

## **La socialización Mediada en las Interacciones juveniles. La Construcción del Yo en Facebook**

Julia Pérez Naranjo  
julia\_perez\_naranjo@hotmail.com  
Universidad de Guadalajara, México

Armando Martín Ibarra López  
armandoibarra60@hotmail.com  
Universidad de Guadalajara, México

Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad, "Jóvenes y tecnología: nuevas formas de socialización". Año 3, número 4, octubre 2012-marzo 2013.

Recibido: 28-02-2013  
Aceptado para su publicación: 11-03-2013

Julia Pérez Naranjo. Licenciada en Sociología y Maestra en Comunicación por la Universidad de Guadalajara. Actualmente se desempeña como docente en Teorías de la Comunicación en la Universidad del Valle de Atemajac.  
Armando Martín Ibarra López. Licenciado en Sociología, Maestro en Educación Y Doctor en Ciencias Sociales por la Universidad de Guadalajara y CIESAS del INAH. Actualmente es profesor e Investigador Nacional, nivel 1.

## La socialización Mediada en las Interacciones juveniles. La Construcción del Yo en Facebook

Julia Pérez Naranjo

Armando Martín Ibarra López

### Resumen

El artículo aborda del tema de la construcción del yo emocional de un grupo de jóvenes a través de las narrativas que se presentan en los muros de sus cuentas en la red social Facebook, participan 6 jóvenes y se analizan en total 300 comentarios mediante observación y entrevistas cualitativas por medio del chat de Facebook.

Se considera el despliegue de la intimidad, la afectividad y de las emociones, como un comportamiento que se ha incrementado en el capitalismo y que contribuye a diluir las líneas que dividen las esferas de lo público y lo privado, además de a la construcción de un carácter social alterdirigido.

### Palabras clave

Construcción del yo, socialización, socialidad y carácter social.

### Abstract

The paper addresses the issue of emotional self construction of a group of young people through the narratives presented in the walls of their social network accounts on Facebook, part 6 young and analyzed a total of 300 comments by observation and qualitative interviews via Facebook chat.

It considers the deployment of intimacy, affection and emotions, as behavior that has increased in capitalism and helping to dilute the lines dividing spheres of public and private, in addition to the construction of a social character directed by others.

### Keywords

Construction of the self, socialization, sociality and social character.

### Introducción

La socialización en estos momentos se ha convertido en una teoría que se actualiza y se potencializa al explicar cómo el individuo se constituye en ser social en el mundo actual, signado por un desarrollo vertiginoso de las tecnologías y medios de la información y la comunicación.

La sociedad actual ha cambiado de una manera más dinámica sus estructuras que la conforman que en otras épocas. Lo que los sociólogos fundadores experimentaron durante casi un siglo en la construcción de la teoría social desde una perspectiva macro, hoy en día lo estamos observando en muy poco tiempo. El cómo el sujeto se hace un ser social en esta sociedad se puede entender desde modelos de explicación más directos, en las interacciones de los sujetos a partir de teoría de la socialización en el marco de las sociedades actuales. El estar juntos e interactuar socialmente ha modificado sus formas sobre todo en los niños y jóvenes contemporáneos.

La llamada sociedad global signada por una explotación de la información en ciertos grupos sociales, ha modificado las maneras de usar la tecnología y el conocimiento en la vida cotidiana. Es decir, se ha estado reinventando la coexistencia social (Mafessoli, 2009), decimos en la perspectiva sociológica, las maneras en que las personas se comunican, interaccionan y se van constituyendo en seres sociales de esta sociedad, la actual, en la que vivimos.

La sociedad contemporánea se caracteriza por ser una sociedad con un crecimiento en el uso y consumo de los medios de comunicación tradicionales y los denominados nuevos o tecnologías de información y comunicación en las actividades cotidianas de trabajo, de diversión y de convivencia social. El tratar de explicar cómo estos cambios en los entornos sociales nos hacen diferentes a otros individuos de otras sociedades y épocas, será parte importante de las agendas actuales de los estudios sociales existentes.

En este artículo expondremos las primeras exploraciones a las formas de interacción de los jóvenes en el espacio denominado redes sociales en internet. Abordaremos las maneras en que los jóvenes reproducen prácticas de interacción social mediada y las diversas formas en las que la estructura de Facebook las contextualiza. En este trabajo se analizan las maneras específicas en que los jóvenes utilizan los muros de Facebook, en su doble función, como herramientas de los sitios de redes sociales: como formas de representación del sí mismo y como canales para interaccionar.

Esta forma de acercarnos a este entorno social juvenil fue mediante un estudio 6 con jóvenes usuarios en esta plataforma, que incluyó la observación de muros combinada con entrevistas cualitativas que nos permitieron acercarnos a las prácticas dominantes de esta edad, a sus formas de interaccionar y de constituir como decimos en el título de este documento, su yo emocional.

Con el fin de analizar los comentarios en los muros, se seleccionó una muestra al azar de 300 comentarios, 50 para cada uno de los participantes. Una vez analizados, esta selección de comentarios dio como resultado tres categorías principales que serán explicadas en este trabajo: las narrativas del éxito, las narrativas del fracaso y los comentarios registro. Así mismo, observamos y describimos otras características que se identificaron en la mayoría de los comentarios de los muros de Facebook, esto es, el uso del ciberlenguaje en términos generales y el uso de emoticonos –abreviaciones y anglicismos–, elementos que le otorgan un carácter más emotivo y expresivo al lenguaje.

A través del análisis de las narrativas de estos jóvenes en Facebook queremos explorar las formas diversas en que la plataforma deviene en espacio para la construcción del yo mediante su textualización; es decir, su objetivación en lenguaje escrito, un yo fuertemente marcado por la afectividad y la necesidad de exponer públicamente las emociones y la subjetividad humana, comportamiento que es incrementado en el capitalismo y que ha venido a diluir la separación entre las esferas de lo público y privado de la vida social moderna.

## *Socialización y Socialidad una manera de explicar la construcción del Yo*

Es común en las ciencias sociales y especialmente en sociología, que se utilicen los conceptos de socialidad, sociabilidad y socialización como sinónimos, por ello en este apartado se pretende hacer un breve comentario que defina y explique algunas diferencias.

La sociedad en términos sencillos y básicos, se refiere a la forma en que los seres humanos interactúan, se interrelacionan pero sobre todo se comunican. La comunicación es el proceso de interacción más básico de la especie humana. Pero la sociedad se ha venido modificando en algunas épocas de manera más lenta y últimamente de manera más dinámica.

Las ciencias sociales han generado modelos de explicación teórica que permite dar cuenta de estos cambios en las formas en que nos constituimos en sociedad, de tal manera que se han generado tres teorías fundamentales que explican el proceso de ser social. Es decir nos ayudan a explicar las formas en que los individuos se hacen, se constituyen en seres sociales o como dice Giddens en agentes de la sociedad. Así, sociedad y agente son determinados así mismos. La sociedad define formas de ser social y el agente modifica las estructuras sociales de acuerdo a sus formas de interacción y comunicación.

Los primeros sociólogos intentaron explicar la sociedad y las formas de interaccionar y de formación social de los individuos desde la teoría de la socialidad; es decir, formularon sus explicaciones desde una perspectiva muy amplia y desde las estructuras macro y definieron los modelos de sociedad entrecruzados con el cambio social, donde irremediamente el individuo era resultado de esa sociedad, un títere agarrado de las estructuras sociales intermedias que desde ahí interactuaba y crecía como individuo social.

El avance mismo de las concepciones sociológicas y de las interpretaciones del ser humano psicológicas y antropológicas trajo contrapesos, permitió desarrollar teorías que dieran cuenta de aspectos más vinculados al individuo social o a las formas en que se hace agente social.

La socialización se generó como un eje de explicación de la formación social del individuo desde diferentes teorías y perspectivas sociológicas.

La socialización es el proceso mediante el cual el sujeto se adapta a la estructura social. Algunos lo plantean de forma conflictiva o funcional y en algunas ocasiones sin aceptación de parte de los sujetos sobre todo en edades maduras o de resocialización. Por su parte la sociabilidad nos explica la forma en que interaccionamos o nos comunicamos entre sí en una sociedad determinada; es decir, las formas en que nos vamos haciendo individuos de esa sociedad concreta. Ambos conceptos socialización y sociabilidad nos ayudan a entender los estilos de sociedad o como se constituyen las sociedades.

Otra manera de explicación se puede entender a partir también de dos niveles: el primero en la distinción –y la interacción conflictiva– entre el individuo presocializado y el socializado, es decir entre nuestro *I* (yo) y nuestro *Me* (mi) para expresarlo en términos de Mead (1967). El otro nivel se refiere a la distinción y a la ya compleja interacción, entre nuestro *Self* socializado –el cual incluye al primer nivel, ese que relaciona y enfrenta al *I* y al *me*– con nuestro entorno social objetivo (Navarro, 2002), el sujeto y su sociabilidad.

Podemos decir que el hombre se diferencia de los demás animales en el momento en que se socializa. Sin embargo, éste es capaz de vivir en sociedad no sólo porque haya sido socializado, sino también porque tiene una forma específica denominada socialidad. La socialidad humana está constituida por procesos de sincronización conductual, estos procesos son producidos por un aparato peculiar que se denomina conciencia. Así pues, la socialidad humana es la única que se constituye a partir del mecanismo de la conciencia, que es una forma de subjetividad que produce la conducta más propiamente característica de los seres humanos (Navarro, 1994).

Por conciencia debe entenderse además una conciencia autoconsciente, es decir, conciencia de un yo, en donde ésta implementa un cierto tipo de subjetividad que consiste en un modelo biográfico de autorepresentación temporal dotado de características complejas. La importancia de la conciencia es pues, que a través de ella pueden emerger imágenes temporales complejas que forman parte del modelo

biográfico de autorepresentación temporal de una subjetividad. La conciencia hace posible en los individuos este tipo de imágenes temporales pasadas y futuras, complejas y potentes, que son peculiares de la subjetividad humana. Sólo el hombre está en posición de representar en su presente historias elaboradas o imágenes temporales complejas del pasado y futuro de su evolución subjetiva.

Navarro (1994) argumenta que la sociabilidad, a diferencia de la socialidad, hace referencia a un aspecto emotivo-afectivo que nos empuja a relacionarnos e interaccionar con nuestros semejantes. Llega incluso a manifestar que la sociabilidad, así entendida, no es muy diferente de la de otros primates que se caracterizan por su capacidad y necesidad de interacción afectiva e intensa con otros de su misma especie. Bajo esta idea, Navarro se distancia de las definiciones de socialidad<sup>1</sup> que hacen autores como Maffesoli, que más bien refieren al de sociabilidad en la forma en que la entendía el sociólogo alemán George Simmel.

Simmel (2002) afirma que la sociedad no es una entidad fija sino constantemente formada a través de la interacción social que tiene lugar dentro de una diversidad de formas. La asociación entendida como acción recíproca o interacción social es la forma principal en que los intereses de los seres humanos se cristalizan, en este sentido la sociología sería la ciencia que estudia las formas emergentes y permanentes de esa asociación. De acuerdo con el mismo autor, principalmente las formas sociales incluyen: el intercambio, el conflicto, la dominación, la prostitución y la sociabilidad. Estas formas de interacción son tipos de relación entre las personas que están basadas en patrones característicos.

Simmel acentúa el carácter lúdico de la sociabilidad, es decir, una interacción que se da sin otro propósito más que la interacción misma. La entiende como la forma más espontánea de unirse y la más pura de la socialidad humana. Un tiempo social o tiempo libre en donde los roles sociales más serios se suspenden y que, desde un punto de vista utilitario, no responde a ningún objetivo más allá de hacer de la compañía de los otros disfrutable. Así, la sociabilidad extrae sus formas de las relaciones serias entre los hombres, pero estas prescinden de la fricción de las relaciones de la vida real ya que adoptan un

<sup>1</sup> Maffesoli al contrario de Simmel propone traducir el término alemán *Geselligkeit* por socialidad y no por sociabilidad, sin embargo sigue la perspectiva de este último autor en la conceptualización y entendimiento del concepto.

## La asociación entendida como acción recíproca o interacción social es la forma principal en que los intereses de los seres humanos se cristalizan

carácter lúdico. Sin embargo, Hjarvard (2009) ha objetado sobre lo que considera una interpretación exagerada de Simmel sobre el carácter libre y lúdico de la sociabilidad, ya que ésta como otras formas de interacción, se adhiere a normas y expectativas sociales que pueden variar de acuerdo a la cultura y a la clase social de las personas.

Siguiendo a Simmel, Mafessoli propone llamar sociabilidad electiva a las prácticas asociativas en donde lo que prevalece es el hecho de estar juntos, más que un objetivo por alcanzar. Denuncia que la insistencia en la deshumanización y el desencanto del mundo moderno ha impedido ver las redes de solidaridad que constituyen la socialidad. Para este autor, en cada época predomina un determinado tipo de sensibilidad “un estilo que especifica las relaciones que entablamos con los demás” (Mafessoli, 2009: 145). Así pues, para esta época tocaría un estilo que privilegia la dimensión afectiva o sensible, dando lugar a agregados efímeros, indefinidos y particularmente intimistas.

El entendimiento de esta forma específica de interacción que es la sociabilidad, es oportuna en este estudio ya que nos permite argumentar por qué es importante el estudio de las formas en que las personas se relacionan en ámbitos ajenos al trabajo, la economía y la política, para atender el de la vida cotidiana, en donde florecen las relaciones de amistad y amorosas. Estas relaciones se encuentran marcadas por la afectividad, definida “como el conjunto amplio de emociones y sentimientos que dan significancia a nuestros actos y generan nuestras disposiciones hacia los otros” (Morales y Rodríguez, 2012: 4), de modo que entender la sociabilidad implica comprender las formas diversas en que se experimenta la afectividad humana, concebida como una dimensión fundamental en la generación de las emociones de bienestar y felicidad, así como de sufrimiento o tristeza.

Sin duda los encuentros cotidianos que componen las prácticas de sociabilidad se encuentran cada vez más diversificados y marcados por las tecnologías e industrias de contenidos mediáticos, en donde los agentes sociales dan sentido a su mundo a través de procesos complejos de comunicación. Scanell argumenta que los medios promueven formas de interacción que son adecuados para relaciones más

casuales y menos serias. De acuerdo con él, la sociabilidad sería uno de los principales modos de interacción que la radio y la televisión promueven. Con el objetivo de alcanzar una mayor audiencia situada en sus casas la radio y posteriormente la televisión, han desarrollado formas de comunicación que persiguen esta situación de convivencia en particular, en donde la sociabilidad ha probado ser una forma exitosa. La sociabilidad no es una característica particular de la trasmisión sino una característica de las formas de comunicación promovidas por los medios (Scanell citado en Hjarvard 2009: 169)

### *La Construcción del Carácter Social: del Introdido al Otrodirigido*

El ascenso de la subjetividad autoreflexiva impulsa a los individuos a construir su propia personalidad. Bajo las condiciones de rápidos cambios en los modos de producción y urbanización, la construcción del sí mismo se vuelve un proceso que se extiende a lo largo de la vida, en el cual los individuos pueden adquirir identidades múltiples y hasta cierto punto contradictorias.

En su clásico estudio sobre los procesos de modernización y urbanización de los Estados Unidos a finales del siglo XIX y principios del XX, David Riesman (1981) señaló la relevancia del consumo y los medios de comunicación de masas como dos vectores fundamentales que afectaron la sociabilidad y las formas de autoconstrucción, y que impulsaron un desplazamiento alrededor del eje desde el cual se edifica lo que se es, es decir, el tipo de constitución subjetiva que el autor denomina carácter.

El término de carácter social es utilizado también por Hjarvard (2009) para explicar las disposiciones generales por medio de las cuales los individuos interactúan y se relacionan con lo que les rodea. Este concepto no pretende remplazar al de identidad, sin embargo es útil en la medida en que permite especificar cómo la identidad esta mediada a través de circunstancias sociales en las cuales se incluyen los medios y las tecnologías.

El concepto de carácter social es ahora poco utilizado en la sociología y esto principalmente se ha dado por dos razones. La primera se debe a que en las últimas décadas el constructivismo ha puesto en la agenda el concepto de identidad al grado en que este ha casi monopolizado el pensamiento sobre el rol del individuo en la sociedad moderna. En segundo lugar, la influencia del psicoanálisis en la concepción del carácter social, contribuyó a darle un

toque de esencialismo bajo la idea de que ciertas disposiciones sexuales y mentales eran dominantes en la forma en cómo la biología, la sociedad y la formación del carácter se interconectaban (Hjarvard, 2009).

Con todo y esto, el concepto es penitente aquí si es pensado desde los estudios de Riesman (1981) que analiza el movimiento que va de los caracteres intradirigidos a los alterdirigidos. Riesman considera el carácter el mecanismo mediante el cual la sociedad hace actuar a los individuos en la forma en que tienen que hacerlo como miembros. Si bien esta idea puede sonar determinista, el argumento no se refiere al hecho de que todas las personas actúan automáticamente conforme las demandas de la sociedad, ya que estas pueden desarrollar un carácter que sea menos conforme a las presiones sociales. Sin embargo, en la medida en que el carácter encaje menos en el contexto social, más grande será el costo para el individuo.

Riesman estipula tres tipos ideales de carácter social: el tradicional, el internamente dirigido y el dirigido por los otros. El carácter tradicional se da en las comunidades agrarias y sociedades tradicionales que tienen un alto potencial de crecimiento, este último se da como resultado de toda una forma de ver la vida, la sexualidad, los niños, el lugar de las mujeres y la propia existencia. Estas sociedades están caracterizadas por la dependencia con respecto a la familia, la organización de parentesco y por su apretada red de valores. El carácter del individuo tiende a estar determinado por relaciones de poder en donde la cultura controla la conducta en cada detalle y proporciona rituales, rutinas y religión, para mantener ocupadas a las personas.

El carácter internamente dirigido característico de la sociedad que emergió con el Renacimiento y la Reforma, hace hincapié en la necesidad de modestia y buenos modales en donde el trabajo definía la mayor parte de la existencia. En una sociedad en que demasiadas situaciones novedosas se presentan y que ningún código puede ser incluido de antemano, el problema de la elección personal se soluciona a través de un carácter rígido pero altamente individualizado. Si bien las tradiciones tienen un peso importante en el carácter de dirección interior, este posee un grado mayor de flexibilidad para adaptarse a requerimientos siempre cambiantes.

En el carácter dirigido por los otros las horas de trabajo se acortan de modo que la gente puede gozar de más tiempo de ocio. Este es pues un carácter que disfruta gastar el dinero, la vida fuera de la fábrica y

## El término de carácter social es utilizado para explicar las disposiciones generales por medio de las cuales los individuos interactúan y se relacionan con lo que les rodea

en el que la oficina deviene espacio vital de la vida social. Aquí la sociabilidad, los deportes, las comidas y la sexualidad no sólo adquieren más tiempo y espacio sino que se convierten en temas de discusión y evaluación constante. Este carácter se encuentra además en la búsqueda constante de orientación y reconocimiento mediante el desarrollo de habilidades de autopromoción y autoventa, de modo que no está caracterizado por un estilo de vida particular, su sello distintivo es la disposición a monitorear el mundo exterior a través de los grupos sociales y los medios en busca de las tendencias. Si bien todo el mundo desea gozar de las simpatías ajenas, los tipos modernos dirigidos por los otros hacen de esto su principal fuente de dirección y sensibilidad.

Vinculados con estos cambios se dan otros relacionados con la familia y la forma de criar a los hijos. En las familias urbanas se difunde el tipo permisivo de educación infantil y una relajación de las pautas de disciplina. Como consecuencia, el grupo de pares se hace mucho más importante para el niño, mientras que los padres se preocupan ya no tanto por la violación de normas internas sino por la incapacidad de los hijos de alcanzar popularidad o manejar sus relaciones con otros niños.

Mientras que el carácter dirigido interiormente vivía en una sociedad dividida por clases, el carácter otro dirigido vive cada vez más rodeado de personas más o menos de su misma clase; es decir, la clase media en expansión. En este sentido, la gente ya no sólo se divide por clases sino por estilos de vida, lo cual no implica que las divisiones sociales sean menos importantes hoy en día, sino que la interpretación de estas divisiones se ha vuelto más sofisticada. Así el conocimiento sobre la moda y el gusto toman especial importancia en un entorno urbano en donde los límites entre conocidos y desconocidos no son tan evidentes como antes.

Medio siglo más tarde, el carácter alterdirigido que germinó en las peculiares condiciones de la cultura estadounidense a mediados del siglo XX, estudiadas por Riesman, parece estar volviéndose global y hegemónico, ya que según el autor la dirección por los otros parece estar afectando sectores cada vez amplios de la población, en los centros metropolitanos de los países industrializados. De modo que su análisis es al mismo tiempo del hombre norteamericano y del hombre contemporáneo.

Mediante el carácter dirigido por los otros se intenta describir cómo el emergente mundo moderno es experimentado mediante un modelo performativo que mezcla el comportamiento público y privado, y cómo esta experiencia expande las posibilidades para la interacción social, sobre todo en los nuevos espacios de Internet, pensados en palabras de Paula Sibilia "para crear las obras más preciosas de sus usuarios, es decir, sus bellas personalidades alterdirigidas" (2008: 268).

*Interacciones Mediadas. Elementos para la Construcción del Carácter Social de los Jóvenes.*

De acuerdo con David Riesman (1981) la búsqueda de reconocimiento juega un rol más importante en los caracteres sociales dirigidos por los otros que en los tipos que le anteceden, esta búsqueda se convierte en su principal fuente de dirección y sensibilidad. En una sociedad mediatizada la visibilidad de un individuo o grupo puede ser de gran valor en términos de reconocimiento tanto como persona pública y como persona privada. El proceso de mediatización ha venido a crear una serie de espacios interaccionales a través de los cuales la búsqueda de reconocimiento puede ser llevada a cabo.

Las redes sociales constituyen una arena en donde las personas pueden representarse, comunicar y adquirir reconocimiento. La emergencia de estos sitios ha traído consigo nuevas formas de representación del sí mismo mediante las cuales el individuo puede autenticar su propia historia biográfica y lograr el reconocimiento colectivo del carácter personal (Hjarvard, 2009). De modo que entender las diferentes modalidades de interaccionar de acuerdo a las posibilidades y limitaciones de una plataforma de red social en Internet como Facebook, es de fundamental importancia para conocer las normas existentes y las maneras en que la estructura moldea, permite o dificulta la construcción de determinados tipos de carácter social.

La sociabilidad como uno de los proyectos mediáticos y como modo de interacción dominante en varios contextos institucionales influye en las maneras en que el reconocimiento tiene lugar. Debido a la naturaleza en parte pública y en parte privada de la sociabilidad, el reconocimiento a través de los medios asume una doble forma emocional y racional (Hjarvard, 2009). Además en los sitios de redes sociales se combinan herramientas de los medios masivos jun-

to con otras de medios interpersonales. El fenómeno de la convergencia de medios implica la superposición de los medios de comunicación individual, como el teléfono o el fax, y los medios de comunicación de masas como la prensa y la televisión. Los primeros se orientan a la persona considerada en la individualidad en donde se da una comunicación bidireccional. Los segundos se dirigen al gran público desde la unidireccionalidad que procede de un centro emisor. De modo que Internet hace converger los medios individuales y de masas confundiendo los aspectos emocionales y racionales, e individuales y públicos que implican cada uno. Además aquí el rol de la audiencia no es más aquel de mero espectador, sino que este rol ahora incluye el producir y sociabilizar.

Los muros son concebidos como formas de interaccionar de muchos a muchos que se llevan a cabo través de contenidos visuales u orales. El muro es la parte más visible e importante de Facebook, es el elemento central sobre el cual los usuarios se relacionan y tanto los propietarios de las cuentas como otras personas pueden dejar mensajes ahí, esos mensajes incluyen comentarios, videos, fotografías y notas, entre otros.

*Formas de Interaccionar de Muchos a Muchos*

Desde el siglo XVIII y hasta la fecha la información ha sido organizada en conversaciones interpersonales, diálogos y mediante la distribución masiva de objetos como los periódicos, CDs o DVDs. Por un lado la distribución a gran escala de contenidos es controlada por las industrias comerciales junto con la infraestructura uno a muchos de transmisión que las caracteriza. Por el otro las conversaciones interpersonales han estado dominadas por las formas uno a uno y mediante modalidades de presencia física o a distancia como las cartas y las conversaciones telefónicas. Contenidos e información local y amateur han existido en forma de panfletos y medios comunitarios de varios tipos, pero el acceso a estas casi siempre está limitado en términos de recursos y riqueza (Ito, 2008).

Hoy en día algunas herramientas de Internet permiten formas de interaccionar de muchos a muchos, así como la distribución de contenido *amateur*. Ejemplo de estas son plataformas como Flirck, Fanfiction.net, YouTube y sitios de redes sociales como Facebook, Twitter y Myspace, que rápidamente han expandido las oportunidades para compartir información directamente con otros de formas públicas y masivas.

Además las redes sociales como Facebook han venido a mediatizar procesos de sociabilidad y construcción de la identidad en donde se despliegan toda clase de formas de afectividad, que tradicionalmente han pertenecido a esferas privadas y no mediadas. En este proceso de sociabilizar las personas utilizan textos, fotografías y dibujos, para representarse a sí mismos y como medios para interactuar. Como resultado, vemos que el pertenecer a una red social en Internet está ligado a la construcción de representaciones del sí mismo y en este sentido habrá siempre elecciones sobre cuáles aspectos representar y cómo hacerlo. De modo que es claro que la práctica de sociabilizar en Facebook requiere de ciertos grados de competencia mediática y también emocional.

*Muros. Tomando el Pulso Anímico de los Jóvenes*

En tiempos en que los hombres han perdido los referentes que dotaban de sentido su vida, los sujetos tienen que ingeniárselas para ir creando unos nuevos. Inmersos en la individualidad moderna se enfrentan a la tarea de construirse una vida dotada de ciertas características en el nuevo capitalismo dirigido ya no a nichos, sino a individuos. A raíz de la expansión de la psicología, cuyas técnicas tienen un carácter eminentemente confesional, expresar las emociones es considerado algo valioso en la sociedad moderna; e incluso, también en el mundo empresarial en donde se relaciona con la competencia y la confiabilidad. Este modelo cultural de la intimidad sugiere la exteriorización del interior ante los demás, como señal de que el individuo tiene suficiente seguridad en sí mismo y madurez para expresar sus sentimientos (Barroso, 2011). El lenguaje de la psicología y del mercado se combinan bajo el postulado de que la expresión de lo emocional no sólo se puede convertir en capital social o ascenso en la esfera laboral, sino que es un recurso para ayudar a la gente común a alcanzar la felicidad en la esfera privada, proporcionando nuevas técnicas y sentidos para forjar nuevas formas de sociabilidad.

No cabe duda que Internet es un escaparate virtual de las emociones modernas. Hoy en día los sitios como Facebook son más que un medio de comunicación para los usuarios, han servido también para que investigadores determinen el estado anímico de la sociedad, concluyendo al margen de las culturas

y diferencias geográficas, que los humanos son más felices por la mañana y en fines de semana (Twitter, termómetro de las emociones humanas, 2011).

Internet de la mano con los postulados psicológicos contribuye a la textualización de la subjetividad que externaliza al yo y lo objetiva a través del lenguaje escrito o visual. En el acto específico de publicar comentarios en el muro de un sitio de redes sociales como Facebook, el sujeto se convierte en objeto y logra observar una parte de su subjetividad que queda plasmada en palabra escrita, situación que sin duda tiene consecuencias en la conformación del carácter, lo que Paula Sibilia denomina el efecto-sujeto (2008).

Mediante la red el hombre puede intentar encontrarse a sí mismo a través de esa pantalla que lo conecta aparentemente de una manera íntima y que al mismo tiempo lo protege de la presencia física del otro. Publicar un comentario no es pues una práctica desligada de la presencia del otro, se construye en relación a las posibles respuestas de esos otros, es decir, de la audiencia invisible. De modo que las emociones están condicionadas por las posibles respuestas de los amigos que se espera cumplan el rol de personas empáticas, mostrando como en las interacciones el individuo busca controlar la definición de la situación que los otros formulan; es decir, las representaciones que el otro hace de él y la manera en que le corresponderán.

Las emociones pueden ser definidas como la energía que nos impulsa a un acto, son significados culturales y relaciones sociales fusionadas de manera inseparable que siempre conciernen al yo y a su relación con otros situados culturalmente. Y en este sentido queremos entenderlas como un elemento social y cultural más que psicológico. Vemos que las distinciones más fundamentales que organizan las sociedades se constituyen en base a emociones, por ejemplo las jerarquías que reproducen divisiones de género contienen divisiones emocionales explícitas, tradicionalmente en la mujer se esperan emociones relacionadas con la compasión y el amor, y en el hombre competencia y valor (Illouz, 2009).

Existen un tipo de narrativas que adquieren relevancia sobre todo al expandirse el mercado de consumidores, la industria del libro y las revistas femeninas que adoptan la forma de consejo o receta, porque desempeñan un papel importante en la conformación de los vocabularios emocionales a través de los cuales el yo moderno se autoconstituye. En estas narra-



tivas se combinan una serie de exigencias como: su carácter general y legal que le confieren cierta autoridad, además ser amorales en el sentido de que se supone aportan una perspectiva neutral en lo que a relaciones sociales se refiere. Así pues, en Facebook es común el despliegado de narrativas de autoayuda que se traducen en frases en los muros de tipo literarias, letras de canciones, pensamientos, etc.

Estas principalmente hacen referencia a un tema que por su naturaleza emocional requiere del consejo y verbalización constante, no sólo en la etapa de la adolescencia sino en cualquier período de la vida humana. Para los usuarios de las redes, en especial los jóvenes, los comentarios en los muros sobre el amor han venido a desplegar estas narrativas, situación que adquiere un papel importante en las sociedades modernas que valoran la "competencia emocional" que consiste en el conocimiento de sí, en la capacidad de identificar sentimientos y hablar de ellos, así como tener empatía con la posición de la otra persona, todo con la finalidad de encontrar soluciones a un problema (ver figura 1).



Figura 1. Narrativas de autoayuda y sufrimiento

Así pues, vemos que la narrativa de autoayuda se hace posible gracias a una narrativa del sufrimiento y del fracaso, ya que a la par de las frases de receta, consejo y autoayuda, viene la publicación de comentarios que expresan el malestar emocional como la tristeza, el enojo, la frustración, decepción y aburrimiento, tal como lo explica Eva Illouz (2007) cuando afirma que la narrativa de autoayuda crea gran parte del sufrimiento que se supone alivia. Otra vez el amor, y su contraparte el desamor, viene a jugar un papel crucial entre los motivos de estas emociones. Aquí debemos destacar la forma indirecta que adquieren las narrativas de autoayuda y de fracaso, es decir, aunque por lo general van dirigidos a alguien, el nombre de la persona no es explícito debido de entrada al alto grado de intimidad y privacidad que estas narrativas ya contienen.

Por otro lado se dan publicaciones diversas sobre las actividades realizadas que se relaciona con la función que asemeja el muro de Facebook al diario íntimo que tradicionalmente registra las cosas relevantes sucedidas en el día. Sin embargo, el hecho de que estas actividades se publiquen en Facebook no es un detalle menor y le otorga cambios significativos. En primera instancia estos recuentos de las experiencias cotidianas son siempre breves y hacen referencia a actividades recreativas y lúdicas realizadas con los amigos. De modo que reflejan la doble importancia que adquiere para los jóvenes la reafirmación constante de los lazos de amistad mediante prácticas de sociabilidad offline y la publicación de estas en Facebook como forma de buscar el reconocimiento social de los demás que leen y comentan esos pequeños extractos de la vida, que no sólo son públicos sino que además deberán ser interesantes. Este tipo de comentarios registro caen en una ironía, ahí donde se les pide a las personas que destaquen de la masa homogénea presentando aquello que los hace únicos, los jóvenes no usan sino las convencionalidades de lo que hace a una persona interesante y acaso deseable, esto es amigos y diversión, ya que de acuerdo con Illouz (2009) el uso del lenguaje escrito para la representación del sí mismo crea uniformidad y estandarización. Estos comentarios también reflejan el distintivo principal de la amistad en la etapa de la niñez y la adolescencia, las actividades caracterizadas por la aventura, la búsqueda y la exploración.

La amistad está conformada alrededor del sentimiento de reciprocidad, en las narrativas registro, a diferencia de las de autoayuda y sufrimiento, se observa la necesidad de publicar los nombres de los amigos de manera explícita mediante etiquetas con la intención de asegurarse de que el mensaje será visto por los pares y así obtener una respuesta o “me gusta” a cambio, (ver figura 2).



Figura 2. Narrativas Registro

Alberoni nos dice que sobre todo en la etapa de la adolescencia se incrementa el interés por la vida psíquica que se plantea interrogantes cruciales ¿quién soy?, ¿por qué estoy aquí?, ¿por qué las cosas son así? Todas éstas resultado de una conciencia que despierta y reconoce la gama de posibilidades de lo que puede ocurrir y a lo que se debe renunciar (1998). Sin duda las publicaciones en los muros se constituyen en oportunidades para el escudriñamiento de esa vida psíquica que también nos deja ver en el otro, en sus publicaciones, una perspectiva diferente del mundo, la de un amigo que tal vez ha visto o vivido lo que nosotros no.

Además en estos comentarios podemos destacar dos características principales: la abreviación de palabras y el uso de emoticonos o smileys como muestra de la necesidad de plasmar en ellos un alto grado de emotividad. Una tercera característica que se ha venido observando no sólo en los comentarios del muro, sino en comentarios de fotografías y en la designación de títulos para éstas y el álbum fotográfico en general, es el uso de anglicismos como se ve en el siguiente comentario, (figura 3).



Figura 3. Uso de Anglicismos

Los anglicismos y la mezcla de idiomas son una tendencia general del lenguaje informático. El uso de vocablos del inglés se ha convertido desde la creación de la red en una verdadera segunda lengua de la comunicación virtual. El uso del idioma inglés es característico de las prácticas publicitarias mediante las cuales los individuos buscan dar la impresión de un estilo internacional y posicionarse así en la red de manera positiva.

El ritmo con el que se escriben los mensajes en las interacciones virtuales ha traído consigo la necesidad de abreviarlos cada vez más, ejemplo de esto es el suprimir los signos de puntuación y vocales. Esta práctica de economización del lenguaje se ha observado desde el envío de mensajes cortos por teléfono celular. En este caso, abreviar los mensajes tiene dos ventajas claramente identificables: en primer lugar, son ininteligibles para muchos adultos y en segundo; sale mucho más barato que hacer una llamada.

Los *smileys* o emoticonos, son pequeños símbolos o caritas que en el proceso de comunicación se suelen intercalar en el mensaje de texto, mostrando estos el estado anímico y emocional de los usuarios. Para la formación de estos símbolos se requiere en combinación de varios signos de puntuación, letras o números, y para su interpretación en algunos casos rotar la composición 90 grados (Moral y García, 2003). Además de la posibilidad que tienen los usuarios de crear los emoticonos mediante símbolos del teclado, Facebook permite el uso de otros ya hechos tales como las notas musicales ♪♪, el corazón ♥ y caras 😊, por mencionar sólo los más comunes.

El uso de emoticonos, las abreviaciones y otros aspectos como el intercambio de letras, repetición de las mismas, así como el uso de signos de interrogación y admiración, dan vida a un estilo digital mejor conocido como “ciberlenguaje” que emplea nuevos códigos y se caracteriza por no diferenciar entre habla y la escritura, es decir, un estilo en donde se escribe como se habla. El uso del ciberlenguaje puede ser percibido como una nueva señal de identidad para los jóvenes. Utilizado como signo de identificación

generacional, obedece también a la necesidad del usuario de reflejar que se está integrado en este mundo novedoso y que se es capaz de manejar sus peculiares códigos comunicativos y emocionales.

Internet y en especial las redes sociales son medios aptos en la definición y expresión del yo emocional moderno, esto es, jóvenes que muestran una mayor competencia en la manifestación pública de las emociones. La división entre una esfera pública no emocional y una privada abundante en emociones comienza a confundirse y diluirse, de modo que las emociones son colocadas en el centro de la sociabilidad, aspecto que refleja la doble apreciación que las redes sociales como Facebook implican para estos jóvenes como espacios públicos y al mismo tiempo como esferas de intimidad para compartir con los más cercanos y queridos.

#### *Conclusiones*

Las formas de comunicación de muchos a muchos que son más características de Internet y que analizamos detenidamente con el caso de un sitio de red social como Facebook, nos permiten entender el atractivo que representa y la función que cumple este entorno en una época en donde las subjetivi-

dades se caracterizan por la necesidad de espacios interaccionales para monitorear los patrones dominantes que van desde música, ropa, ideas, poses, narrativas y consumos mediáticos. Estas subjetividades además están fuertemente marcadas por el deseo de obtener las simpatías ajenas, como ya se vio a lo largo del capítulo la respuesta del otro es fundamental en el proceso de adquisición de reconocimiento social y en términos generales en la formación del carácter social de los jóvenes

La expresión constante del estado anímico, que parece ser una característica propia de las redes en Internet en donde se exponen aspectos que se consideran propios de la esfera privada, evidencia un comportamiento incrementado en el capitalismo que supone la verbalización de las emociones un derecho y en muchos casos un deber. Este yo emocional sin duda prolifera en los comentarios en los muros de los sitios de redes sociales como Facebook, en donde los jóvenes echan mano de las narrativas de autoayuda y sufrimiento como una tarea terapéutica que busca reorganizar el yo, un yo que además requiere ser constantemente evaluado por los otros. Estas narrativas si bien no son algo del todo nuevo, (adquieren relevancia al expandirse el mercado de consumidores y la industria del libro y las revistas femeninas) han venido a tomar un lugar privilegiado en los sitios de redes sociales en Internet y sobre todo en las herramientas públicas como el muro que permiten la comunicación de muchos a muchos, debido a que es una práctica íntimamente ligada a la presencia del otro ya que las narrativas se despliegan con la intención de obtener la aprobación, pero sobre todo el apoyo moral y empatía de los grupos de pares.

## Referencias

- Alberoni, F. (1998). *La amistad*. España: Gedisa.
- Barroso, M. (2011). "Hoy me siento contento, feliz día a todos". El escaparate virtual de las emociones posmodernas llamado Facebook", en *Jornadas Patagónicas de estudios sociales sobre Internet y tecnologías de la comunicación*. Disponible en: <http://tecnologiaycultura.com.ar/actas2011/doc/m6barroso.pdf> consultado el día 13 de agosto de 2012.
- Hjarvard, S. (2009). Soft individualism: Media and the Changing Social Character, en Lundby, K. (ed.) *Mediatization. Concept, changes, consequences*. EUA.: Peter Lang.
- Illouz, E. (2007). *Intimidades congeladas. Las emociones en el capitalismo*. Buenos Aires: Katz.
- Ito, M. (2008). Introduction, en Varnelis, K. (ed.) *Networked Publics*. London: The MIT Press.
- Maffesoli, M. (2009). *El tiempo de las tribus. El ocaso del individualismo en las sociedades posmodernas*. México: Siglo XXI Editores.
- Moral, F. y García, R. (2003). Un nuevo lenguaje en la red, en *Comunicar*, disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=15802120> consultado el día 10 de octubre de 2010.
- Morales, Z. y Rodríguez, T. (coord.) (2012). *Socialidades y afectos. Vida cotidiana, nuevas tecnologías y producciones mediáticas*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Navarro, P. (1994). *El holograma social. Una ontología de la socialidad humana*. España: Siglo Veintiuno.
- Navarro, Pablo (2002). La socialidad humana como anomalía evolutiva, en *Papers 68*. Disponible en <http://ddd.uab.es/pub/papers/02102862n68/02102862n68p65.txt>
- Riesman, D. (1981). *La muchedumbre solitaria*. España: Paidós.
- Sibilia, P. (2009). *La intimidad como espectáculo*. Argentin: Fondo de Cultura Económica.
- Simmel, G. (2002). *Sobre la individualidad y las formas sociales*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes.
- Tristán, R. M. (2011, 30 de septiembre). Twitter, termómetro de las emociones humanas, en *El mundo es*. Recuperado a partir de <http://www.elmundo.es/elmundo/2011/09/29/ciencia/1317297753.html> consultado el día 12 de agosto de 2012.

### ¿Cómo citar?

PÉREZ NARANJO, J. e Ibarra López, A. M. (2013, Marzo). La socialización Mediada en las Interacciones juveniles. La Construcción del Yo en Facebook, en *Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad*. Año 3, número 4, octubre 2012-marzo 2013.