época actual, a parte del mecanismo mercantil, ha generado otras vías de expansión como en ningún otro momento histórico, entre ellas la posibilidad de

establecer contacto con personas de otros lugares del globo, algunas de ellas son narradas por los informantes:

En una ocasión, me llegó un mensaje de un video de salsa muy bueno, entonces yo le envié otro y él me mandó unas fotos. El señor no es de Colombia, es de Costa Rica, entonces yo le dije que me parecía muy raro que me pudieran llegar mensajes de alguien que no tenía agregado y él me dijo, es que yo te vi muy bonita en la foto y te mandé el video y no más. En ese entonces yo no sabía que podía hablar con alguien sin tener que agregarlo, yo lo agregué pensando que solo así le podía decir lo que yo quería, y ya, no me volvió a hablar (E5).

Es importante preguntarse ¿Qué se pone en juego cuando nos convertimos en sujetos globales a partir de un sustrato etéreo como lo es la web? Como resultado preliminar encontramos la búsqueda de experiencias en contactos esporádicos; en el sentido de que no obedecen a las prácticas de cortejo o amistad de épocas precedentes, sino a la multiplicidad de opciones de elección, incertidumbre, consumo de cuerpos e intensidad de los encuentros, dada la brevedad en la que deben ser expresados los propios sentimientos y la consideración del vínculo.

De vez en cuando me habla un señor caleño y me dice que no me ha vuelto a ver, pero es porque no lo he querido agregar, entonces le digo que tampoco tengo intenciones, él se muere de risa, desaparece un tiempo y vuelve como que se acuerda de uno y le habla (E5).

Una vez, cuando estaba empezando en las redes, un desconocido se hizo pasar por un familiar, pero me pareció raro que me preguntara más a lo personal, eran cosas como, ¿Tienes novio? ¿Sales mucho? ¿Te gusta mucho las fiestas? yo me fui volviendo muy desconfiada a la red por eso (E1).

En los encuentros esporádicos de la red, no es ajena la falsificación de identidades, al igual que en la vida analógica o real, las redes sociales solo potencian o replican las prácticas

que ya se hacían. La web, aunque trae aspectos nuevos como la apertura global, la relativización del tiempo para la mensajería, los espacios y los perfiles, también retoman aspectos de personalidad que ya estaban insertos previos al ingreso de la red, al menos en el caso de los inmigrantes digitales.

Al momento de explorar la apertura como sujetos globales en la web, se vuelve crucial considerar, si se realiza algún tipo de medida de seguridad o de clasificación de los perfiles, para que estos tengan en mayor o menor medida acceso a los datos, en este sentido una de las participantes comenta.

Tengo grupos que son más cercanos y menos cercanos, los menos cercanos no pueden ver casi nada de lo que yo publico, solamente mi nombre y cosas básicas. Los más cercanos si ven todo lo que publico, los pongo en mejores amigos si me interesa saber lo que ellos hacen. Ya dependiendo los clasifico, existe el grupo de gente aportante, el grupo de gente no aportante, que los tengo porque a veces es necesario tener el contacto de esa persona, si por ejemplo este es de trabajo, lo pongo en el grupo de trabajo, si es de familia, grupo de familia, es más, hay muchas personas de mi familia que no tengo en redes sociales porque no hablo ellos, y tengo filtros familiares también, porque hay cosas que serían un problema, entonces también para que no se enteré todo el mundo (E4).

4.3.3 Noción de eliminación

Al tratar sobre la noción de eliminación, hablamos de una práctica que con frecuencia llegan a utilizar términos de manera naturalizada como, agregar, sustituir o bloquear. No obstante, conviene detenerse sobre qué construcciones se tienen acerca de lo que implica eliminar a una abstracción que se tiene del otro en lo ofimático. “Para mí eliminar una persona, quiere decir que no me gustan los contenidos que compartes en la vida, no solo en el muro, sino en el chat, entonces considero que no tenemos, ninguna razón para que continuemos en contacto” (E2). “Depende de cómo estés configurando tus redes sociales, en

mi caso, todos los desconocidos llegan a un filtro, y si resulta que no era desconocido le escribo, si es desconocido totalmente y no me interesa, lo bloqueo (E4).

Si bien la forma de utilización de la eliminación resulta sin mayor relevancia, es el carácter moral de dicha práctica uno de los asuntos emergentes, puesto que existe en el deseo de suprimir el contacto con otro, sin embargo, esto no es llevado a cabo. Las siguientes son algunas de las razones aportadas de tal decisión.

Me parece tan incómodo, que después esa persona me diga hay usted por qué me eliminó, pero si quisiera eliminar gente con la que uno hablaba y después dejó de hablar, me ha pasado que uno da el número, empieza hablar con esa persona y luego, uno no quiere continuar; ellos se dan cuenta y ya, le queda ahí el contacto (E5).

“Me ha parecido de mala educación eliminarlos, no he tenido el valor para eliminar, pero si me gustaría eliminar” (E3). “No los elimino, ni me aportan, pero ahí están, por ser mi familia, tengo veinte primos y la única comunicación que tengo con ellos es porque los saludo, pero ahí están ocupando espacio (E6). “A mí me da mucha pena, me parece falta de respeto” (E5).

Las razones expuestas se relacionan con las consecuencias que dicha decisión pueda acarrear a la vida real, como lo es el reclamo por una muestra de rechazo, que puede ser interpretada de desprecio, dando a consecuencia, la colección de perfiles con los que no se tiene actividad comunicativa, y que se mantienen por la evitación a la vergüenza, el escarnio y la posibilidad de que en algún momento el contacto tenga uso. Por otro lado, no solo se evita eliminar por el trastocamiento de la vida real, también se puede evitar agregar por el temor de trastocamiento a la vida virtual, como se ilustra en las siguientes citas.

Tengo una sobrinita y en estos días me envió la solicitud, yo no la he aceptado y al domingo que nos vimos me dijo, tía por qué no me has aceptado en Facebook, yo le dije que no he tenido tiempo; la verdad es que es por la mamá, ella se puede meter al

Facebook de la niña y si se da cuenta que yo la aconsejo cuando los papás tienen un problema, me gana un lio, entonces para evitarme ese choque mejor no agrego (E5).

Yo siempre he pensado que dos personas que tengan una relación es mejor no tenerse en Facebook, hay parejas que lo hacen para evitarse problemas, para no estar pendiente de las cosas del otro. Hay cosas como un me gusta, que hace que el otro esté imaginando cosas, y uno no puede controlar lo que le comentan y publican otras personas, es más fácil decirle a una pareja ni te agrego, ni me agregas tú (E3).

Llama la atención, que las relaciones de pareja contemporáneas incluyan dentro de la territorialidad a cuidar, el uso de redes, y que esto conlleve a que se abstenga de utilizarlas como medio de supervisión y vigilancia vincular. La red es también un escenario susceptible de celotipia, en parte, a razón de la multiplicidad de potenciales pretendientes o pretendidos esporádicos.

4.3.4 Desenlace

Las percepciones resultantes de la experiencia virtual son, a su vez, las estimuladoras de reflexiones sobre la misma; al igual de permitir acentuar sobre ¿cómo se están dando los procesos de ser sujetos en medio de una serie de dispositivos virtuales? Estos modos de ser sujetos, se reflejan en la gobernanza de los cuerpos por diversas vías, la primera de ellas, concierne al deseo, se estimula a ir en búsqueda de la insaciabilidad y calmar dichas ansias en el encuentro de lo consumible y la efímera satisfacción que ofrece. “No se reprimen las necesidades, se las estimula. En lugar de confesiones extraídas con tortura, tiene lugar un desnudamiento voluntario” (Han, 2014d, p. 31). La segunda vía, es puesta en la mesa a partir del lenguaje de los “auto”, autorrealización, autogestión, autoestima, son series de eslogan que se intentan resolver una pregunta fundamental por la experiencia del vacío, y que en la actualidad se da respuesta a través de la auto-explotación, paradójicamente, el medio digital resulta ser una vía de alienación cuando lo pretendido inicialmente es que sea un medio de asociación. Las siguientes líneas atravesarán por aquellas experiencias concluyentes a las que llegan los entrevistados.

Nada es real, por eso es un mundo virtual, todo lo que es susceptible a modificaciones, yo te puedo decir en redes sociales te amo, pero, por otro lado, tengo otro novio, uno puede tener doble vida, uno en lo virtual sabe de política, sabe de fútbol, de sexualidad, de absolutamente todo, porque puede opinar por todo, entonces por eso es que yo más bien subo memes o cosas que me parecen graciosas (E4).

La tensión inicia sobre el debate de la autenticidad, y la facilidad de gestión de una personalidad multifacética (Gergen, 2006), que no carece de aparente saber. “La hiperinformación y la hipercomunicación dan testimonio de la *falta de verdad*, e incluso de la *falta de ser*. Más información, más comunicación no elimina la fundamental imprecisión del todo. Más bien la agrava” (Han, 2014b, p. 23), cabe mencionar, que la tendencia a parecer más deseables y polifacéticos socialmente, no es exclusivo de la red digital.

El uso puede hacernos más solitarios, o más mentirosos con nosotros mismos, tú tienes una imagen virtual, esa imagen la proyectas según lo que quieras, pero por dentro están vacías. El ser anti social es una consecuencia de las redes sociales, es una consecuencia del uso que las personas le dan. Muchas personas no buscan espacios para interactuar físicamente, las personas que tienen problemas para relacionarse les queda mucho más fácil comunicarse a través del mundo virtual. Hay personas supremamente tímidas que por chat se sueltan y expresan todo, ya no tienes a la otra persona en la cara para verla, eso les da cierta facilidad para comunicarse y se quitan temores, puede generarse una persona totalmente diferente en redes sociales (E4).

A diferencia de las relaciones cara a cara, las electrónicas ocultan todo el comportamiento no verbal, de modo, que la persona que habla por chat no puede seguir indicios gestuales que le revelen si existe aprobación o no. El resultado de esto, es la tendencia a crear un otro imaginario, con el cual se puede fantasear en una relación de simpatía.

Otro elemento que se tiene en cuenta al momento de pensar la red como una estrategia asociativa, versa sobre la probabilidad de ser ésta, un atenuante de la soledad y el vacío o un potenciador de lo anterior, la falta de sinceridad y aceptación conduce a ampararse sobre la imagen proyectada. “En este caso, lo que se busca es otra cosa: aquí se trata de mostrarse abiertamente y sin temores, con el fin de constituirse como una subjetividad visible” (Sibilia, 2008, p. 91). Como ejemplo de esto, encontraremos a continuación algunos relatos relacionados sobre la proyección de estados emocionales.

Hay gente que publica, estoy triste, listo está bien que estés triste, pero qué ganas con publicarlo en Facebook, que la gente se compadezca, eso para mí es una pendejada demuestra es una falta de carácter, o cuando escriben, te amo eres el amor de mi vida y a la siguiente semana otros vuelven a ser el amor de su vida, entonces uno dice qué tan real es esta vaina, y lo que comparte (E4).

Es puro propagandismo, buscan es un sentimiento de pesar en los otros, buscan un apoyo falso. Llega una muchacha y pone, me dejó mi novio, y uno dice que pesar salga adelante; qué más le van a decir las otras cuarenta personas que están leyendo lo mismo. Uno no dice, de malas conténtese y si no puede entonces enójese más, uno no es capaz de escribir eso, uno es muy hipócrita, en las redes sociales se le terminará dando un consejo que ni lo leerá, un consejo que no me sale del alma (E6).

“A medida que el individuo tradicional se ve inmerso en un conjunto de relaciones cada vez más vastas, siente crecientemente a su yo como un manipulador estratégico” (Gergen, 2006, p.40). La emoción proyectada, tiene entonces como función de influenciar en la respuesta de un espectador que se encuentra al otro lado de la pantalla a través de la transparencia. Han (2014b) afirmará que lo que garantiza la transparencia es la hipercomunicación, los usuarios mismos colaboran de manera activa en su construcción y conservación, en cuanto se exhiben ellos mismos y se desnudan. Al hacer mención del segundo relato, llama la atención el aparente imperativo de respuesta social, que pone en tensión su sistema de valores y el nivel de cercanía en el espacio real que se tenga con esa

persona. Valdría la pena dejar la pregunta abierta ¿la no realización de una respuesta social es asociada por los inmigrantes digitales como una afectación moral a su persona?

En relación a las reflexiones que se hacen sobre la alienación, se compone de la precarización del dialogo presencial y la trivialización de las publicaciones, como se ilustrará en los siguientes testimonios de los entrevistados.

Pues ahora es mejor porque uno se comunica muy fácil, pero antes era muy bueno, porque la gente de ahora con esos teléfonos no tiene dialogo, se perdió eso, es como embrutecida pegada al teléfono, entonces la tecnología es muy buena, pero sin mantenerte esclavizado a los teléfonos, habiendo otras cosas más interesantes que hacer o más productivas (E7).

Todo lo que publiques puede ser usado en tu contra, muchas veces no generas la reacción que esperas, por ejemplo, hoy vi que una conocida publicó unos chats de un tipo que la estaba acosando y le pedía fotos. Obviamente a algunos nos pareció muy mal, y hay otros que se lo tomaron como chiste, entonces decían, no seas así mándale las fotos como lo haces rogar. Es una de las cosas que suele pasar con redes sociales, todas las reacciones son diferentes y no siempre pasa lo que uno espera que pase (E4).

La primera forma de alienación surge del uso práctico de dispositivos, que aíslan al individuo sobre lo que sucede contextualmente, mientras que, en la segunda, la no consecución del efecto esperado en los otros, puede dar lugar a emociones de incomprensión y soledad, lo que sostendría la representación de la red social como un espacio trivial, superfluo y aparente, “Nos embriagamos hoy con el medio digital, sin que podamos valorar por completo las consecuencias de esta embriaguez. Esta ceguera y la simultanea obnubilación constituyen la crisis actual” (McLuhan, 1996, p. 38). Para finalizar me gustaría mencionar la complejidad que abarca la brecha generacional que ha permitido creaciones como la de nativos e inmigrantes digitales, y sus características al estar en mayor o menor medida vinculados a la web. Asuntos como la performatividad al tener otra identidad, las construcciones morales, sociales, económicas y subjetivas, conducen a que nos veamos en la

necesidad de hacer una constante revisión de los fenómenos de época, y cómo estos fundamentan otras formas de comprender el fenómeno humano, no quisiera cerrar este capítulo sin antes darle protagonismo a la siguiente reflexión.

las personas que son muy jóvenes han crecido ya en eso de las redes sociales, desde que nacen, incluso antes de nacer, los papás ya los crean virtualmente, publicando fotos de la barriga y no hablan, ya están publicados en vídeos. Las personas actualmente crecen en dos vidas mínimo, la vida virtual y la vida real, entonces muchas veces no saben ya cuál es la diferencia porque ya tu vives en esa vida virtual. Los que ya tenemos añitos hemos vivido en una época en la que las redes sociales no era el centro de atención, en la que todavía para buscar a alguien teníamos que ir hasta la casa, golpear la puerta y preguntar por Fulanito, entonces es un mundo totalmente diferente ya no se concibe un mundo sin redes sociales. Hoy en día un adolescente le quitas el celular, la tableta, las partes de tecnología y no saben qué hacer, no saben dónde llegar, no saben cómo ir a buscar algo, quedan totalmente inhabilitados. La tecnología se ha vuelto absolutamente necesaria y vital para ellos y también para uno, se va volviendo indispensable (E4).

5 Discusión

El objetivo principal consistió en comprender el significado que los adultos otorgan a la intimidad y su relación con las prácticas de sociabilidad al hacer uso de las redes sociales digitales. Para dar respuesta a dicho objetivo se tomó en consideración tres temas que fueron centrales durante el proceso investigativo.

El primero, fue la relevancia de las narrativas de los participantes sobre el proceso de apropiación de las redes sociales, y cómo esto se articula a procesos de tránsito entre la vida analógica y la digital; dado que, las construcciones experienciales de décadas anteriores al auge de la revolución digital entran en juego. Entre los principales hallazgos se encuentra, la individualización de los aparatos tecnológicos para su libre uso, las demandas sociales que pesan sobre los participantes y los vínculos presenciales previos.

Sobre lo anterior Gergen (2006), ya sostenía que las innovaciones tecnológicas son aceleradoras de la interacción social y de la individualización sobre cómo se comunican las personas, en base a que se pasa de inventos como el teléfono fijo que era propio del uso familiar, a la utilización de dispositivos móviles que cumplan mayor número de funciones y se convierten de uso personal.

Las demandas que se realizan sobre los potenciales usuarios de la red social digital, son otro aspecto a considerar, demandas como las sociales, académicas y las laborales son las que cobran mayor fuerza; en parte, esta última exigencia es explicada por Illouz (2007), cuando señala que las relaciones interpersonales son el epicentro de otro tipo de relaciones de índole económico. Los repertorios del mercado se entrelazan con otro tipo de lenguaje como lo es el emocional y en ese sentido forjan formas de sociabilidad en base a la generación de necesidades, que en últimas sirven para demostrar si se posee una existencia a partir de una plataforma y qué nivel de autogestión posee sobre la misma.

Los vínculos presenciales previos se tendrán en cuenta como un contenido emergente no previsto teóricamente. No obstante, la corporalidad en lo comunicativo como lo explicaré

más adelante, si tendrá una relación estrecha con los antecedentes teóricos. La vinculación social previa, siendo entendida como netamente presencial, se presentó como un postergador o facilitador del acercamiento a estos espacios digitales. La riqueza de la sociabilidad o desenvolvimiento por fuera de la red, conlleva a que los potenciales usuarios no sientan gran necesidad de acudir al medio tecnológico y por ende pueda aplazarse, sin mencionar que el estilo de vida social de los no nativos digitales, probablemente ya se encuentre lo suficientemente consolidado, por lo cual no ven en lo telemático algo imprescindible.

Por otro lado, al mencionarlo como facilitador se alude a la participación de personas cercanas en el proceso de tránsito de lo analógico a lo virtual, donde se ratifican vínculos anteriores, propios de la vida no virtual ahora atravesados por un perfil electrónico. La corporalidad en este sentido presenta un asunto problemático, puesto que la ausencia de un otro, como podría ser en la conversación, conlleva a cierto nivel de decadencia a la hora de comunicar, siendo lo anterior consonante con lo postulado por Castañeda (2011) y Han (2014c), en la actualidad buena parte de la sociedad evita cada vez más el contacto directo con las personas reales, es más, con lo real en general. Tiene por mediador de la comunicación el smartphone que hace las veces de espejo negro, donde los sonidos, las imágenes y las palabras son optimizadas y traducidas a bytes.

El segundo aspecto que se analiza, es el significado atribuido a la intimidad que realizan los adultos al hacer uso de las redes sociales digitales. Cabe mencionar, que el principal hallazgo fue la aparición de la privacidad como un concepto habitualmente aparejado e indiferenciado de lo íntimo; y de qué manera esto interactúa con el comportamiento público de lo que se explicita en la red social digital. La carencia que observan los participantes de los conceptos anteriores al momento de la utilización de lo digital, implica para los inmigrantes digitales una posición de vulnerabilidad y desconfianza en dichos contextos.

Illouz (2007), sitúa al sujeto como participe de la esfera pública a través de la construcción y la exposición de emociones privadas. Es precisamente esta distinción la que intenta subvertir el inmigrante digital, puesto que ve en la exposición de emociones privadas

una desnudes no consensuada de alcance global. Al respecto, las construcciones morales que han consolidado sirven de matiz diferenciador con el nativo digital, puesto que los primeros ven en la red la necesidad de no trastocar las distintas esferas de sus vidas con una aplicación divulgadora, en cambio los segundos tienen mayor probabilidad de ver en la plataforma electrónica una oportunidad de generar efectos estratégicos sobre el otro, o un espacio para la edición de su propia imagen y recepción de aprobación, Villanueva (2014), registró que estas instancias de interacción permiten a cada usuario editar y aprobar su presentación personal antes de ser vista por un tercero. El rol de cada usuario se convierte en el de un estratega que elige qué información exhibir y cómo hacerlo socialmente.

Uno de los principales cuestionamientos que realizan los participantes frente al ejercicio de lo digital, versa sobre lo íntimo que son las emociones sobre sí, sentimientos, familia, experiencia de pareja y lo incompatible que resulta explicitarlos en un medio público, esto va en consonancia con lo denunciado por Han (2014b), "Se cree conseguir la transparencia del alma por el hecho de revelar los sentimientos y emociones íntimos, desnudando así el alma" (p. 68). La sociedad desde su punto de vista, trabaja para eliminar toda máscara exponiéndola de forma desnuda y uniformada para ser optimizada y consumida, en este sentido la exposición emocional incentiva una maquinaria del espectáculo en la sociedad contemporánea.

Con lo dicho hasta acá se pretende presentar que los resultados de esta investigación señalan, por un lado, una privacidad constantemente amenazada por intereses mercantiles, mientras que por el otro, existe una intimidad que abarca aspectos emocionales en relación a sí mismo, los sentimientos, la familia y la experiencia de pareja, que son utilizados cada vez, con mayor frecuencia para alimentar la experiencia de consumo, al tiempo que hace de la experiencia humana algo más árido, dado lo enajenante que resulta para la generación de su capacidad reflexiva. Lo anterior entra en concordancia con lo propuesto por autores como Trejo Delarbre (2015) y Sibilia (2008), los cuales encuentran en la exposición y la murmuración mediática de la vida privada una de las maneras a través de las cuales, en la época contemporánea las empresas comunicacionales administran la mercantilización de la información íntima con fines de venta de la espectacularidad.

El tercer aspecto, plantea algunos puntos que permiten dimensionar las implicaciones subjetivas que tienen para los participantes las relaciones sociales que construyen en la red. Estas implicaciones se componen por elementos como, el mercado, la vinculación, la eliminación.

A parte de las innovaciones tecnológicas, existe un entramado de desarrollo que ha posibilitado el miramiento hacia el yo desde una perspectiva de autogestión, el neoliberalismo. La libertad de competencia económica y la exacerbación sobre la autodeterminación individual, han minado y gestado desde la interioridad el espíritu del emprendimiento que se plantea como la respuesta a una profunda crisis social que se vive en nuestros días. Aplicado a la red social, el hallazgo principal sobre este tema, enfatiza en el desdibujamiento que se da entre perfiles personales y comerciales, además de la utilización de redes específicas donde se explotan sus cualidades de difusión e impacto visual. Esta visión sobre las necesidades sociales se asemeja a los postulados de Osorio (2006) en donde comenta que el mercado es transformado en el campo de lo social, el cual, gracias al libre mercado, las necesidades de las personas se detectan por sí mismas y es el mercado el único mecanismo capaz de satisfacerlas.

Como elemento emergente de la presente investigación se indagó por lo que se pone en juego al convertirse en sujeto global a partir de la red, encontrando frente a la vinculación pesquisas como los contactos esporádicos y la intensidad de dichos encuentros dada la inmediatez y la elección por lo similar que caracteriza al mundo actual. El me gusta o la selección a partir de lo que es parecido caracterizó estas formas de relación, Han (2014b) registra esto, como una serie de mecanismos cuyo objetivo es posibilitar la utilización expansiva de la web. Solo lo que es deseable a criterio personal, es digno de ejercer influencia sobre los pensamientos, emociones y sentimientos.

Otro hallazgo llamativo es sobre los aspectos morales que se ponen en juego al momento de agregar, sustituir, bloquear o eliminar a otros usuarios de su red, parece ser que existe una generalización entre la vida virtual y la vida analógica, en donde el hecho de

eliminar en lo virtual es equiparado a muestras de desprecio en lo analógico, dando como resultado la evitación de la eliminación para que su vida analógica no se vea trastocada, quedaría entonces la pregunta abierta sobre las construcciones morales que hacen los inmigrantes digitales cuando equiparan conductas de la vida analógica con prácticas de la virtualidad.

Para finalizar, comprender el significado que los adultos otorgan a la intimidad y su relación con las prácticas de sociabilidad al hacer uso de las redes sociales digitales, implica no solo explicitar los aspectos previamente mencionados, sino adentrarse en una lectura que procure ir un poco más lejos del dato concreto, y acentuarlo bajo unas condiciones de época que condicionan tanto la forma de expresión del fenómeno a indagar como las posibles lecturas que se puedan hacer de este. En términos generales la presente investigación apunta a la consolidación teórica de asuntos como la intimidad, la privacidad y las prácticas en redes sociales por parte de los inmigrantes digitales, en donde se intente dar preminencia a las narrativas y construcciones de significado, que a su vez, permitan estimular más preguntas que respuestas sobre las necesidades del saber en el campo del conocimiento frente a fenómenos contemporáneos.

Referencias.

- Agudelo Sánchez, E. (2014). Homo Googlens: diseminación del lenguaje y su influencia en la comunicación glocal. *Revista Lasallista de Investigación*, 11(2), 123–128.
- Alonso González, M. (2016). Opinión pública y web 2.0. Las redes digitalizan el barómetro político en España. *Revista mexicana de opinión pública*, (21), 95–113.
- Altman, I. (1975). The environment and social behavior: Privacy, personal space, territory, crowding. *Brooks/Cole Pub. Co.* Monterey, California.
- Amador, R. (2006). Sobre la venta de Telecom. *Revista semana*. Recuperado de: <https://www.semana.com/opinion/articulo/sobre-venta-telecom/78460-3>
- Briales Recerca, Á. (2017). Emprendedores fracasados: individualización neoliberal en los discursos sobre el desempleo. *Revista pensamiento y análisis*, (20), 79–104. doi: <http://dx.doi.org/10.6035/Recerca.2017.20.5>
- Builes Beltran, C. Y. (2016). “Kioscos Vive Digital”: una estrategia digital y de conectividad para promover la inclusión social en comunidades rurales en Colombia. *International Journal of Psychological Research*, 9(1), 126–130.
- Calvento, M. (2006). Fundamentos teóricos del neoliberalismo: su vinculación con las temáticas sociales y sus efectos en América Latina. *Convergencia*, (41), 41-59.
- Cañedo Andalia, R. (2004). Aproximaciones para una historia de internet. *Centro nacional de información de ciencias médicas*, (s.n), 1–34.
- Castañeda, H. (2011). Navego luego existo, la vida en el universo de la virtualidad. *Editorial universidad de Antioquia*. Medellín, Colombia.
- Castañeda, L. y Gutiérrez, I. (2010). Aprendizaje con redes sociales. Tejidos educativos para los nuevos entornos. *Editorial MAD, S. L.* Sevilla, España.

- Castellanos, L. M., Sepúlveda, J., y Denegri, M. (2016). Análisis teórico de la relación entre estilos de compra, valores materiales y satisfacción con la vida en la adolescencia. *Revista de Psicología y Ciencias del Comportamiento de la U.A.C.J.S*, 7(1), 1-22.
- Castillo, P. (2015). Los saberes psicológicos en el neoliberalismo: el caso de las políticas sociales y la teoría del apego en Chile. *Universitas Psychologica*, 14(4), 1325-1338.
- Condorelli, A., y Gambetta, L. (2016). De la movilización ciberactivista a una biopolítica de las redes. *Dixit*, 25(2), 4-15.
- Congreso de la Republica. (2006). Ley 1090 de 2006. Diario Oficial No. 46.383 de 6 de septiembre de 2006.
- Finkielkraut, A., y Soriano, P. (2006). Internet, el éxtasis inquietante. *Libros del Zorzal*. Buenos aires, Argentina.
- Galeano M. (2004). Diseño de proyectos en la investigación cualitativa. *Fondo Editorial Universidad Eafit*. Medellín, Colombia.
- Gallini, S., y Noiret, S. (2011). La historia digital en la era del web 2.0 introducción al dossier historia digital *Historia crítica*, (43), 16-37.
- Garrido, N. (2015). Imagen digital y sitios de redes sociales en internet: ¿Más allá de la espectacularización de la vida cotidiana? *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (54), 165-176.
- Gergen, K. (2006). El yo saturado. Dilemas de identidad en el mundo contemporáneo. *Paidós*. Barcelona, España.
- Gil Juárez, A., Vall lloverá, M., y Feliu, J. (2010). Consumo de las TIC y subjetividades emergentes ¿Problemas nuevos? *Intervención psicosocial*, 19(1), 19-26.
- González Barrientos, M. (2017). Significaciones atribuidas por jóvenes universitarios chilenos al uso de redes sociales en el ejercicio de su vida amorosa. *Summa Psicológica*. 14(1), 82-91.

- Han, B. (2014a). *La agonía del Eros*. Herder Editores. Barcelona, España.
- Han, B. (2014b). *La sociedad de la transparencia*. Herder Editores. Barcelona, España.
- Han, B. (2014c). *El enjambre*. Herder Editores. Barcelona, España.
- Han, B. (2014d). *Psicopolítica*. Herder Editores. Barcelona, España.
- Hari Kunzru, H. (2017). Cuando nuestros pensamientos dejan de ser nuestros. *Revista The New York Times*. Recuperado de: <https://www.nytimes.com/es/2017/12/07/cuando-nuestros-pensamientos-dejan-de-ser-nuestros/>
- Harvey, D. (2007). *Breve historia del neoliberalismo*. Akal. Madrid, España.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6 ed.). México: McGraw Hill.
- Herzfield, M. (2012). Ritmo, tempo y tiempo histórico: la experiencia de la temporalidad bajo el neoliberalismo. *Revista Antípoda* (14), 17-40.
- Illouz, E. (2007). *Intimidades congeladas*. Katz Editores. Madrid, España.
- Illouz, E. (2010). *La salvación del alma moderna*. Katz Editores. Madrid, España.
- Laval, C., y Dardot, P. (2014). *La Nueva Razón del Mundo*. Gedisa Editorial. Barcelona, España.
- Martínez Guzmán, F. A. (2016). Las nuevas categorías sexuales y la psicología del sujeto como ‘empresario de sí’: un análisis sobre los dilemas de la disidencia sexogenérica en el contexto neoliberal. *Universitas Psychologica*, 14(5), 1539-1550.
- Martínez M. (1999) *Comportamiento humano: nuevos métodos de investigación*. México: Editorial Trillas.

- McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*, Paidós. Barcelona, España
- Ministerio de Salud. (1993). Resolución n° 008430 de 1993 de la Republica de Colombia. Recuperado de: http://www.minsalud.gov.co/Normatividad/RESOLUCION_8430_DE_1993.pdf.
- Ojeda Copa, A. R. (2016). Cohesión e interacción en grupos de Facebook: el caso de los grupos de sociología y antropología de UMSS. *Punto Cero*, 21(33), 36–48.
- Osorio, R. (2006). Los principios del modelo neoconservador de gobernabilidad aplicado en América Latina durante los' 90. *Nueva Sociedad*, (205) 23-29.
- Reguillo, R. (2012). Navegaciones errantes: De músicas, jóvenes y redes: de Facebook a Youtube y viceversa. *Comunicación y sociedad*, (18), 135–171.
- Robles, J. (2014). Mercados municipales y tecnologías digitales: entre el e-comercio y nuevas formas de convivialidad. *Anthropologica*, 32(33), 137–161.
- Román García, S., Almansa Martínez, A., y Cruz Díaz, M. (2016). Adultos y mayores frente a las TIC. La competencia mediática de los inmigrantes digitales. *Comunicar*. 24(49), 101-109.
- Rubio Ríos, A. (2016). Capital humano y sociedad de control. *Cuadernos de Filosofía Latinoamericana*, 115(37), 103-126
- Sandoval Casilimas, C.A. (1996). *Investigación cualitativa*. Bogotá: Instituto colombiano para el fomento de la educación superior.
- Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo. Titivillus*. Editor Digital.
- Strauss, A., y Corbin, J. (2012). *Bases de la investigación cualitativa: técnicas y procedimientos para desarrollar teoría fundamentada*. Medellín: Editorial Universidad de Antioquia.

- Suarez, B. (2014). ¿Qué estás pensando?: El dispositivo de enunciación en la red social Facebook. *La trama de la comunicación*, 18(1), 83–93.
- Tamayo, M. A., Delgado, J. D., y Penagos, J. E. (2009). Génesis del campo de internet en Colombia: elaboración estatal de las relaciones informacionales. *Signo y pensamiento*, 28(54), 238–264.
- Torralba, F. (2014). La intimidad. *Editorial Milenio*. España.
- Trejo Delarbre, R. (2015). De la libertad a la intimidad: Nuevas pulsiones en el espacio público. *Revista Mexicana de Comunicación*, 137(1), 38-43.
- Túñez López, M., García, J. S., y Guevara-Castillo, M. (2011). Redes sociales y marketing viral: repercusión e incidencia en la construcción de la agenda mediática. *Palabra Clave*, 14(1), 53–65.
- Uribe Saavedra, F., Rialp Criado, J., y Llonch Andreu, J. (2013). El uso de las redes sociales digitales como herramienta de marketing en el desempeño empresarial. *Cuadernos de Administración*, 26(47), 205–231.
- Vargas Franco, A. (2016). Redes sociales, literacidad e identidad(es): el caso de Facebook. *Colombian Applied Linguistics Journal*, 18(1), 11–24.
- Vasilachis de Gialdino, I., Ameigeiras, A.R., Chernobilsky, L.B., Giménez Béliveau, V., Mallimaci, F., Mendizábal, N., Neiman, G., Quaranta, G y Soneira, A.J. (2006). *Estrategias de investigación cualitativa*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Villanueva, A. (2014). Tres momentos en el diseño de espacios de interacción digital. *Revista Ciencia y Cultura*, 18(32), 75–87.
- Zurita, C., y Tasso, A. (2017). El secreto y las razones para ocultar. Acerca de la voluntad de engaño. *Apuntes de Investigación del CECYP*, (29), 177-181.

Anexos

Anexo 1. Consentimiento informado

Universidad de Antioquia
Facultad de Ciencias Sociales y Humanas
Departamento de Psicología
pregrado en Psicología

Consentimiento informado

La encrucijada digital, la disputa por lo íntimo en las prácticas de socialización

Identificación del investigador

Nombre: Yojan Molina Bedoya

Teléfono: 3196309173

Correo: Yojan.molina@udea.edu.co

Introducción

A usted señor(a) _____ se le ofrece la posibilidad de participar de la investigación “La encrucijada digital, la disputa por lo íntimo en las prácticas de socialización” a realizarse durante el periodo 2018-2019.

Usted debe saber que:

- La participación en la investigación es de carácter voluntario y, si bien lo ideal para esta es que su participación sea hasta el fin del proceso, puede terminar con su colaboración en el momento que lo desee, sin tener que dar explicación o justificación alguna por tal decisión.
- La investigación garantizará el uso responsable y confidencial de la información.
- La participación en la investigación no tiene ninguna retribución o compensación de carácter económico.

Información de la investigación.

Este trabajo pretende acercarse a las percepciones sobre las prácticas de sociabilidad en redes sociales digitales y la construcción de intimidad en los usuarios de la misma. El objetivo principal es describir las percepciones (opiniones, ideas, etc.), sobre dichas prácticas de sociabilidad, con esa finalidad se realizarán entrevistas semiestructuradas, que consisten en un dialogo abierto sobre algunas temáticas previamente identificadas por el investigador o sobre aspectos que surjan durante el encuentro. La información recogida tendrá un uso exclusivamente académico.

Objetivo: este trabajo busca comprender el significado que los adultos otorgan a la intimidad y su relación con las prácticas de sociabilidad al hacer uso de las redes sociales digitales.

Procedimiento: se realizará una entrevista semiestructurada por informante con el objetivo de explorar el tema propuesto. Los sujetos participantes pueden expresar con toda libertad su opinión y pueden abstenerse de contestar o tocar algunos temas que no consideren pertinentes. La entrevista tiene un tiempo estimado entre cuarenta y cinco minutos y una hora. Esto puede variar de acuerdo a las necesidades del encuentro. La información recogida en la entrevista será grabada y transcrita.

También se hará, en la última etapa de la investigación, una devolución a los participantes sobre los hallazgos y conclusiones del proceso.

Responsabilidades que asume el investigador frente a los riesgos que pueda generar la participación: el investigador se hace responsable de cualquier situación incómoda que se pueda generar y estará presto a resolverla de manera inmediata. Teniendo en cuenta que los temas tratados en la entrevista son de carácter íntimo y que hablar de los mismos puede generar reacciones emocionales fuertes, el investigador, por su formación en el área de psicología, estará dispuesto a realizar una intervención o asesoría para solucionar la situación suscitada por el proceso de investigación. Además, se consideran las rutas de atención especializadas en caso de necesitar un acompañamiento más amplio.

Esta investigación contempla los parámetros establecidos en la resolución N° 8430 de 1993 del Ministerio de salud, la cual establece las normas para la investigación en el área de la salud, y la Ley 1090 del 2006—Código Deontológico y Bioético en Psicología— que reglamenta el ejercicio de la profesión y establece los parámetros éticos que se deben cumplir.

Reserva de la información y secreto profesional: la información dada al investigador será usada de manera responsable y tendrá un carácter confidencial, su uso tiene una finalidad estrictamente académica. A los participantes se les brinda la posibilidad de permitir el uso de sus nombres reales o, por el contrario, de que se les asigne un código para proteger su identidad en futuras publicaciones (informes, artículos, etc.)

Los participantes tendrán la posibilidad de solicitar información relacionada con los propósitos, procedimientos e instrumentos de recopilación de datos u otra información complementaria cuando lo deseen, y esta les será entregada.

La encrucijada digital, la disputa por lo íntimo en las prácticas de socialización
Pregrado en Psicología- Universidad de Antioquia

Consentimiento informado

Después de leer la información respecto a la investigación “La encrucijada digital, la disputa por lo íntimo en las prácticas de socialización”, y de haber resuelto mis dudas e inquietudes en relación al proceso investigativo, manifiesto que yo, _____, decido formar parte de la investigación como participante. Autorizo al investigador a usar la información recogida sobre la temática abordada en los encuentros; y a que esta se utilice en informes y, eventualmente, en artículos científicos.

Firmo este documento de CONSENTIMIENTO INFORMADO en presencia del investigador _____, y doy fe de mi libre decisión de participar de esta investigación y manifiesto que no ha habido ningún tipo de presión o coacción para participar en la investigación; además, dicha decisión la tomé en pleno uso de mis facultades mentales, sin encontrarme bajo los efectos de ninguna sustancia.

Autorizo a que mi nombre sea utilizado ___ o, por el contrario, exijo que mi identidad sea protegida con el uso de un código asignado por el investigador _____.

He recibido copia de este documento_____

Firma del participante:

Nombre: _____ Firma: _____

Cédula de ciudadanía N° _____ de: _____

Firma del investigador:

Nombre: _____ Firma: _____

Cédula de ciudadanía N° _____ de: _____

Firmado en _____ el día ___ del mes _____ del año _____.

Anexo 2. Guía para la realización de las entrevistas

Temas abordados

- Proceso de acercamiento a lo digital
 - Motivadores
 - Necesidades
- Prácticas y dispositivos de socialización previos a la virtualidad
- Imaginarios iniciales sobre lo digital
- Percepciones iniciales sobre las experiencias de socialización en la red.
- Prácticas de sociabilidad en la web
 - Redes con mayor uso
 - Finalidad del uso.
 - Conocidos y desconocidos
- Noción sobre la intimidad y la privacidad
- Prácticas de exposición de la intimidad en la red
- Posibles efectos de las prácticas de exposición
- Gestión de la seguridad en la información
- Noción sobre la eliminación e implicaciones
 - Sociales
 - Familiares