

Las Redes Sociales: ¿fórmula mediática contra la soledad y el aburrimiento?*

Germán Muñoz G.**

Docente e investigador de la Universidad Distrital 'Francisco José de Caldas' (Bogotá) y de la Universidad de Manizales - Cinde.

Primera versión recibida febrero 3 de 2010; versión final aceptada junio 2 de 2010 (Eds.)

Internet nos cambió la vida (David, 22 años, estudiante universitario)

El fenómeno causado por Facebook (500 millones de usuarios que -casi- viven en esta seductora vitrina) parece moverse hacia propuestas como las de Twitter (información breve y concisa -160 caracteres- sobre un tópico y/o simple contacto permanente, con base en la pregunta "*¿qué estás haciendo?*") y otras redes contraculturales o anti-sociales en las cuales no todo es acaramelado afecto con centenares de "amigos" virtuales, sino que incorporan el conflicto y el "odio" a las relaciones (véanse "enemybook" -"*mantén cerca a tus amigos, pero más cerca a tus enemigos*"- o "I fucking hate you -IFHY-"). La evolución de las denominadas 'redes sociales' nos deja ver la dinámica del campo y la dificultad de aprehenderlo total y comprensivamente.

Oyendo las opiniones de un grupo de jóvenes de la Universidad Distrital, puedo percibir que la gama de usos e intereses es muy grande:

- *Me metí a Facebook por mirar unas fotos. Mi interés es contactar gente... y, un juego unipersonal.*
- *Soy activo, desde cuando empezó en español, por interés profesional, para hacer contactos, para convocatorias, formar grupos.*
- *Mi prioridad es el Messenger y el correo, ver noticias.*
- *Entro a descargar música, videos, documentos.*
- *Abro todo al tiempo: chat, correo, juego, busco información, dejo abierto el Facebook.*
- *Subo y veo fotos, las etiqueto, las comento; coloco reflexiones serias y críticas.*
- *En Facebook hay muchos perfiles, depende del sitio donde uno estudie.*
- *Los más pequeños (menores de 14) entran a jugar y divertirse.*
- *Hombres y mujeres por igual están ahí.*

En las publicaciones recientes que tocan temas cercanos a la comunicación mediada específicamente por las TIC se destacan, a mi juicio, los trabajos de dos investigadoras y un investigador argentinos, que nos dan luces con sus propuestas: Paula Sibilia, Marcelo Urresti y Roxana Morduchowicz. Sibilia (2008) pone el acento en el sujeto (Yo) y en los procesos de subjetivación que se visibilizan en las redes sociales; Urresti y su equipo (2008) observan a los adolescentes y a las adolescentes bonaerenses de la era internet, usando el lente de los estudios ciberculturales;

* Este artículo hace parte del proyecto de investigación Mundos de vida de los niños y jóvenes en las pantallas, realizado con auspicio de Idep-Colciencias por un equipo de investigadores e investigadoras de las universidades Distrital, La Salle y Los Libertadores, de Bogotá, y de la Universidad de Manizales-Cinde, entre enero 2008 y marzo 2009.

** Filósofo de la Universidad de San Buenaventura (Bogotá). Doctorado de Tercer Ciclo en Lingüística de la EHESS de París. Doctorado en Ciencias Sociales, Niñez y Juventud de la Universidad de Manizales - Cinde. Correo electrónico: gmunozg2000@yahoo.es

Morduchowicz (2008) entiende la 'cultura popular' como aquella que se expresa a través de los medios, construyendo la identidad de los jóvenes y las jóvenes.

Por otro lado, sorprende el megaproyecto realizado con auspicio de la empresa Telefónica (2008) en 7 países -entre los cuales está Colombia-, que brinda una inmensa masa de información y pone en relación el tema de las TIC con la educación, pero ni siquiera menciona las redes sociales -como si no existieran- ni propone una base conceptual sólida para interpretar lo que pasa en la web 2.0.

También la revista Diálogos de la Comunicación dedica un número a los blogs y propone reflexiones acerca de estas nuevas mediaciones 'sin intermediarios' (Flórez, 2008).

Según sondeo de Synovate (Microsoft) realizado en 26 países del mundo y publicado en El Tiempo ('Adultos jóvenes revelados', julio 21/09), los "nativos digitales" (jóvenes de edades entre 18 y 24) no conciben su vida sin acceso a la red: son personas multi-tarea (Internet, celular, música y TV simultáneamente). Las redes sociales y el chat son su principal medio de comunicación para sus relaciones reales: dos terceras partes tiene perfil en una red social y 76 por ciento usa a diario un sistema de mensajes instantáneos. El 92 por ciento de los encuestados posee un celular. Aunque el intercambio de contenidos es bajo (predominan fotos, en un 30 por ciento), el teléfono celular es un puente para la vida social...; en menor medida ven videos, consultan correos electrónicos o acceden a sus perfiles en las redes sociales. Sin embargo, a pesar de las diferencias, usan intensivamente la red para 'ganar reconocimiento y ser exitosos', como sus padres y madres. Curiosamente y a la inversa de otros estudios (Cfr. Telefónica), se afirma que los jóvenes y las jóvenes de Colombia poseen uno de los promedios más altos del mundo en tiempo mensual de uso de estas herramientas de comunicación y socialización.

En mi trabajo de investigación *Mundos de vida de niños/as y jóvenes en las pantallas*, considero que las redes sociales debían ser observadas como prioritarias; no nos ocupamos, en cambio, de la televisión, reconociendo que continúa siendo una "pantalla reina".

Siendo muy frecuentadas, llama la atención en los testimonios de niños, niñas y jóvenes, el lugar que ocupan para ellos las redes sociales: para la mayoría -aunque predominantemente para los niños, niñas y jóvenes menores de 15- sólo es un espacio de contacto con otros, o de diversión y pasatiempo, que les permite salir de la aburrida rutina de la escuela y la familia; para otros -la minoría- es un espacio de relación con propuestas de corte social conformando grupos y compartiendo cierta intimidad con lejanos pares. Puedo afirmar que:

1. Las "redes sociales" -en particular Facebook-, son predominantemente juveniles; los más pequeños aún no se reconocen en relación con esta herramienta.
2. Entre los jóvenes y las jóvenes, una gran mayoría son miembros de Facebook; en menor medida de Hi5 o de otras redes.
3. Los usos predominantes son: ver fotos, jugar, chatear; otras aplicaciones son circunstanciales.
4. Para muchos usuarios se trata de un espacio de encuentro leve, de comunicación esporádica, de simple contacto con algunos conocidos o desconocidos, con quienes tienen algo en común.
5. Los asuntos serios no son, habitualmente, propios de las "redes sociales" (e.d. ni la política, ni la realidad social, ni los problemas del colegio o la familia...). Se ven como espacio de evasión, descanso o relación con el lado divertido de la vida.
6. Construyen un yo que narra con cierta precariedad y confusión la producción de sentidos colectivos que nos resultan aún poco evidentes.

7. Proporcionalmente son escasos los jóvenes y las jóvenes que hacen parte de grupos y menos aún si se trata de grupos con intereses políticos o sociales. Pero esta potencialidad es importante y promisoria.

Un caso particular sería el de Camilo (16 años, estudiante de secundaria):
Dedico a Internet 6 horas diarias... principalmente en Messenger, Facebook, música, juegos y fotos: todo a la vez.

A)

Intentaré en primer lugar tematizar dos asuntos muy importantes que adquieren nueva textura en estas redes sociales y/o anti-sociales: **la soledad y el aburrimiento.**

En medio de los temas que se tratan en el trabajo de Sibia -producto de una brillante tesis doctoral- aparece el tema de la soledad (Cfr. Capítulo 8: Yo personaje y el pánico a la soledad). Igualmente lo había propuesto en Colombia Miguel De Zubiría, al publicar el libro *¿Cómo prevenir la soledad, la depresión y el suicidio en niños y jóvenes?* (2007). También fue objeto de mi estudio en la tesis doctoral *La comunicación en los mundos de vida juveniles* (Cfr.

www.umanizales.edu.co/ceanj/tesis/GermanMunoz.pdf).

Camilo (16 años, estudiante de secundaria): *Mis preferencias en Internet son: 1. Messenger (50 amigos, 700 contactos), 2. Facebook, 3. Juegos (de estrategia: "guerra de pandillas" p.e.)... Pero, a veces me siento solo... con 5 amigos es suficiente... en 'combos' de hasta 300 apenas nos 'distinguimos' (reconocemos)... Pero 'ser amigo' es asunto de confianza: salir juntos, entrar a la casa, tener un lazo igual. Con ellos no se habla de política ni de religión, sino de fiestas, mujeres y deportes, se hacen chistes, la pasamos bien, sin aburrirnos.*

Existe en Colombia una línea telefónica exclusiva para atención a los niños y niñas, creada en 1997 para darle solución a dos de los problemas que más les aquejan: el abuso sexual y el maltrato. Ambos ligados a uno que se oculta y no se menciona: la soledad.

La directora de la línea 106, Rocío Maestre, reconocía que: "Los niños están muy solos y llaman porque buscan con quién hablar". Comentan lo que les pasa en el colegio, sobre el divorcio de sus padres, sus tristezas, el abandono en el que viven en un "miedo ambiente" que los encarcela y persigue. En un reciente informe de Child Helpline Internacional, ente que agremia a este tipo de líneas en el mundo, se asegura que las principales razones por las que los pequeños y pequeñas llamaron durante 2005 (más de nueve millones) fueron: problemas con su apariencia corporal, suicidio, acoso escolar -bullying-, depresión y soledad. "Del total de llamadas registradas en Latinoamérica, un 20% se relacionaron con dificultades familiares y otro 19% con sentimientos de aislamiento e imposibilidad para interactuar con los compañeros del colegio", añade el informe.

"Nunca los niños habían estado con un tejido familiar tan pobre", reconoce preocupado el psicólogo y director de la Liga por la Vida contra el Suicidio Miguel De Zubiría. Los cambios en los últimos tiempos en la estructura familiar, con un menor número de hijos e hijas, familias monoparentales y madres trabajadoras, son factores que están incidiendo en que los niños y niñas se sientan más solos. De eso han sido testigos rectores y rectoras de colegios, presidentes y presidentas de asociaciones de padres y madres de familia, psicólogos, psicólogas, educadoras y educadores, quienes han tenido que empezar a desarrollar políticas para contrarrestar situaciones cotidianas que afectan a las personas menores.

Hay niños a quienes les toca abrir su casa solos, hacerse su merienda solos,

elaborar sus tareas sin ayuda, vivir solos. A veces, si acaso, encuentran una empleada de servicio que no puede hacer las veces de mamá y por eso se desahogan en Internet o con la televisión...

asegura Jaime Enrique Leal, vicerrector del Gimnasio José Joaquín Casas.

Los efectos de un prolongado aislamiento no siempre son tan fáciles de contrarrestar. De Zubiría, de la Liga por la vida contra el Suicidio, lo explica en entrevista: "(...) la soledad es un factor fuerte que predispone al suicidio". En los niños y niñas opera igual que en los adultos: "Las relaciones con las demás personas son fuente de satisfacción y alegría (...); cuando fallan, puede ser el mayor motivo de infelicidad. Y la infelicidad es un condimento peligroso".

La directora del Centro Nacional de Prevención y Control de Enfermedades de Estados Unidos, Ileana Arias, asegura que el suicidio es hoy la tercera causa de muerte entre personas entre los 10 y los 24 años:

Los índices habían venido cayendo en un 28% entre 1990 y 2003, pero a partir de 2004 se percibe un aumento del 75,9% en los índices de suicidio de niñas entre 10 y 14 años, del 32,2% de niñas entre 15 y 19 años y del 9% en los niños entre 15 y 19 años.

Una preocupante tendencia que también está quedando registrada en Colombia, a través de testimonios captados en la línea 106, en donde en un año se recibieron más de 47 llamadas de niños y niñas entre los 9 y los 13 años, que manifestaron la intención de acabar con sus vidas. Y no se manejan estadísticas de cuántos lo han consumado.

Los casos de insinuación de suicidio no son pocos. Habitualmente llaman niños de 10 años que dicen que están muy aburridos, que no valen nada, que están a punto de salir 'corriendo'. Es muy duro hablar con ellos de esta conducta, pero lo ven como una solución, sin alcanzar a medir que se van a morir (De Zubiría).

El cuerpo de un niño, como el de cualquier mamífero en estado de soledad absoluta y prolongada, "genera una serie de mecanismos cerebrales y secreta sustancias como el cortisol, que le producen una gran sensación de malestar y la necesidad de buscar compañía" (Ídem).

Estoy hablando de **comunicación**, un asunto prioritario y desconocido en las políticas públicas; y de un sucedáneo que la sociedad-red ha producido para paliar su precariedad: las redes sociales. Reconociendo la complejidad y gravedad de esta nueva situación, es posible pensar de otra forma el fenómeno. Las formas de 'juntarse' que practican hoy los jóvenes y las jóvenes proponen, a mi parecer, modos de reencantamiento del mundo, de devolverle su magia y misterio, de liberarlo de la racionalización que introdujo la modernidad, auténtica venda que impide comprender sus ricas experiencias, sus rituales y nuevas mitologías, y que nos encierra en la "jaula de hierro" de la razón instrumental (Weber, 1979), lejos de la socialidad de la vida comunitaria, humanamente sensible. Para hacerlo, para introducir sentido en sus vidas, el recurso esencial es la música y las interacciones comunicativas mediadas tecnológicamente, las celebraciones colectivas en torno a sus ídolos, sus símbolos aparentemente triviales pero capaces de conmoverlos, de rescatar las ansias de una vida plena, de permitir la superación de la soledad y de los miedos que rondan, así como la afirmación de sus fugaces alegrías.

Camilo (16 años, estudiante de secundaria): *Internet es mi medio de comunicación con los amigos y la familia (que viven en Ibagué) desde hace dos años*

Dos ideas se afirman con fuerza: a) en las relaciones con sus pares, particularmente con sus colectivos culturales, se establecen los lazos que definen sus razones profundas de ser; la sociabilidad es su forma de juego, evidente en la dinámica

de sus relaciones, presente en el 'arte de compartir', en las formas artísticas y mediáticas que disfrutan, en el ejercicio del 'intercambio de sensibilidades'. En este juego se requiere cierta simetría y cierto equilibrio, una relación entre iguales que 'hace de cuenta' que las diferencias no existen, que la interacción en el 'jugar juntos' es de naturaleza democrática, que se puede contar con el otro y confiar en él como 'verdaderos amigos' (Simmel, 1983). b) La producción y reproducción cultural articulada con la comunicación ocupan un lugar central, donde los jóvenes y las jóvenes se plantan como actores sociales y donde definen sus subjetividades.

Camilo (16 años, estudiante de secundaria): *Me importan mis amigos, me hablo frecuentemente con ellos, p.e. acerca de los juegos... En Internet no soy tan abierto ni extrovertido, hay más desconfianza. De todos modos sigo siendo 'lo que soy'. Aunque cuelgo la mejor foto y no cuento mis historias íntimas para todo el mundo...*

"Un amigo se define específicamente como alguien con quien se tiene una relación producida por todo menos por las recompensas que ofrece la amistad... inherentes a la relación misma" (Giddens, 1995). Se trata de la "relación pura" caracterizada por rasgos como la intimidad, la confianza y el conocimiento mutuo, la apertura de uno al otro.

La comunicación se da en la base de la conquista de la intimidad y la confianza. La amistad, en los términos de una relación pura, es parte fundamental de la vida social, aún más esencial en el periodo de la juventud [...] La compañía de amigos para experimentar, descubrir y probar las posibilidades propias, realizar programas, intercambiar ideas, afirmarse frente al adulto, crear un 'nosotros' distintivo, construir su identidad fuera de la familia, es fundamental (Dayrell, 2005, p. 140).

Tanto el grupo como el barrio son espacios de interacciones afectivas y simbólicas, espacios cargados de sentidos (la calle, las plazas, los escenarios de expresión de las culturas).

La adhesión al grupo parece posibilitar una ampliación de dominio del espacio urbano además del barrio, creando territorialidades transitorias, en una ciudad que los excluye y relega a las periferias [...] La sociabilidad para los jóvenes parece responder a sus necesidades de comunicación, solidaridad, democracia, autonomía, intercambios afectivos e identidad (Dayrell, 2005, p. 141).

La comunicación desde la dimensión de la creación es también una acción de afectación de cuerpos (con base en la categoría 'affectus', de Spinoza (2001): "la comunicación es afectar, conmover, tocar al otro...", dice Alejo (22 años, estudiante universitario) en su relato (Cfr. *La comunicación en los mundos de vida juveniles*, G. Muñoz). Hacerle algo a alguien: los afectos serían las capacidades que tiene un cuerpo para entrar en la acción, mediante prácticas o ejercicios constantes de transformación de la expresión, en tanto ésta compone dinámicamente campos de fuerzas, donde se encuentran acciones, movimientos, cuerpos que actúan y se entrecruzan, afectando a otros con sus acciones, afirmando la vida. En la dimensión estética se produce un permanente impacto sobre la sensibilidad, se afectan mutuamente los cuerpos en un acto creador que renueva el cuerpo social hacia otro estado, hacia otras formas de sentir y pensar¹.

Alejo (22 años, estudiante universitario): *...creo que a mí me tocan y toco a los otros diaria y constantemente en muchas acciones desde el ignorar al otro hasta ponerle toda la atención del mundo.*

¹ Cfr. Cabra, N., en www.imagencristal.com.ar/trabajos.htm : "La comunicación: transmutación de cuerpos y afectos".

Hay mucha gente que cree que la única forma de comunicarse es hablar con otro o aparecer en televisión.

La problematización del concepto de sujeto, -que tuvo lugar en las últimas décadas del siglo XX y cuya tradición puede rastrearse hasta Nietzsche-, ha afectado notablemente los estudios sobre cultura contemporánea y por tanto, la manera de pensar la comunicación. Dicha problematización parte de un rechazo a una teoría a priori del sujeto. Por el contrario, propone que el sujeto es constituido a través de formas determinadas del conocimiento (que, por ejemplo, lo clasifican-construyen como 'loco' o 'sano'); es constituido mediante prácticas coercitivas o de dominación (disciplinas y controles) que se ejercen en las relaciones humanas; es constituido por prácticas discursivas o regímenes de representación (p.e. la representación colonialista del 'oriental' oscuro, misterioso, ajeno, bárbaro, atrasado y maligno); y por último, el sujeto también es constituido en los procesos del consumo, en su relación con los medios masivos de comunicación y las nuevas tecnologías de información. Existe un sentimiento creciente de que nuestra experiencia de 'ser sujetos'-y por tanto nuestro concepto de 'sujeto'-, está atravesando también cambios significativos en el contexto de las sociedades contemporáneas orientadas hacia el consumo y marcadas por la cultura mediática y los avances tecnológicos. El cine, la música, la televisión, el espectáculo, la Internet, son polos alrededor de los cuales se articulan identidades, lógicas, y comportamientos. En mayor o menor medida asumen funciones de integración a órdenes sociales, proponen mundos valorativos y estilos, modelos de pensamiento y diversas formas de vida.

Aparecen en este umbral los asuntos centrales de la comunicación: la noción de 'estar juntos' (Weber, 1969), haciendo parte de una 'comunidad emocional' (Maffesoli, 1990), en la que se comparte una 'sensibilidad colectiva', en un territorio promiscuo, sin ocupación, en medio de la cotidianidad simple. La experiencia básica en este espacio consiste en el simple 'comadreo', en la amistad o 'relación pura' con quienes se puede lograr un contacto táctil.

Beatriz (19 años, trabajadora social): "*Manizales es pequeña... todo tiene un aire de vecindad y familiaridad... tuve un grupo de amigas, me divertía mucho con ellas: hablábamos estupideces realmente todo el día...*".

Se hace evidente que la relación muchas veces es intrascendente. Sin duda hay acuerdos que se tramitan en la conversación, pero no hacen parte de deliberaciones argumentativas, sino más bien de dinámicas formas de encuentro, astutas e inasibles, llenas de altibajos, que se desdibujan en medio de las nebulosas proxémicas en las cuales la composición es cambiante, en las cuales lo verdaderamente importante es sentir cerca al otro, hacer empatía. Obviamente, la soledad y el aislamiento permiten ver más claramente el paisaje completo.

Alejo (22 años, estudiante universitario): "*(...) muchas de las personas que conozco somos personas muy solitarias, personas muy solas... yo me aislé mucho*".

Paola (18 años, madre soltera): "*En mi barrio nadie habla, nadie se conoce... es completamente individualista*".

Es indeseable aislarse, 'estar o sentirse solo'. El calor de la compañía define una identificación profunda con lazos sociales que tienen forma de red, en donde cada uno como 'persona' experimenta la vital necesidad de compartir lo que otros piensan o sienten como un 'nosotros'. Es una experiencia religiosa (re-ligare), que mueve a la apertura a los demás. Se ha entendido que el vehículo privilegiado es el lenguaje articulado, auténtico órgano de la razón pensante. Sin embargo, en el conjunto de relatos aparece con mucha fuerza la idea subterránea de formas alternativas de expresión, en particular entre pares. Se trata entonces de una 'razón sensible' que se aproxima a lo real en su fluidez y complejidad.

Willi (15 años, estudiante secundaria): "*Los jóvenes manejamos un lenguaje*

diferente, una forma de ver la vida distinta de cómo la ven otras generaciones".

Alejo (22 años, estudiante universitario): "*(...) con mis padres no puedo hablar con naturalidad y tranquilidad".*

Ángela (16 años, estudiante secundaria): "*(...) con la gente adulta no me siento cómoda".*

No se trata al parecer de formalizaciones racionales, sino más bien de expresiones múltiples y variadas, entre las cuales cuentan las mensajerías informáticas, las redes sexuales y sociales, las convocatorias deportivas y musicales, particulares estilos de solidaridad... En éstas lo fundamental es la apuesta por la vida, por otras formas de existencia. Se trata más bien de experimentar en un juego colectivo que tiene cierto carácter de trascendencia.

Ingrid (14 años, estudiante secundaria): "*(...) se perforan la piel, igual que para hacer un piercing, pero en vez de una joya se atraviesan ganchos y de ellos se cuelgan después... se hace en círculos cerrados... entre amigos".*

Diego (18 años, organización popular): "*(...) en el pogo uno se descarga sin violencia".*

Walter (26 años, bailarín profesional): "*(...) en una toma de yagé se produjo un cambio extremo... fue una práctica para conectarse con la vida, un trance que alteró todo mi cuerpo... en la danza y el teatro, uno no es el mismo, son prácticas 'sagradas'".*

Patricia (22 años, estudiante universitaria): "*(...) estar en contacto con la naturaleza recarga la energía y tranquiliza. Viajar es fundamental para tomar contacto con la vida...".*

Diego (18 años, organización popular): "*(...) trabajar juntos en esta organización cultural le da sentido a la vida".*

Leyendo entre líneas los relatos se destacan algunas modalidades comunicativas: las relaciones de vecindario, el secreto, la mentira, el chateo y en particular el 'afectar' (tocar o conmover) al otro. También se mencionan los conciertos, la radio, el computador, la TV que en su aparente frivolidad mueve sentimientos y mentalidades y el mundo entero de lo cultural. Los testimonios dejan entrever una gran potencia intuitiva que redefine el mundo teórico de la comunicación-cultura.

Alejo (22 años, estudiante universitario): *Yo me di cuenta que era gay cuando me empecé a fijar en un amigo del colegio, entonces me di cuenta que estaba haciendo algo que era distinto... con mis papás la cosa era no decirles nada... es un secreto no confesado... la mentira es parte de las relaciones... gracias al chat empecé a tener amigos gay en Internet y en la Universidad... lo que muchas veces uno hace es compartir espacios y compartir afectos en la vida... me encanta ser un consumidor de medios: amo la televisión, las telenovelas.*

Walter (26 años, bailarín profesional): *los conciertos lo marcan mucho a uno...*

Patricia (22 años, estudiante universitaria): *La radio es parte de mi vida... el computador lo es todo, es un hermano del alma...*

Quien mejor lo expresa en su relato es Alejo. Una de sus frases es paradigmática: "*(...) la comunicación es poder afectar, tocar al otro...".* En la base encuentro un pensamiento de fuerte arraigo vitalista donde la "afirmación" de la vida, el querer vivir en sociedad, en medio de las relativizaciones que le impone su singularidad, sirve de soporte a la vida cotidiana "vista de cerca".

Alejo (22 años, estudiante universitario): *Creo en la posibilidad de llegar a ser feliz, creo en la posibilidad de amar la vida... estoy construyendo el futuro: eso me genera amor, me genera alegría, me genera deseo... es necesario abrir espacios donde la diversidad sea válida, no sólo la diversidad sexual, sino de pensamiento, credo... Colombia es un país*

machista, homo-fóbico, violento, pero creo que hay unos espacios como lo son las ciudades y creo que hay unos espacios que se están formando que son espacios en los que las mentalidades están cambiando... los jóvenes de una u otra forma estamos empezando a movernos, no sé para dónde, no sé por qué, no sé si por los políticos, por los culturales, por los académicos, nos estamos moviendo y estamos moviendo la mentalidad y creo que espacios como telenovelas, nos están mostrando otro país posible donde la diferencia se incorpore...

Su intuición acerca de esa única certeza compartida con varias novelas de Calvino, la del movimiento en el que nos encontramos inmersos, cuya causalidad íntima tiene amarres fuertes en la mediación comunicativa, le lleva a aventurarse un paso más allá, preguntándose por la naturaleza profunda de ésta.

Alejo (22 años, estudiante universitario): *Los latinoamericanos somos más que racionales, somos seres emocionales y creo que una cosa superimportante es que nos estamos dando la libertad de amar... es desde los afectos donde se está modificando todo, es decir, el hecho de querer, el hecho de amar, el hecho de saber, de sentir al pobre, al rico, al indio, al negro, al gay, a la lesbiana, al transexual, nos está generando más allá que el político... o sea yo creo que los reales movimientos se presentan en el mundo de lo cultural y lo cultural está atravesado por el mundo de los afectos y en la medida en que los afectos van cambiando y nos permiten sentir otras cosas, las mentalidades cambian y eso genera movimiento real; más que la palabrería de políticos yo creo que los movimientos reales surgen de esos afectos que se pueden dar en el mundo de lo cotidiano... necesitamos contar que sí pasan cosas, que sí hay algo... hay cosas que están pasando y que nosotros no sabemos...*

Y al descubrir el afecto como la 'potencia subterránea' de carácter rizomático, que no se deja atrapar en categorías binarias ni en lógicas deductivas, establece la bizarra conexión -toda una hipótesis de trabajo, luminosa y perturbadora- entre la comunicación entendida como afectaciones mutuas, que pone en evidencia un movimiento colectivo capaz de transformar la realidad.

Alejo (22 años, estudiante universitario): *El sensibilizarnos, el afectarnos por esas imágenes que vemos en los semáforos, el afectarnos por una novela... son esos afectos los que se están moviendo y al menos están generando espacios de visibilidad de realidades que estaban ocultas y yo creo que ese ejercicio de la visibilidad es el ejercicio de haber sido afectados por algo desde lo emocional, lo sensible, en el cuerpo; o sea que me rayen el carro eso ya implica que estoy sintiendo, que estoy viendo una realidad, es decir un ejercicio de visibilidad que antes no había... hacia donde se están dirigiendo estos afectos es hacia visibilizarse en realidad... más allá de la denunciadera esa que nunca funcionó y nunca funcionará, es del afectar... tocar, sí, tocar las fibras sensibles y mostrar... es conmover, es afectar... la comunicación es el poder afectar, tocar al otro y creo que a mí me tocan y toco a los otros diaria y constantemente en muchas acciones desde el ignorar al otro hasta ponerle toda la atención del mundo. Hay mucha gente que cree que la única forma de comunicarse es hablar con otro o aparecer en televisión...*

Para Urresti la pertenencia al universo hipertextual se comparte generacionalmente. Agrupa a los productores hipertextuales en tres grandes categorías partiendo del uso que le dan a las distintas técnicas de programación: a) los webmasters, son los que organizan contenidos con un fin comunicativo específico -que puede ser comercial, de activación socio-comunitaria y hasta de movilización política- en el

diseño de páginas web; b) los bloggers, en cambio, son un nuevo universo de productores de contenidos textuales, musicales o de imágenes, que destinan sus esfuerzos creativos a expresarse de "modo íntimo", casi en secreto, de persona a persona, a través de contenidos que procuran compartir con otros; c) por último, los llamados hackers, que son los más activos programadores en términos del uso y la extensión de las posibilidades que ofrecen las herramientas informáticas, grupo comprometido con la técnica misma, detrás del que no faltan las motivaciones políticas radicales, y hasta utópicas, como la de hacer de Internet un espacio democrático, igualitario y colaborativo, como se manifiesta con claridad en su permanente acción por el software libre y el acceso gratuito a bienes que son eminentemente comunes, como la comunicación, la información y el conocimiento acumulado. Desde su punto de vista, los géneros hipertextuales recurrentes están vinculados con la comunicación personalizada: los blogs, en los que predomina la producción de textos de interés particular, vertidos en primera persona y en tono de confesión; los videojuegos, tal vez el género de mayor atracción entre las generaciones menores y el omnipresente chat, germen de todas las otras formas de comunicación sobre soporte escrito; la música, con la que se construyen microcomunidades juveniles venciendo la separación espacial, también llamadas culturas juveniles.

Afirmo -en la misma forma que lo hace Urresti en Argentina- la existencia de verdaderas "ciberculturas juveniles" como ámbitos de encuentro virtual entre jóvenes que, a pesar de estar distantes en el espacio, intercambian información y datos sobre cuestiones de su interés, se relacionan entre sí con encuentros reales posteriores, se comunican cotidianamente a través del chat y los foros y, en ese conjunto de flujos diversos, forjan una imagen de sí mismos, de los grupos a los que pertenecen, tomando conciencia de la generación en la que se incluyen y del mundo que los rodea. Internet es una suma de recursos informativos y comunicativos sobre los que se establecen y circulan repertorios de identificación: los jóvenes y las jóvenes los vierten y los hacen circular, los apropian y los utilizan y los comparten con esa finalidad. En el interjuego de esos factores, articulan identificaciones, gustos, preferencias y hasta proyectos con los que conforman su identidad y prefiguran su futuro personal y grupal. De manera tal que el círculo se cierra con los modos de incorporación singular que los adolescentes, las adolescentes, las jóvenes y los jóvenes, hacen de este universo de hipertextos en expansión, que es la red de redes.

Camilo: Empecé creando un Messenger (chat) y después agregando amigos, cada vez más. Un link me llevó a un juego de rol y luego abrí Facebook y Hi5... El celular sólo es un teléfono para recibir llamadas y ver la hora (por el precio)... El MP4 sólo para viajes... la música se descarga en Ares en el computador... En el computador está todo (trabajo, diversión, música, amigos...).

Desde la perspectiva de Urresti, cinco elementos definen el "nuevo sistema cultural juvenil":

1. Un nuevo sistema de los objetos

Se trata de un conjunto de aparatos electrónicos basados en tecnologías digitales incorporados a la vida y a los espacios domésticos, los cuales definen una "cultura de dormitorio" (culture room). Predomina allí una nueva gama de aparatos nómadas, transportables, extensiones del cuerpo en movimiento, conectados a la red. Los videojuegos, de modo peculiar, generan una propedéutica informal, amistosa, lúdica, de la innovación multimedia. Una especie de feria virtual que les permite acceso ilimitado y gratuito a un mundo audiovisual rico en opciones, a bienes culturales e intangibles que circulan fácilmente.

2. Géneros confusos de comunicación

Con la mass-mediatización de la sociedad y la expansión de Internet, los tres

grandes géneros (informativo, de ficción y publicitario) se mezclan (infotainment, advertainment...), se confunden y se redefinen (redes multimedia, radios podcast, archivos a descargar) creando múltiples versiones de la realidad, otras estéticas y formas de conocimiento, de experiencia comunicativa... en la cual predomina el "zapping mental". Los nuevos medios se rigen por el imperativo del placer: prevalece el entretenimiento sobre el trabajo, la concreción máxima, el movimiento veloz y permanente, la "acción sin relato", la lectura inmediata e instantánea, el flujo continuo sin elaboración de actos libidinales puros.

3. *Un nuevo paradigma: el "prosumidor"*

Aparece un nuevo usuario, un "segundo productor", que personaliza lo que consume con cierta autonomía. Un internauta que produce información, participa en foros, sube imágenes... activo y disperso, colaborativo en la red. En ésta resulta fácil la publicación, sencilla la accesibilidad; a bajo costo se pueden "colgar" documentos, materiales, diversos textos que se someten a la mirada ajena.

4. *Transformaciones de la intimidad*

La tajante división entre lo público y lo privado se diluye; es notable la facilidad con que las nuevas generaciones se "confiesan" y se muestran en los blogs, en los diarios íntimos que no tienen censura... usando un amplio tiempo libre en el que experimentan y juegan. El yo sin espesor se ostenta banalmente, se hace espectáculo visible, interactúa a distancia, sin compromiso, sensualmente, desinhibidamente (usando el bluetooth, los blogs, las redes sociales, los SMS).

5. *Nuevas formas de comunidad*

Aparecen y se hacen visibles en "redes sociales": es la instancia intermedia entre grupos concretos de pertenencia y grupos distantes de referencia. Son comunidades de temporalidad simultánea, a distancia, de encuentro colectivo, asociados por conocimiento o interés. En otros términos, tele-comunidades virtuales nucleadas en torno a preferencias y afinidades electivas fuertes, que no siempre tienen como objetivo el encuentro real, donde ganan poder y capacidad de mutua implicación e interpelación, en microculturas diversas y complejas. Se diferencian de las culturas juveniles de estilos radicales o espectaculares que en Internet son "culturas intersticiales", formas de rebelión simbólica cuyos repertorios históricos se hacen más accesibles y diferenciados en progresión geométrica, globalizados y multiplicados en una dinámica de fragmentación creciente.

B)

Si tomamos como objeto de reflexión este último elemento, vamos a encontrar también prácticas políticas que mueven el escenario en otra dirección: **los movimientos de resistencia en el ciberespacio** (Cfr. CWMS, o Comunidad web de movimientos sociales). En efecto, en el grupo focal de estudiantes de la Universidad Distrital se destaca la posibilidad de concebirlas como: a) espacios de contacto, donde circulan ideas, datos e información; b) espacios que permiten una construcción democrática; c) espacios donde se potencian organizaciones basadas en simple correspondencia anónima que permiten tener conciencia puntual y concreta de ciertas relaciones con otros similares que comparten valores y objetivos:

David (22 años, estudiante universitario): *"Me interesan las Voces (a favor o en contra) para hacer resistencia (uso político) o para seguir artistas o para "defender el Sumapaz", o para actividades universitarias, o la cuestión ambiental, o en mi hobby preferido"*.

Pensadas en esta forma las redes sociales expresan una actividad que se asimila a la acción política en términos de una metáfora social. Van más allá de lo que ofrecen las TIC, al potenciar:

- ciber-comunidades basadas en la estructura descentralizada y flexible de

Internet, que hacen posible diversas modalidades de interacción social y de relaciones humanas;

- movimientos sociales en red, diferentes a los conocidos y visibles desde las movilizaciones contra el neoliberalismo en Seattle (1999);
- una sociedad en red basada en las TIC.

La red de organizaciones sociales se expande en la nueva estructura social, con las nuevas dinámicas de la morfología social, es decir, con el modelo Internet: conjunto de nodos interconectados que se puede expandir indefinidamente en la lógica de la globalización y generar nuevas formas de producción, organización y concentración del poder. En el mundo laboral se modifica el concepto de trabajo, pasando a ser inmaterial, con un tiempo elástico y sin espacios predeterminados..., todo un reordenamiento económico que incide en el deterioro de la calidad de vida, las relaciones desiguales entre géneros, la exclusión y discriminación social, la militarización y extinción de la vida, la liberalización y trans-nacionalización del mercado... todo lo cual requiere de nuevos movimientos sociales con otros discursos, formas de organización, y actuación, que reivindiquen la autonomía y la identidad local, dentro de la lógica de las redes.

Porque las redes digitales, inmersas en la cibercultura, pueden producir una inteligencia colectiva y cierta reorganización de la sociedad. En la creación y desarrollo de las redes sociales ha sido muy importante el papel de los jóvenes usuarios y las jóvenes usuarias, sus protagonistas principales, que obedecen a la consigna "hágalo usted mismo y muéstrese como es". Son un "sistema abierto y en construcción permanente que involucra a grupos humanos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos" (Cfr. Zamora, Marcelo. *Definiendo las redes sociales*. Ed. Redes sociales. www.maestrosdelweb.com). Es un sistema abierto que se construye con aportes e interacciones de los miembros:

David (22 años, estudiante universitario): *"Contacto con gente parecida que piensan como yo, no tanto con los diferentes"*.

El tema de la comunicación merece en las redes sociales lugar aparte. En ellas se obtiene, a cambio de información, construcción de perfiles y acceso a grupos de Internet; la creación de un espacio imaginario alimentado por la co-presencia de individuos que se mueven en mundos diversos, llenos de experiencias sensorialmente ricas, estimulantes y emocionantes, presumiblemente mejores que las cotidianas e inmediatas. Sin embargo, tiene la potencialidad de convertirse en "una herramienta de creación de debate democrático", en un auténtico "espacio público", aunque Internet no sea un ágora y las comunidades on-line no asuman compromisos trascendentales, no autogestionen sus relaciones, no argumenten sus posiciones (por brevedad y velocidad del medio) y con frecuencia sean irrespetuosas y/o agresivas, dificultando las posibilidades de consenso en la medida en que sólo emitan opiniones, busquen doblegar al contrario y adquirir adeptos, o adopten múltiples identidades móviles, cambiantes y confusas.

Entre las opciones que permiten las redes sociales se encuentra la posibilidad de adherir a grupos de muy diversos intereses: de arte y entretenimiento ("El cartel urbano"), políticos ("Sí a la reelección de Uribe 2010-2014"), de apoyo a una causa social ("A que hay más de 3000 personas que odian las corridas de toros"), de apoyo o desaprobación a personajes ("Odio a Vicky Dávila y la cosa política", "Juanes, próximo nobel de paz"), literarios, académicos, deportivos, musicales, etc. Sin embargo, por lo general emiten opiniones y asumen "posiciones" inamovibles. Es frecuente que en el "muro" y los "foros de debate" no se llegue a consensos, dado que las líneas ideológicas están pre-establecidas: cuando alguien representa una disidencia es atacado visceralmente y en caso de que no ceda, sale del grupo por no compartir su "verdad". La

expresión en tiempo real de sentimientos corporizados conlleva cierta sinceridad que es apreciable, tiene "presencia en la imagen" y exige una buena dedicación de tiempo. Sus miembros se convierten en "ciudadanos del mundo", de un mundo abierto a los encuentros sociales, divertidos y, a la vez, de un mundo que permite asomarse a intimidades atractivas.

C)

Finalmente, dejo en claro que Facebook, además de ser una **pantalla para "mostrarse"** y "encontrarse con otros como yo", es una gran empresa con un potencial publicitario que se cuantifica en millones de dólares (Google y Microsoft se la disputan)... aunque parezca inocua su portada: "Regístrate, es gratis y cualquiera puede unirse", aunque tenga apariencia de herramienta inofensiva, democrática, manejable a voluntad, capaz eso sí de "contactar" benévolamente a miles de personas, de acortar distancias y de hacer la vida más "fácil y divertida". Detrás de la fachada es una base de datos sobre gustos e ideologías de los usuarios y usuarias, una formidable fuente de información que se vende a los interesados e interesadas... una falsa ilusión de elección de mis "amigos", quienes tienen acceso a "tu vida, tu perfil, tu muro, tus fotos íntimas, donde puedes crear una "imagen de tí"... cuando en realidad más allá de la diversión y el contacto con seres lejanos y ausentes, hay un entramado social y cultural, un nuevo régimen de poder que convierte en información nuestras vidas para uso económico o político. Permite interactuar a partir de intereses comunes y es percibido como una forma de entretenimiento; pero no es percibido como mecanismo de poder y dispositivo creativo de mercantilización que ayuda y recompensa a sus usuarios y usuarias, siendo piezas de un engranaje de "trabajo inmaterial" que enaltece el exhibicionismo, lo banal, la curiosidad enfermiza.

Camilo (16 años, estudiante secundaria): *"Facebook siempre está abierto... uno va descubriendo adentro las opciones. Es importante, a veces se vuelve adicción (ver fotos, p.e.)... La música abarca todo... tener amigos para conversar... ver y mostrar fotos"*.

De manera preferente los jóvenes y las jóvenes conciben a Facebook en términos de su utilidad inmediata: espacio de comunicación y de relaciones sociales "líquidas". Cuando se piensa en comunicación se trata de información sobre eventos, personajes favoritos, actividades que otros realizan y en las que podría yo también estar..., expresado en textos muy cortos, escritos como se habla, sin formalismos, que no requiere interpretación; información instantánea, actualizada. El saludo y la foto lo dicen todo: "el arte de la conversación está muerto y pronto estarán muertos casi todos los que saben hablar"; no se busca la profundidad ni la intensidad, sino lo efímero y lo rápido.

Parecería que Facebook puede reemplazar las relaciones sociales convencionales, en la medida en que fomenta relaciones a distancia (percibidas como cercanas), sin contacto directo ni carga afectiva elevada..., como sucede con los celulares y la SMS, donde las nuevas relaciones y las que se mantienen no tienen mayor trascendencia. Su lema podría ser: *facilitamos el intercambio de información con tus amigos, con tus amigas y con la gente que te rodea; permitimos el contacto con las personas de tu entorno. Como si la vida pasara en las pantallas, adquiriendo valor en tanto es objeto de consumo.*

Curiosamente, si de comunicación se trata -reducida al simple "contacto"-, entre las herramientas disponibles en Facebook el chat se usa muy poco, como si se quisiera evitar el contacto en tiempo real, con una persona de carne y hueso... y se prefiriera la imagen diferida y el encuentro en el muro. Y aunque la idea de "estar juntos" también es chévere, así como es divertido "estar en algún grupo", ambas funcionan pero sin compromiso, esporádicamente, con mínima participación.

Carolina (18 años, estudiante universitaria): *"En Facebook me impresiona la idea de "comprar personas", "ganar dinero" con mis respuestas, creer posible "resistir" por el simple hecho de inscribirse en un grupo: todo me parece apariencia..."*.

Además, en Facebook no se puede ser anónimo, aunque los usuarios consideran que allí existe cierta privacidad consentida y los "amigos" de la red simplemente te agregaron sin saber nada de ti, tal vez por tu imagen o porque tienen acceso a alguna información tuya... Lo que se hace evidente es que la empresa pasa por encima de la licencia que se le otorga para "usar, copiar, reproducir, mostrar, formatear, traducir, con fines comerciales, publicitarios o de otro tipo", toda la información que suministran los usuarios, apropiándose en forma perpetua, sin permitir cancelar definitivamente la cuenta.

Sin duda las redes sociales posibilitan que las minorías aisladas o los individuos que no tienen protagonismo en su vida, puedan tenerlo en este espacio y puedan crear transformaciones que les permitan un mayor reconocimiento y mayor participación en el campo social. Al ser parte de una red social nos podemos encontrar con personas que comparten intereses, preocupaciones o necesidades, que ayudan a romper en muchas ocasiones con el aislamiento, dando paso a la pluralidad de comunidades.

Siendo sus principales usuarios niños, niñas y jóvenes, consumidores y consumidoras mediáticos que permanentemente están en relación con la moda, la música, la tecnología, se convierten así en motores de la economía post-capitalista. Su vida en las redes es pantallizada, estetizada, recortada y abreviada para ser velozmente atrapada en un lenguaje y pensamiento sincrético, en una temporalidad instantánea, secundaria, expandida, en un espacio inmaterial, actualizado sin cesar; una temporalidad narrada y auto-interpretada en tanto sujetos sin intimidad.

Fácilmente llegan a ser "espacios de encuentro exhibicionistas" en los cuales priman los servicios de encuentro, donde la gente se reúne a compartir información de sus vidas y personalidad, con posibilidades de contacto; y allí prima la creación de una imagen atractiva y convocante, que llame la atención y genere un interés, algo novedoso. Se quedan en ofrecer múltiples posibilidades de "expresar" la personalidad usando medios audiovisuales y opciones de multimedia. ¿Qué efectos produce esta forma de socialización placentera, mediatizada, interactiva y, en paralelo, exhibicionista, riesgosa, inestable? Un costo previsible es la imposibilidad de ser sí mismo, de conocerse, de perder la identidad física y la visión de sí mismo, de su propio cuerpo, llegando a creerse "seres inmortales, más que humanos, transhumanos, superhumanos, posthumanos..." (Flichy, 2001). Incluso se predice la muerte de la conversación, del debate a profundidad, de los múltiples puntos de vista y emociones contrarias; y se exalta la hegemonía de cierta iconicidad y la pérdida del cuerpo en los planos espacio-temporales del mundo real/concreto; la despolitización y la pérdida del sentido de realidad.

Camilo (16 años, estudiante secundaria): *"No se puede escribir largo, no está hecho para textos largos (no se leen)... No me gustan los grupos... Escribir, no... ¿Publicar? Videos y canciones, casi nada personal"*.

No deja de ser notoria en este artículo cierta contradicción, la misma que experimenta quien se acerca con ánimo analítico a las redes sociales y a su permanente evolución. Por un lado, la condición de artefacto espectacular y superficial, incapaz de articular un modelo de comunicación profunda y transformadora. Por otro, la potencialidad innegable que nos pone en relación y nos facilita infinidad de opciones desconocidas de interacción, incluyendo aquellas del orden político y socio-cultural. Nos movemos dubitativamente entre el supuesto antídoto a la soledad y el aburrimiento, la pantalla exhibicionista y las nuevas prácticas políticas de resistencia. Tal vez este sea

el eje mismo de su especificidad, que se escapa a nuestra mirada clasificadora y determinista, aún sesgada por el filtro de la modernidad: lo esencial es su inmensa capacidad de generar espacios de encuentro -aunque éste nos parezca leve- y de afectación colectiva en niveles que aún están por precisar completamente.

Lista de referencias

- Cabra, N. (2005). "La comunicación: transmutación de cuerpos y afectos" en www.imagencristal.com.ar/trabajos.htm.
- Dayrell, J. (2005). Juventud, grupos culturales y sociabilidad. En Revista Jóvenes, Instituto Mexicano de la Juventud, 22.
- Flichy, P. (2001). *L'imaginaire d'Internet*. Paris: La decouverte.
- Flórez, D. (2008). En busca del sujeto extraviado. Reflexiones en torno al estudio de blogs. *Diálogos de la Comunicación*, 76.
- Fundación Telefónica (2008). *La generación interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas*. Barcelona: Ariel Ed.
- Giddens, A. (1995). *Modernidad e identidad del yo; el yo y la sociedad en la época contemporánea*. Barcelona: Península.
- Maffesoli, M. (1990). *El tiempo de las tribus: el declive del individualismo en las sociedades de masas*. Barcelona: Icaria.
- Morduchowicz, R. (2008). *La generación multimedia*. Paidós: Buenos Aires.
- Muñoz, G. (2006). *La comunicación en los mundos de vida juveniles*. Tesis doctoral en el Centro de Estudios Avanzados en Niñez y Juventud. Universidad de Manizales - Cinde. www.umanizales.edu.co/ceanj/tesis/GermanMunoz.pdf
- Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: FCE.
- Simmel, G. (1983). Sociabilidad: un ejemplo de sociología pura y formal. En Moraes Filho, E. Sao Paulo: Simmel, Atica.
- Urresti, M. (2008). *Ciberculturas juveniles*. Buenos Aires: La Crujía.
- Weber, M. (1979). *Ética protestante y espíritu del capitalismo*. México, D. F.: Premiá.
- Zamora, M. (2008). *Definiendo las redes sociales*. (En red): www.maestrosdelweb.com.

Referencia

Germán Muñoz G., Las Redes Sociales: ¿fórmula mediática contra la soledad y el aburrimiento?, Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud, Manizales, Doctorado en Ciencias Sociales, Niñez y Juventud del Centro de Estudios Avanzados en Niñez y Juventud de la Universidad de Manizales y el Cinde, vol. 8, núm. 1 (separata), enero-junio de 2010, pp.51-64. Se autoriza la reproducción del artículo, para fines no comerciales, citando la fuente y los créditos de los autores.
