

Construir identidad y presentarse a sí mismo en las redes sociales: el efecto Facebook.

Por Ignacio Uman, Carolina Venesio & Nataly Medina

Durante los últimos años Facebook (FB) viene facilitando un rol mucho más activo de los usuarios en la Web 2.0 y ha consolidado un gran poder de persuasión, tal como lo testimonia la psicología de la persuasión en los entornos virtuales.

En tal medida, **FB integra la vida off con la vida on, el perfil público con la identidad real.** Toma huellas de lo real que hace presentes en lo virtual y viceversa, disolviendo aquellos entornos que permitían jugar con la identidad y la posibilidad de reinventarse, que parecían característicos de mediados de los '90.

Pero lo virtual y lo real no son mundos opuestos sino capas de una misma realidad. Ya no es posible oponer lo virtual a lo real, los entornos virtuales forman parte de nuestra vida real. Ante este escenario, pareciera ser que FB está haciendo mucho hincapié en la identidad real (más que en la virtual) de las personas, al contrario de lo que sucedía con el auge del chat, los foros y juegos de rol, donde cada persona inventaba su avatar. **El capital de FB está en las relaciones interpersonales, fuertemente ancladas en el mundo real.**

Sin embargo, nuestra intención es investigar cómo es la construcción de identidad en FB sin sacar conclusiones apresuradas y diagnósticos prematuros.

Es necesario considerar a la identidad como un fenómeno complejo y multidimensional que involucra una relación dialéctica entre un yo y un otro (es imposible construirme sin un otro que me identifique), entre la interioridad y la exterioridad, entre el entorno virtual y el mundo real cotidiano. En estos entornos no anónimos, la identidad parece implicar un “**yo posible socialmente aceptado por otros**” que deja poco espacio para la transgresión y lo oculto, más acorde a los famosos MUDs.

Según la investigadora Sherry Turkle (1997) existe una cultura de la simulación en emergencia que está afectando nuestras ideas sobre la mente, el cuerpo, el yo y la máquina. En este sentido, para Turkle, la construcción de identidad en la era de Internet aparece claramente marcada por un contexto cultural caracterizado por la erosión de las fronteras entre lo animado y lo inanimado, el yo unitario y el yo múltiple. Vivimos en el umbral entre lo real y lo virtual, lo que implica estar reinventándonos sobre la marcha.

Al mismo tiempo, se hace imprescindible pensar la arquitectura de FB como reguladora de sus relaciones sociales y desnaturalizadora de su interfaz. **Se hace imprescindible visualizar la identidad en una cultura de la convergencia, que despliega nuevas formas de acción y participación colectiva 2.0.**

Nos propusimos investigar la construcción de identidad en FB y las **estrategias que adoptan los usuarios para autopresentarse y contar su vida.** Un desafío posterior será, tal vez, indagar **si en FB puede pensarse una identidad colectiva, genérica y global, unificadora de las identidades individuales...**

La primera actividad orientadora implicó definir qué significaba la identidad para cada uno y cómo se aplicaría esto en FB. Surgieron muchas ideas disparadoras de/en la clase: **quién soy, esencia, construcción permanente, construcción interactiva y en espiral y construcción del sujeto.** En resumen, la idea de construcción parece ser la pauta que conecta específicamente a nuestra dimensión.

Considerando la definición fundante de **Boyd y Ellison (2007)** sobre redes sociales, que involucra la aparición de un perfil, una lista de contactos y las conexiones entre personas, creemos que la investigación de una red social debe focalizarse en los principales aspectos emergentes de la construcción de identidad, propios de los sujetos que participan de ella.

Porque, después de todo, “identidad” resulta un concepto mucho más abarcador que “perfil” y pone en juego múltiples cuestiones, entre las que deben analizarse: la representación del yo y de los otros (alteridad); las narrativas y estrategias de construcción de la subjetividad; la relación entre identidad e identificación; las imágenes como identidades reales/virtuales; lo público y lo privado, la interioridad y la exterioridad; lo local y lo global como condición de lo identificatorio; la convergencia cultural, tecnológica y mediática.

Pero es el aporte de **Shanyang Zhao** (2008) el que ofrece algunas luces al Proyecto. Su análisis de 63 perfiles universitarios de EE.UU. plantea un continuum de lo implícito a lo explícito en la construcción de identidad. En este sentido, Zhao nos presenta un esquema donde lo visual (posteos y fotos) parece predominar sobre lo narrativo (about me), la idea de construcción de un actor social sobre la presentación en 1º persona. **Entremedio de lo visual y lo narrativo, parece operar lo enumerativo, es decir, los gustos e intereses de consumo de los usuarios (en muchos casos patrocinadores de objetos, marcas y productos).**

Con estas aproximaciones se pudieron algunas premisas que, en mayor o menor medido, significaron el puntapié inicial para los trabajos audiovisuales de cada grupo, y que se fueron constatando como reales.

Esas premisas fueron las siguientes:

1. FB configura una identidad universal y global. Las construcciones de identidad van siendo homogeneizadas. Esa identidad converge en las aplicaciones 2.0.
2. Parece ser que lo que hacemos en la vida real repercute en FB y lo que hacemos en FB influye al mismo tiempo en nuestra vida real. ¿Será que FB se parece mucho al mundo en el que vivimos?
3. Facebook posiciona el “me gusta” por sobre el “no me gusta” ¿Dónde está lo conflictivo o negativo en FB?
4. Existe una tensión entre el sujeto y la cultura en la que vive. FB nos hace y deshace como sujetos.
5. La distinción entre lo real y lo virtual se torna cada vez más borrosa.
6. En FB podemos construir ficciones realistas. Es verdaderamente difícil saber dónde empiezan y terminan la realidad y la ficción. La idea de lo “verosímil” podría ser sumamente aplicable a FB.