

Popular Social Networks



Redes sociales. Imagen de dominio público CCO. Tomada de: https://www.freepik.es/vector-gratis/populares-iconos-redes-sociales_1035632.htm#page=1&query=logotipo%20de%20instagram&position=5



El amor en redes sociales: La representación social del Yo ideal como pareja por medio de la imagen en Facebook e Instagram

Love in social networks: The social representation of perfect Self as couple through the image on Facebook and Instagram

Carlos Vargas Loáiciga

Universidad Técnica Nacional, Costa Rica

cvargas@utn.ac.cr

Resumen

Las redes sociales han generado una serie de cambios dentro de las dinámicas sociales, la construcción de las identidades y, con ello, las formas en las que nos representamos como personas. El nivel de cambio ha sido tan elevado, que hemos perdido fronteras entre cómo nos relacionamos con otras personas, y los límites de lo que puede considerarse como privado y público, incluso llegando a niveles de hacer “espectacularizaciones”. De esta forma, hemos caído en la obsesión del reconocimiento y en la apertura de nuestra privacidad y, por tanto, solamente deseamos mostrarnos como personas perfectas en todos los ámbitos, es decir, una vitrina abierta para venderme como persona ideal. Este escrito explora esta dinámica desde la descripción puntual de perfiles de varias personas, con el fin de evidenciar las nuevas formas de generar la “primera impresión”.

Palabras claves: Identidades, amor, representación social, redes sociales, Instagram, Facebook, imagen social.



Abstrac

Social networks have generated a series of changes within social dynamics, the construction of identities, and with it, the ways that we represent ourselves as persons. The level of change has been so high that we have lost boundaries between how we relate to other people, and the limits of what can be considered as private and public, even reaching levels of "spectacularization". In this way, we have fallen into the obsession of recognition and the opening of our privacy, and, therefore, we only want to show ourselves as perfect people in all areas, that is, an open window to sell me as a perfect person. This paper explores this dynamic from the timely description of profiles of several people, in order to highlight the new ways of generating the "first impression".

Keywords: identities, love, social representation, social networks, Instagram, Facebook, social image.

Introducción

Nos encontramos finalizando la segunda década del siglo XXI, y la humanidad ha sufrido cambios sustanciosos dentro de las dinámicas sociales, a raíz del uso de las tecnologías que, en menos de diez años, han revolucionado el tiempo y el espacio, especialmente las denominadas "redes sociales". En efecto, ya "nada es como antes": las formas de comunicarse han variado radicalmente, los procesos de socialización han sido transformados sustanciosamente y, por consiguiente, las formas en las que nos representamos como personas, también han sufrido cambios importantes.

No se puede obviar que todas las realidades han sido modificadas, desde lo estructural, hasta lo plenamente subjetivo. Y es justamente esto, lo subjetivo, lo que se pretende reflexionar en este ensayo, pues mi Yo, posee

espacios de exposición sumamente amplios como lo son las redes sociales, donde puede variar constantemente, y ser juzgado por lo que hace y cómo lo hace, en todas las dimensiones y en todos los campos simbólicos y sociales. Una de estas es mi Yo ideal, el cual ha pasado de ser y estar en el espacio plenamente "privado" a lo "público" por medio de las redes sociales donde constantemente está en exposición; pero esta no es más que la auto-representación de lo que Yo deseo exponer. El reflejo del Yo es el deseo de mostrar la mejor "primera impresión" frente a la sociedad, con altos niveles de aceptación. Muestro, por medio de la imagen y del cuerpo, la constitución del show acorde con el ideal de persona que me considero ser, el cual se acerca – muy posiblemente – a la analogía del ofrecimiento material de lo que puedo ser como pareja.

Por consiguiente, el ensayo busca reflexionar sobre la constitución de las

representaciones sociales del Yo ideal como pareja en la representación social por medio de la imagen en las redes sociales de Facebook e Instagram. Para ello, se presentan cuatro apartados: el primero es la configuración del Yo por medio de las representaciones sociales y la socialización; en el segundo, se trabajarán los conceptos de la primera impresión, el frontstage y el performance del Yo en las redes sociales; en el tercero, se reflexiona sobre el Yo como pareja ideal, por medio de la construcción del drama en las redes sociales; y, por último, se describen cinco casos de perfiles.

1. La configuración del Yo mediado por las representaciones sociales y la socialización en el contexto de las redes sociales

¿Usted tiene alguna red social? ¿Facebook, Twitter, Instagram? La respuesta posiblemente sea que “sí”, y posiblemente sea correcta la afirmación de que hay muchas otras redes sociales que tienen mayor fuerza/alcance/influencia que las mencionadas anteriormente. Ahora bien, si usted realmente tiene – al igual que yo – alguna de esas redes sociales (u otras), entonces, me gustaría que recordara: ¿cuántos “likes” obtuvo en la última fotografía que colocó en alguna de esas redes sociales? No hay parámetro para medir el nivel de éxito correspondiente a la representación del Yo mediado por la fotografía; sin embargo, es innegable que buscamos la aceptación de las demás personas sobre lo que deseamos proyectar.

En efecto, en un espacio donde las palabras se cuelgan en todos los ángulos posibles,

y en cantidades interminables, el cuerpo sigue siendo uno de los lenguajes más representativos. Su significado podría variar, y el impacto de este en las demás personas sigue siendo sumamente relevante. Tan relevante como aquel primer día de clases, o de trabajo, o incluso esa primera vez que observamos a una persona que nos atrae.

En este apartado, iremos planteando una serie de aspectos ligados al cuerpo como el medio de representación social, y cómo esta se impregna en la conformación de la identidad.

1.1. Las representaciones sociales como ejes centrales dentro de las dinámicas sociales

Yo utilizo Facebook desde el 2009, e inicié en el mundo del Instagram alrededor del 2014. Recuerdo muy bien cuando todas las personas compañeras de generación en la universidad, empezaron a conversar sobre lo “lindo” de los juegos que se encontraban en Facebook: la granja, por ejemplo, caló muchísimo para ese momento. Debo confesar que ingresé a esa red social sin imaginar que me conectaría con personas que llegué a conocer en diversos momentos de mi vida, o incluso que me serviría como una base de datos de recuerdos. Sin importar la razón, todas y todos empezamos a subir fotografías, a escribir sentimientos, y dar “me gusta” a todas esas nuevas visualizaciones. Me sumergí en ella.

En el caso del Instagram, fue una experiencia totalmente nueva, pues la dinámica implicaba solamente fotografías, con poca interacción (al menos así lo percibí en ese

momento), y, por tanto, la calidad se sustentaba en el mensaje que se transmitía desde la fotografía. Así, pues, empecé a seguir “páginas” que mostraban imágenes impresionantes, y videos cortos, muchos de ellos informativos. Sin embargo, empecé a notar cómo las personas que eran mis contactos, poco a poco llenaban sus páginas con historias a base de la imagen y poco texto.

Esta introducción, a partir del detalle personal del uso de ambas redes sociales, busca acercarnos al concepto de las representaciones que, en este tipo de espacios, están íntimamente relacionados con la categoría de identidad. En efecto, la representación social es clave dentro de las interacciones que se realicen en todos los ámbitos sociales, y estas, a su vez, infieren dentro de la percepción que todas las personas tenemos sobre nuestro Yo y el de las demás personas. [Abric \(2001, p. 13\)](#) explica que las representaciones sociales son:

...una visión funcional del mundo que permite al individuo o al grupo conferir sentido a sus conductas y entender la realidad por medio de su propio sistema de creencias y adaptar y definir de este modo un lugar para sí. ... un sistema de interpretación de la realidad que rige las relaciones de los individuos con su entorno físico y social, ya que determinará sus comportamientos o sus prácticas.

El concepto que [Abric \(2001\)](#) desarrolla respecto a las representaciones sociales, posee varios componentes relevantes: el primero refiere a la visión funcional del mundo, donde esta es una pieza de importancia para la convivencia dentro de la cotidianidad, pues esta visión determina lo

que se considera como bueno o malo. Este componente da pie al segundo punto dentro de la definición, es decir, las conductas ligadas al sistema de creencias, pues a partir de estas podemos valorar lo que las demás personas hacen dentro de las realidades sociales, y si estas se apegan a lo que considero como parte de mis realidades, las cuales, en la mayoría de los casos, son estimadas como las “verdaderas realidades”. De esta forma, como tercer componente, se configura el sistema de interpretación de las realidades, dentro de las cuales se van configurando los entornos sociales y abstractos.

Por consiguiente, cada una de las personas que conformamos las realidades sociales poseemos conocimientos adquiridos por los diversos procesos de socialización (tales como educación, familia, religión, medios de comunicación, entre otros) que van configurando lo que percibimos de las realidades. En otras palabras, estos procesos van conformando los sistemas cognitivos, las diversas representaciones sociales.

Ahora bien, [Araya \(2002\)](#), al igual que [Abric \(2001\)](#), reconoce que estos sistemas cognitivos van configurando otros elementos en las realidades sociales, como los estereotipos, opiniones, creencias, valores, normas, entre muchas otras, y, por tanto, posiciones en las personas con respecto a lo que perciben en las realidades:

Se constituye, a su vez, como sistema de códigos, valores, lógicas clasificatorias, principios interpretativos y orientadores de las prácticas, que definen la llamada conciencia colectiva, la cual se rige con fuerza normativa en tanto instituye los límites y las posibilidades de

la forma en que las mujeres y los hombres actúan en el mundo. (p. 11)

1.2. Yo como mezcla de socializaciones y representaciones sociales

Delimitado el concepto de representaciones sociales, expuesto en el punto anterior, podemos observar cómo estas son configuradoras de las percepciones de las realidades sociales, desde lo plenamente subjetiva hasta lo colectivo. De esta forma, llegamos a deducir que, si comprendemos muchos de los elementos simbólicos que marcan los contextos sociales, podríamos acercarnos a razonar mejor las percepciones de las personas, colectiva e individualmente. Sin embargo, es relevante comprender el concepto de identidad, y cómo la socialización es un elemento central dentro del desarrollo y conformación de las identidades, ya que el contexto en el que se llevan a cabo todos los procesos sociales para la interacción entre las personas y las estructuras sociales, son determinantes en la constitución de las representaciones sociales que, como se mencionó en el apartado anterior, son base en la constitución del Yo.

Para la definición correspondiente, se toma la perspectiva de la teoría crítica, la cual detalla que las identidades de las personas son construidas socialmente, lo cual implica una íntima relación con las ideologías y culturas, es decir, un conjunto de visiones de mundo entendidas como estructuras simbólicas sociales. Marcela Lagarde es una de las teóricas feministas que ha abordado el tema de las identidades y, por consiguiente, da una definición

de identidad muy interesante. Citada por [Cabral y García \(1998\)](#), la autora plantea:

La identidad se refiere a la mismidad, a la unidad y persistencia de la individualidad de una persona como respuesta a la pregunta ¿Quién soy yo? es la experiencia del sujeto en torno a su ser y a su existir... consiste en saber quién es cada quién. Nos movemos a partir de creencias sobre lo que somos, de dogmas elaborados previamente. Somos fantasmas fosilizados de nosotros/as mismos/as. Por eso el gran misterio de cada cual reside en descifrar quién es. (p. 5)

La definición reflexiva que plantea Lagarde obliga a visualizar la necesidad por comprender los procesos que se han llevado a cabo en nuestra historia de vida, y cómo estos son configuradores de lo que soy Yo. Por consiguiente, la socialización es fundamental dentro de las aspiraciones al entendimiento de quién soy, pues si hay claridad en estos, posiblemente se pueda tener mayor lucidez en la comprensión de las representaciones sociales.

Ignacio [Martín-Baró \(1990\)](#) profundiza en elementos centrales de los procesos de socialización, y los enlaza casi de inmediato con las identidades. Para ello, establece una íntima relación entre la conformación de Yo y los procesos sociales que se viven a nivel histórico por parte de la persona. Según el autor:

[Todas las personas] se sienten sujetos de su acción, aunque este sentimiento pueda ser de muy distinta calidad y contenido. Ciertamente, todos ellos se refieren a sí mismos como 'yo' y se identifican y ven a sí mismos como personas, como una unidad personal, con

nombre y apellido. Si se les pregunta, dirán que se llama Juan Menjívar, Lucía Romero, Guadalupe Guardado. Su nombre y apellido, lo que son y lo que hacen, les da una identidad que les distingue como personas de cualquier otro individuo, por mucho que se les parezca. Pero ellos se sienten además parte de una sociedad. (p. 113)

Es llamativo cómo, dentro de la explicación que presenta [Martín-Baró \(1990\)](#), hay indicadores en cada una de las personas que llenan de connotaciones identitarias mi Yo. En efecto, el nombre no solamente representa la forma en la que se puede denominar al Yo, sino que agrega una evocación histórica de pertenencia a un grupo social con características específicas, ligadas a un espacio. Por consiguiente, la denominación de una persona desde su nombre no es solamente la forma de representarse el Yo, como elemento subjetivo, sino que, es también representación colectiva.

Ahora bien, estos indicadores de identidad son adquiridos históricamente por medio de los procesos de socialización, en donde la persona va construyendo, incluso antes de nacer, una serie de características que conforman el Yo, y que refieren a todo lo mencionado en el párrafo anterior: proceso histórico, dentro de un contexto, a un grupo social (familiar, étnico, económico, religioso, educativo, entre muchos otros más). Por tanto, la socialización, según [Martín-Baró \(1990\)](#), debe ser entendida “como aquellos procesos psicosociales en los que el individuo se desarrolla históricamente como persona y como miembro de una sociedad”, y que, lo relevante de la socialización es que refiere a tres

afirmaciones esenciales: “la socialización es un proceso de desarrollo histórico; es un proceso de desarrollo de identidad personal; y es un proceso de desarrollo de la identidad social” (p. 115).

En resumen, la construcción del Yo refiere a un proceso social de índole histórico (tiempo y espacio) en el que se reflejan aspectos de la identidad subjetiva, así como connotaciones de la identidad colectiva; y estos procesos, a su vez, están delimitados por una serie de creencias que conforman imaginarios sociales y, por tanto, constituyen una serie de representaciones sociales

2. La primera impresión, el *frontstage* y el *performance* del Yo en las redes sociales

En el primer apartado logramos hacer un recorrido sobre los elementos base para la comprensión de la constitución del Yo, entendido como un conjunto de procesos complejos –denominados socializaciones– y que, como productos sociales, refieren a identidades subjetivas y colectivas. Es decir, las colectividades y las subjetividades se encuentran constantemente entremezcladas a nivel físico y simbólico por medio de las representaciones sociales, las cuales son evaluadas constantemente en todos los ámbitos de la vida social y reafirman todas las identidades subjetivas y colectivas.

En el contexto actual de la virtualidad, en especial con las redes sociales, se da una serie de encuentros de procesos sociohistóricos, que se han adaptado al contexto del mundo virtual: la educación y la comunicación son algunos ejemplos. Sin embargo, a pesar de los cambios constantes,

siguen manifestándose connotaciones clásicas en la construcción y reproducción de las representaciones sociales y de los imaginarios sociales: los estereotipos, las evaluaciones sobre el otro ser, son ejemplos de esas connotaciones clásicas.

En este apartado, se presenta una discusión teórica-práctica de cómo las representaciones sociales son fundamentales dentro de las dinámicas de las redes sociales, en especial por constitución y reproducción del Yo.

a. *Si Yo no estoy en redes sociales, no existo. La representación social del Yo dentro de las redes sociales*

Para iniciar este apartado, deseo plantear la relación existente entre las representaciones sociales con respecto a las identidades dentro de las redes sociales. En efecto, como lo expresé a inicios del primer apartado, se palpita como reciente el inicio de las redes sociales y, lo más común ahora es tener un perfil dentro de las redes socialmente aceptadas (que no sé si serán las más importantes, pero al menos sí las más utilizadas). Haciendo un repaso rápido, en esta segunda década del siglo XXI, en donde el apogeo de las redes sociales ha sido sustancial, podemos visibilizar que Facebook ha pasado a triplicar la cantidad de público usuario (ha pasado de cerca de los 50 mil millones en el 2010 a cerca de los 170 mil millones en el 2019), del medio digital español [expansión.com](#) ([Kuchler, 2019](#)). Por otra parte, el sitio [Emol.tecnología](#) (2018), del medio chileno *El Mercurio*, realizó una infografía en la que detalla que Instagram partió con 25mil personas

usuarias en el 2010, y que para mediados del 2018 ya contaba con 1mil millones.

Este panorama muestra una constante evaluación por el “deber ser parte” de estas redes, con el fin de la aceptación social. Un artículo del periódico *El País* de España, escrito por Chavarri (2011), con el título “Hoy en día si no estás en Facebook no existes”, expone una entrevista a Igor San Román, quien es abogado y “community manager”, una profesión basada en el manejo de las redes sociales para uso comercial, es decir, es la persona profesional que posee conocimientos y experticia en el manejo de las redes sociales para la promoción y divulgación comercial de empresas, e incluso, personas. Más allá de destacar la existencia de la profesión, lo relevante dentro del artículo es la frase titular que remite a la existencia concreta de nuestras realidades a partir de la utilización de las redes sociales. En efecto, si no existimos con algún perfil en estas, como Facebook o Instagram, no somos ni estamos para el resto de la población. Dicho de otra forma, si nuestro Yo no está en exhibición en redes sociales, no somos socialmente aceptados. Por consiguiente, la relación entre la utilización y presentación del Yo dentro de las redes sociales es una parte fundamental para el reconocimiento de mi Yo por parte de las demás personas, y esto agrega otro peso más al reconocimiento social, que, de por sí, ya es expuesto y evaluado en las relaciones sociales cara a cara. En otras palabras, en la actualidad no basta con ser objeto de evaluación y reconocimiento en las relaciones con los otros a nivel de cara a cara, sino que esto es fundamental en las redes sociales por parte de los otros individuos.

Ahora bien, la premisa que nos plantea el dilema de la existencia y la aceptación o reconocimiento de mi Yo por parte de las demás personas no es más que la aplicación del concepto de “escenarios de comportamiento” (Constancia de Castro, 1997). Según el autor, los escenarios son espacios donde se determinan las conductas que las personas deben realizar reiteradamente, sin importar quiénes sean las personas. Por consiguiente, el espacio nos indica socialmente cuál debe ser la conducta idónea para que, como sujetos sociales que le damos significados, lo podamos reproducir; esto, sin importar que sean diferentes personas las que cambian, lo importante es mantener el comportamiento. Ello implica, según de Castro (1997):

[Que se quiera]subrayar el papel del emplazamiento frente al protagonismo –inexistente- de los actores. Es decir, en las conductas que se registran de manera reiterada en esos lugares no tienen importancia el hecho de quiénes sean los actores. Quienesquiera que éstos sean tienden a reproducirse las mismas conductas con regularidad persistente. (p. 13)

Lo que plantea el autor es el reflejo de una estrecha relación entre los comportamientos, los espacios de interacción, las representaciones, las normas y los imaginarios sociales; que van constituyendo el marco de acción en la constitución de las identidades subjetivas y colectivas. Y es justamente esta interacción la que prevalece en la reafirmación como sujetos sociales mediados por el Yo, en donde los comportamientos son la base de un deber ser que guía, principalmente en el espacio público, a las personas de alguna comunidad. En

este caso, la interacción no se ve solamente en lo que el espacio determina, sino en el conjunto de personas que han adoptado los comportamientos en dichos espacios:

Se pueden esperar en esos lugares tales y cuales conductas siendo muy improbable que se produzcan otras. Los escenarios de comportamiento llegan pues a adquirir un papel determinante ... Se trata de una alta correlación o recurrencia entre el medio físico y la conducta que en él ha lugar. (De Castro (1997, p. 13)

Sin embargo, estos elementos planteados por De Castro, en el contexto actual no pueden quedarse solamente en los espacios físicos tradicionales, sino que, en las “nuevas dinámicas sociales”, se puede observar una relación inmediata entre los comportamientos sociales dentro de las redes sociales, que son vistas como un nuevo espacio de interacción, en donde observamos y nos observan, tal cual fuese una vitrina.

b. *Frontstage, backstage e imagen como representación social del Yo dentro de las redes sociales*

Hasta el momento, se pueden puntualizar algunos elementos centrales que han sido desarrollados en el documento:

- a. Las representaciones sociales son un conjunto de elementos abstractos que dan sentido a las interacciones sociales.
- b. El conjunto de estas conforman imaginarios, códigos, comportamientos, entre otros, y se van adquiriendo por medio de los procesos de socialización.

- c. Los procesos de socialización son interacciones obtenidas de manera histórica, dentro de un espacio y un tiempo, lo cual influye en la conformación de la identidad subjetiva y colectiva.
- d. De esta forma, vamos constituyendo nuestro Yo, el cual interacciona con otras personas, y es validado-evaluado por medio de todas las representaciones, imaginarios y códigos de comportamientos, que están delimitados dentro de los diversos espacios sociales.
- e. Esto ya trasciende a las redes sociales, en donde también se ha da una interacción que evalúa comportamientos expuestos por el Yo, y en donde, básicamente, sino las utilizamos, no existimos.

Justamente, a partir de este último punto, me gustaría plantear una serie de criterios de análisis para la discusión, con respecto a cómo presentamos nuestro Yo dentro de las redes sociales. Ya se han entrelazado algunas líneas base referente a la “necesidad” de estar dentro de las redes sociales, así como la aplicación de algunos códigos y comportamientos sociales.

Di Próspero (2011) analiza la forma en que presentamos nuestro Yo dentro de las redes sociales, tomando el caso del Facebook como objeto de análisis. El documento titulado “Autopresentación en Facebook: Un yo para el público” plantea una serie de elementos de discusión que se basan en los planteamientos realizados por Eric Goffman. Para iniciar, Di Próspero (2011) retoma la creencia popular que estipula que “la primera impresión es la que cuenta”, la cual refleja aquella situación

tradicional cara a cara, donde presento a mi Yo frente a una o varias personas, siendo el primer acercamiento o contacto la acción determinante para ser aceptado por estas. Según Goffman, citado por Di Próspero (2011),

Dado el hecho de que un individuo proyecta eficazmente una definición de la situación cuando llega a presencia de otros, cabe suponer que dentro de la interacción quizá tengan lugar hechos que contradigan, desacrediten o arrojen dudas sobre esta proyección. Cuando ocurren estos sucesos disruptivos, la interacción en sí puede llegar a detenerse en un punto de confusión y desconcierto. (p. 45)

Las generaciones que crecimos sin redes sociales tuvimos las experiencias de exponernos constantemente, y en diversos espacios sociales, al juzgamiento de nuestro Yo desde “la primera impresión”: por ejemplo, ese primer contacto en los centros educativos, reuniones, amigos y amigas, e incluso con aquellas personas que nos atraían. La “primera impresión” no es solamente la presentación física de mi Yo, sino que se debe agregar la personalidad y capacidad de interacción que poseo con las demás personas.

Ejemplo de lo anterior refiere a la primera conversación en alguno de los grupos dentro de nuestro proceso educativo, en el cual teníamos que presentarnos como aquella persona alineada con el “deber ser”: respetuoso, inteligente, capaz de seguir las normas sociales. La “primera impresión” no era común relacionarla con algún tipo de violencia hacia alguna persona, o irrespetuosa frente la normatividad social, como,

por ejemplo, el desafío a la autoridad docente. Imaginemos esta situación en la universidad, un espacio de mayor conocimiento, y en donde mi Yo debe representar historial de conocimiento académico adquirido. En este espacio, si presentaba mi Yo como una persona ignorante y poco estudiosa, la “primera impresión” sería catalogada como desacertada y, por tanto, básicamente desacredita a la persona.

Goffman, según rescata [Di Próspero \(2011\)](#), utiliza el teatro y la escenificación como una forma de explicar todos los procesos sociales que debemos realizar dentro de nuestras vidas cotidianas, y detalla que todas las personas desempeñamos un rol dentro de los diversos escenarios sociales, a lo cual denomina como “*frontstage*”, es decir, “frente al escenario”, el cual define “como esa parte de la *performance* individual cuyas funciones son las de definir la situación para aquellos que observan el *performance*”. Así como en el teatro, Goffman (citado por [Di Próspero, 2011](#)), plantea que la vida cotidiana también posee un “*backstage*”, o sea, “detrás del escenario”, donde las personas realizamos comportamientos únicos para nuestro Yo, para los cuales no existe audiencia (p. 47). En resumen, el *frontstage* es la afirmación de nuestro Yo dentro de los escenarios públicos, el *backstage* como aquella interacción de nuestro Yo en lo privado, y el *performance* sería entendido como el desinvolvemento de nuestro Yo en los diversos espacios.

Ahora bien, [Di Próspero \(2011\)](#) utiliza estos conceptos que planteó Goffman para explicar el concepto de “autopresentación”, tomando como referencia la red

social Facebook. Según el autor, el *frontstage* no es solamente la forma de actuación dentro del escenario público, sino que es la dinámica del *performance* que todas las personas realizamos para “autopresentarnos” dentro de los espacios cara a cara. A nivel de redes sociales, el *frontstage* termina siendo la oportunidad para que la “autopresentación” sea una situación menos traumática que en el acto presencial.

En efecto, Facebook termina siendo una plataforma donde podemos colocar gran parte de nuestro Yo social, aquel que históricamente ha sido constituido, tal y como Martín-Baró planteaba: una persona con fecha de nacimiento, nombre, apellidos, lugar de residencia, entre otros; pero, a su vez, como aquella persona que actúa por medio del *frontstage*, ya que, como apunta [Di Próspero \(2011\)](#), las personas también pueden mostrar información ligada a deseos y aspiraciones del Yo. Dicho en otras palabras, el autor explica que Facebook ha dado lugar a la conformación de un Yo público pero editable:

Estos datos perfilan a la persona desde las propias motivaciones, deseos y, por supuesto, desde lo que socialmente se presenta como deseable, constituyéndose en lo que se quisiera ser, en el ser aspiracional. Facebook brinda numerosas posibilidades para la construcción y reconstrucción de un yo a medida. (p. 45)

Desde las redes sociales, por consiguiente, entran en juego una serie de variantes que van permitiendo generar nuevas dinámicas en nuestro *performance*, y van adquiriendo la volatilidad deseada por mi Yo para moldear las diversas situaciones relacionadas, no solamente con la “primera impresión”,

sino con la construcción del *frontstage* que está en constante evaluación y observación de las demás personas. De esta forma, la revisión constante de mi Yo en el *backstage* permite una rápida adaptación de todo lo que Yo deseo ser, y la aceptación casi inmediata por el público en el *frontstage*, tal cual como lo menciona Di Próspero (2011) al resaltar que las redes sociales, específicamente el Facebook, son el escenario ideal para la construcción y reconstrucción de un Yo a la medida.

3. El Yo ideal como pareja: El drama de mi Yo en el mundo de las historietas públicas

Luego de los diversos elementos de discusión que se realizaron en las dos primeras partes de este escrito, llegamos a la última parte en la que se profundiza sobre varios elementos relacionados con la proyección de las personas dentro de las redes sociales, dando énfasis a la forma en la que nos evidenciamos como personas aptas para el amor.

c. Los dramas públicos de mi Yo en redes sociales

Es un hecho, las redes sociales han variado las dinámicas sociales a las que estábamos acostumbrados a realizar hace diez años o más. Los encuentros con las demás personas prácticamente son continuos, en donde el tiempo parece ser un factor que ya no es determinante, y menos aún la distancia. Y es que, como lo plantean diversos autores, las redes sociales han transformado lo que históricamente hemos conocido como los espacios públicos y privados, y con ello, lo que se puede considerar como “lo público

y lo privado”. En palabras de Goffman, se ha variado radicalmente nuestro *frontstage* y *backstage*.

De Camargo y Canavire (2014, citando a Sibilia), detallan que las redes sociales se tornaron una herramienta para la construcción de las identidades; pero estas, no solamente son espacios para esto, sino que se han convertido en el medio donde lo privado se ha convertido en lo público. Hoy, dicen las autoras, estos espacios “son escenarios en que el Yo es transformado en narrativa y ocupa la centralidad de una espectacularización de la intimidad”, por lo cual, detallan, “lo público y lo privado sufrieron una inversión de valores con el fácil acceso de las tecnologías que lleva lo íntimo a lo público” (p. 48).

En efecto, la web, específicamente desde las redes sociales, ha sido el elemento central para perder las nociones de lo que considerábamos como parte de nuestro *backstage*, y estamos ubicando lo “más íntimo” al *frontstage*. Aunado a ello, no solamente se presentan aquellos componentes íntimos, sino que se convierten en un elemento totalmente moldeable que voy constituyendo como lo deseo. Así lo plantea Sibilia (citada por De Camargo y Canavire, 2014):

La web ofrece al usuario común la oportunidad de fantasear sobre sí mismo, de dar glamour a su personalidad, de re-historizar su existencia, reescribir su biografía, de tornar público aquello que pocos conocen: su ‘verdadero Yo’. Es la oportunidad de componer una imagen ideal de sí-mismo para el otro. Narciso, no feliz con su imagen, la retoca, cambia la leyenda, escribe un

testimonio, desea garantizar que el otro vea exactamente lo que él ve: una representación ideal. (p. 48)

De esta forma, “la primera impresión” que Goffman planteaba, de a pocos ha mermado su efecto traumatizante, ya que las redes sociales han permitido vislumbrar la posibilidad de crear y modificar cada uno de los aspectos que conforman el ideal en nuestro Yo. Para ello, no solamente debemos exponer a nuestro Yo en las redes sociales, sino que implica poner una ficción en funcionamiento y, con ello, poder reafirmar lo que creemos ser, y lo que vendemos a las demás personas. Así lo plantea Sibilia (citada por [Di Próspero, 2011](#)), quien explica que hemos dejado de considerar lo visto en la pantalla como una ficción, adoptando las tramas como reflejos de nuestras vidas cotidianas, y, por tanto, “cada vez más evaluamos nuestra propia vida según el grado en que satisface las expectativas. Valoramos nuestra propia vida en función de nuestra capacidad de convertirse, de hecho, en una verdadera película” (p. 48).

Ciertamente, la televisión y el cine, entre otras formas de entretenimiento, presentan una serie de elementos basados en tramas llamativas: algunos impactan por tristeza, alegría, aventura, drama, miedo, entre otros; sin embargo, más allá de la diversidad de las tramas, lo relevante es que entretienen. Justamente es este elemento lo que da pie a las posibilidades de transformar todos los elementos ligados a la presentación de mi Yo, en un espacio público, que puede ser moldeable y que posee un público que le sigue: somos el show.

Según [Di Próspero \(2011\)](#), las redes sociales potencializan las mejoras necesarias para el Yo ideal, y que, como se desarrolló con los planteamientos de Goffman, todas aquellas características de nuestra “primera impresión” pueden ser constituidas únicamente desde indicadores de éxito, alejando los fracasos con los que se juzgaría a mi Yo:

Se consignan los estados más ligados a los éxitos que a los fracasos, construyendo un yo para ese público en base a esos estándares ideales con la finalidad de hacer un buen show, en términos de Goffman, en base aspiracionales (p. 47).

Por consiguiente, si revisamos las redes sociales, en especial Facebook e Instagram, se puede notar que están llenas de Yo exitosos, con altas aspiraciones logradas; muestran diversos momentos que marcan los gustos, metas; narrados desde diversas secuencias que cierran triunfos adquiridos tras el esfuerzo; o bien, los momentos descritos como aventureros, obtenidos por medio de la capacidad personal del Yo real que vive lo irreal.

Lo anterior da pie para poder comprender dos elementos de discusión: el primero refiere a la materialización del cuerpo como una mercancía mediada por las redes sociales; y la segunda, ostenta hacia la espectacularización del Yo mediado por el cuerpo. En el caso de la primera, [De Camargo y Canavire \(2014\)](#) detallan cómo la utilización de las redes sociales y la exposición del cuerpo de las historias que se muestran por medio del Yo, termina siendo un objeto idóneo para ser consumido, ya que según las autoras “el cuerpo del otro (acompañado de toda su

complejidad formada por comportamientos, sentimientos, placeres, obsesiones, paranoias, fobias, osadías y delicias) se tornó un objeto de consumo” (p. 49). En efecto, la experiencia del cuerpo, mediada por la imagen que se presenta en las redes sociales, ubica a las personas en espacios diversos que implican vender su Yo como una persona que sigue la complejidad de su ser, y que muestra cómo es posible alcanzar cualquier ideal a pesar de todas esas complejidades.

El segundo elemento refiere a la espectacularización del Yo, el cual, según [Di Próspero \(2011, citando a Sibilía\)](#), “la intimidad cotidiana se ha vuelto habitual”, a tal nivel que ahora las personas ya vamos adaptando “técnicas de estilización de las experiencias vitales y la propia personalidad para ‘salir bien en la foto’”. En otras palabras, se han encontrado recetas que han sido bastante efectivas en la constitución de “modelos narrativos y estéticos de la tradición cinematográfica, televisiva y publicitaria, cuyos códigos son apropiados y realimentados por los nuevos géneros que hoy proliferan en internet” (p. 48). Este punto de discusión es fundamental, ya que con la visualización y la narrativa visual que ofrecen las fotografías, así reafirmadas por las secuencias que se construyen para conformar las historias, las personas vendemos el Yo que rompe con los esquemas del *backstage* y solamente ofrecen el *frontstage* y alcanzar la secuencia aspiracional del deber ser.

Por consiguiente, nuestras historias, vistas como puestas en escena de las redes sociales – tal cual si fuéramos personajes dignos de un show – no son más que un

proceso de espectacularización en el que somos protagonistas que viven y transforman la vivencia por medio de la narrativa y de la imagen. Así lo explica Sibilía (citada por [De Camargo y Canavire, 2014](#)):

La web pasó a ser un espacio de construcción de identidades en que el Yo, por medio de fotos, textos, videos, lenguaje escrito con elementos de oralidad, escribe su autobiografía en las redes sociales, se coloca en narrativa. Los usuarios, como autores, narradores y protagonistas de su propia historia, buscan dar expresión a su Yo en que el cuerpo es su principal carcasa o medio primario. (p. 54)

d. *El perfeccionismo de la historieta con narrativa del Yo en búsqueda del amor*

Los shows de las redes sociales muestran diversas facetas del Yo. Aquí ya no encontramos escenarios que delimitan el comportamiento frente a las demás personas, en términos de Goffman, el *frontstage*. Al contrario, las dinámicas de las redes sociales muestran una diversidad de facetas del Yo enmarcadas por publicaciones, acompañadas de “*hashtags*”, álbumes y descripciones. Pasamos de momentos serios, a momentos “jocosos” en cuestión de segundos, construyendo la historieta que nos parece idónea para nuestro Yo, moldeada tal cual si fuera plastilina. [De Camargo y Canavire \(2014\)](#) explican extraordinariamente esta dinámica de la siguiente forma:

De pizzas a vinos, de vestimenta a accesorios, de flores a mascotas, electrodomésticos y muebles, equipamientos de fitness y servicios bancarios, en fin, todo puede ser concretizado, realizado

por medio de la web ¿y, por qué no, un nuevo amor en un cuerpo-otro que se desea ideal y que, imaginariamente es idealizado? (p. 51)

En efecto, la relación entre el cuerpo/exposición en las redes sociales, no es más que la espectacularización del Yo como un elemento más de consumo, el cual, no necesariamente refiere a la compra material, sino que puede ubicarse en el consumo simbólico mediado por el “like”, “vistas” y cantidad de “comentarios”. En ese sentido, la cita anterior nos proporciona la opción de visualizar el universo de opciones que encontramos dentro de la web y las redes sociales. Desde los casos específicos aquí referenciados, Facebook e Instagram, encontramos un popurrí de alimentos, accesorios, ropas, servicios, paisajes, pero, sobre todo, de cuerpos.

En otras palabras, equiparamos elementos esenciales de la identidad – mediado por el cuerpo – con otros objetos y acciones que están íntimamente relacionadas con el consumo: no solamente buscamos objetos materiales para ser adquiridos, sino también, buscamos compañía, amor, un cuerpo con el que se pueda compartir.

De Camargo y Canavire (2014) hacen una relación interesante entre el consumo, la exposición, los sentimientos y el consumo:

Entre el deseo íntimo y los deseos impuestos por la cultura, la web posibilita otras realidades, realizaciones, representaciones e identidades, cuando una persona está dispuesta a ‘consumir’ a otras personas mediadas por una red compleja de sentidos. (p. 51)

Es justamente el punto planteado por las autoras, el consumo del cuerpo del otro por medio de la red, que implica la exhibición de algo que deseo consumir, pero a la vez, el Yo también desea ser consumido, tanto o igual que el resto de las personas. Ser el centro de atención, poseer un Yo seguido, es el triunfo adherido gracias al *performance* que otorga la primera impresión, ese “like” deseado tras la exposición, el premio tras la exitosa “primera impresión”.

Por consiguiente, tal y como se ha desarrollado dentro de este escrito, las dinámicas sociales en el contexto actual del internet, la web y las redes sociales, están constituidas por la diversidad de público usuario o diversos Yo que han construido variedad de versiones de sí mismos en formas de historietas que, a su vez, son versiones de ideales para sí y para otras personas. Para **De Camargo y Canavire (2014)**, la construcción de usuarios con la descripción anterior, es:

Estar disfrazados de beneficios, novedades, facilidades, pero que en realidad transforman la amistad, el amor, y el sexo en un producto a ser consumido, en un delivery por internet. Muy popular el aplicativo funciona de la siguiente manera: al adherirse, una lista de los amigos en Facebook es exhibida y dividida entre hombres y mujeres: entonces, el usuario es invitado a seleccionar. (p. 51)

Las autoras detallan una dinámica compleja de exposición y consumo del Yo. Es decir, no solamente las personas estamos expuestas, sino que nuestro Yo – mediado por el cuerpo – es la base del consumo simbólico y material de amistad, de ideales, de amor, tal cual como si tuviésemos

un catálogo o inventariado de otros Yo que están dentro de la vitrina virtual con historias detalladas por álbumes.

Por otra parte, Beatriz Sarlo (2019) en entrevista sobre su libro “La intimidad pública”, plantea que las redes sociales han llegado a ser los espacios necesarios para la conversión de lo privado en lo público, en donde, no solamente se ubica la historia la vida, sino que, el contenido se da a partir de la construcción de personajes intercambiables, facilitados por la construcción de historietas que poseen personajes intercambiables. Según Sarlo (2019), la vida “no se puede vivir en un vacío de historieta”, y, por tanto, la construcción de los personajes otorga la narración necesaria para que las personas llenemos de contenido nuestra vida cotidiana.

Otro de los elementos que Sarlo (2019) plantea refiere a que las redes sociales han permitido el desarrollo de lo que denomina como “capital actoral”, y lo explica a partir del ejemplo en el que las personas famosas, al asistir a una actividad social, saben que serán fotografiadas, pero que, a diferencia de las estrellas, las famosas deben buscarse en páginas de revistas, mientras que las estrellas saben que estarán en estas. Por lo tanto, la dinámica de exposición hacia las demás personas es, justamente, la espectacularización que se ha mencionado recientemente, como aquellas técnicas adquiridas, donde se muestra nuestro Yo de una forma que se considera “natural”, cuando es totalmente lo contrario.

En efecto, Sarlo (2019) coincide totalmente con este elemento central de la espectacularización, y lo ejemplifica por medio

del deporte: para Sarlo (2009), hay deportistas que poseen grandes dotes en su quehacer, de tal forma que se les podría considerar como genialidades, sin embargo, para el alto nivel competitivo, la práctica por medio de las repeticiones es fundamental para la excelencia; solamente que, para algunas personas con dotes, muchas de las repeticiones saldrán muy naturales, pues son capaces de hacer genialidades gracias a su talento y sus destellos. Por otra parte, para otras personas que no poseen estas características, repetir todas las veces posibles permitirá, posiblemente, alcanzar destellos de éxito. Lo mismo sucede con la exposición de las historietas, ya que, según Sarlo (2009), es posible que en muchas de las ocasiones no nos salga la genialidad, pero si lo repetimos constantemente, podríamos alcanzar destellos de éxito.

Por consiguiente, si lo llevamos a las redes sociales, la repetición de las fotografías (álbumes e historias), en el constante armado de la narración visual de mi Yo, es fundamental para la aceptación por parte de los otros individuos, pero, sobre todo, refiere a la repetición constante de que ese show mediado por el Yo: la genialidad narrativa de una persona exitosa, en donde la primera impresión posee un cuerpo para la secuencia visual del ser perfecto.

Ahora bien, tal y como en puntos anteriores, somos seres complejos, con Yo multidimensionales, con diversas representaciones sociales (códigos e imaginarios sociales), y que, ante las presiones sociales y constitución de ideales, nos hemos situado como sujetos que poseen necesidades variadas que creemos poder

resolver desde el acceso de las redes sociales. El amor, como necesidad humana histórica, es uno de los mayores deseos. Sin embargo, no solamente buscamos el amor, sino que también nos proyectamos como sujetos que somos capazmente aptos para poder hacer felices a otras personas.

Asimismo, el amor es una de las acciones sociales más complejas de entender, vivir y compartir, ya que se encuentra sujeto a una serie de representaciones sociales que poseen diversos códigos aún más complejos. Como sujetos sociales, hemos adquirido procesos educativos en los que el amor ha venido a inmiscuirse dentro de las necesidades más relevantes dentro de la vida social. Así, pues, según [Vargas \(2018\)](#):

El amor es una acción que ha sido socialmente construida, en donde nos vemos siempre en pareja, amando románticamente, y que ese deseo, es parte obligatorio para nuestra vida social. Por consiguiente, la soledad es una de las sensaciones que más tememos y menos deseamos experimentar. Asimismo, el amor como acción socialmente aprendida, es también socialmente enseñada, es decir, el amor es una acción en la que todas las personas nos vemos involucradas, ya que nos enseñan y enseñamos a hacerlo. (p. 43)

Las redes sociales han permeado y cuestionado los mandatos sociales, los cuales han sido modificados por medio de las diversas prácticas que hemos denominado como *frontstage*, tal y como se ha discutido a lo largo de este ensayo. Sin embargo, el proceso de enamoramiento permanece como el conjunto de acciones que [Fromm \(s. f.\)](#) comparaba como la excitación por

la selección en las compras, ya que, para él, las personas que nos encontramos en el mundo moderno basamos nuestra felicidad en la “excitación de contemplar las vidrieras de los negocios, y en comprar todo lo que pueda, ya sea al contado o a plazos”, lo cual refiere a la búsqueda de la persona idealizada que posee como característica determinante el ser la persona “atractiva”; es decir, poseer las “cualidades que son populares y por las cuales hay demanda en el mercado de la personalidad”, sin importar si se es hombre o mujer (p. 3).

El anterior planteamiento de [Fromm \(s. f.\)](#) es, puntualmente, la descripción moderna de los procesos de observación que poseemos todas las personas para encontrar la pareja ideal, aquella que, desde las representaciones sociales, es el deber ser dentro de las relaciones de pareja. En efecto, según [Vargas \(2017\)](#), la frase popular “el amor entra por los ojos”, expresa o detalla que “deseamos” a las personas atractivas desde lo físico, siendo este el primer indicador para cumplir con la necesidad creada socialmente de ser la pareja ideal desde lo físico. Para [Vargas \(2017\)](#), “esto se encuentra estrechamente relacionado con las fantasías y mitos, pues ¿cómo presentarse como una persona atractiva si no es cumpliendo con las expectativas generadas por medio de las fantasías y los mitos?” (p. 66).

e. Análisis de casos: La presentación del Yo ideal para pareja en Instagram y Facebook

En las redes sociales ponemos nuestra mejor cara, presentamos a nuestro Yo como una persona que posee características ideales. ¿O no? Justamente esa pregunta

me llevó a tomar diferentes casos dentro de mis redes sociales, para hacer una descripción general de lo que se ha planteado. Para ello, solicité permiso directamente a las personas con las siguientes características: ser profesionales (persona graduada de al menos bachiller universitario), entre 22 y 35 años de edad y costarricenses, que tuviese al menos una de las dos redes sociales, y, en caso de tener las dos, ambas se tomarían dentro de la descripción. Es importante mencionar que, por situaciones de identidad, se usan nombres ficticios.

La descripción consiste en utilizar cuatro criterios, los cuales son propuestos aquí para plantear para un Yo ideal como pareja dentro de las redes sociales y, por consiguiente, de contar con que la totalidad o la mayoría podrían considerarse personas que han construido un Yo ideal. A continuación, los criterios:

- a. Yo disponible. Demuestra que es una persona disponible por medio de la información de perfil, con nombre y datos reales.
- b. Yo ideal. Presenta información y fotografías de índole profesional, así como detalles relacionados al quehacer laboral y académico.
- c. Yo aventura. Describe información de secuencias o historias por medio de relatos fotográficos en los álbumes de la sección de “fotos”, en actividades recreativas, deportivas o de índole similar a la distracción y aventuras (paseos, ejercicio, entre otras).
- d. Yo físico. Detalla aspectos corporales únicamente, donde se expone corporalmente por medio de la escasa ropa.

Son cinco personas informantes claves, de las cuales tres son mujeres y tres son hombres. Se tomará cada uno de los casos y se describirá por medio de los criterios.

i. Fidel

Fidel es un hombre graduado en ciencias sociales, con 34 años de edad y posee ambas redes sociales.

- a. *Yo disponible*: En el caso de Facebook, Fidel no muestra detalles como la edad (aunque sí muestra la fecha) ni lugar de trabajo, tampoco detalla su estado civil o situación sentimental; sin embargo, sí muestra información relacionada a las universidades en las que ha llevado algún proceso de formación, la descripción de su posición política (centro-derecha) y creencias religiosas. Cada dato mostrado, es real, no utiliza “nickname”. Esto se replica en Instagram, red que no brinda muchos detalles respecto a la persona, pero sí se muestra con el nombre real y fotografía de perfil. Fidel muestra una alta tendencia de publicación en ambas redes sociales: en el caso de Facebook, publica diversas notas, comentarios u opiniones personales y fotografías (propias, con amistades y familiares). Esta se da de manera diaria, incluso con un promedio de al menos dos publicaciones. En el caso de Instagram, la publicación de fotografías no es tan frecuente en el día, pero sí se mantiene una alta frecuencia.
- b. *Yo ideal*: Como se mencionó anteriormente, Fidel realiza publicaciones constantes en Facebook e Instagram. En la primera, mayoritariamente, se presenta

temas relacionados con derechos humanos: artículos, notas, etc.; aunado a temas laborales: exposiciones, presencia en actividades que ha coordinado, conferencias, entre otras. En Instagram, no se da este tipo de publicaciones tan frecuentes, sin embargo, sí hay una continuidad de la imagen de él en actividades laborales o académicas, como, por ejemplo, hablando en público, vestido de manera formal (con saco de vestir principalmente). Es decir, Fidel guarda un perfil ideal que muestra ser exitoso a nivel profesional y laboral.

Otro elemento a considerar dentro de ambas redes sociales, es que Fidel tiende a estar acompañado en los diversos espacios que muestra en sus publicaciones. En efecto, Fidel siempre está en compañía de personas que son familiares, otras personas profesionales; y, en los espacios de índole personal – paseos, por ejemplo – se encuentra también acompañado. Esto muestra una imagen de un Yo ideal, por cuanto Fidel evidencia ser una persona muy sociable dentro de su ámbito personal, familiar y profesional, genera la percepción de una persona amena e idónea para cualquier relación.

c. *Yo aventura*: A pesar de mostrarse como una persona que, en lo académico como en lo laboral se mantiene muy ocupado, Fidel no deja la aventura de lado, ya que es una persona que, al publicar de manera constante en sus perfiles, se muestra en etapas diversas de su vida personal. Fidel genera una actividad tan diversa, que pasa de una publicación en un espacio laboral, a otra donde se encuentra en una

caminata por la montaña, o en la playa, haciendo ejercicio en un espacio cerrado, o incluso en una caminata dentro de sitios turísticos relevantes en México. La dinámica de Fidel es tan amplia y diversa que es la representación gráfica más cercana a un Yo aventura: solo, con amistades, con familiares, no importa dónde y cuándo, Fidel es siempre diversidad de espacios y lugares.

d. *Yo físico*: por último, Fidel muestra físicamente estar en buena condición, no solamente por estar joven (menos de 35 años), sino por ser una persona que realiza constante ejercicio. Fidel es tan seguro de sí mismo, que muchas de las fotografías se muestra sin ropa en la parte superior del cuerpo (sin camisa), reitera este tipo de fotografías tanto en Facebook como en Instagram. En efecto, las secuencias de publicaciones muestran a Fidel en al menos cinco fotografías sin camisa de las últimas veinte fotografías. Asimismo, ha publicado haber hecho alguna carrera de atletismo que, si bien es cierto no lo hace con la misma frecuencia que otras actividades, sí demuestra ser una persona que es activa en lo deportivo y seguro de sí corporalmente hablando.

ii. Sara

Sara es una mujer que posee diversos estudios profesionales en administración e ingeniería con tan solo 23 años de edad. Ella solo posee la red social de Instagram, lo cual me hizo realizar una observación más detallada de las publicaciones y comentarios, esto por cuanto a que su dinámica en esta única red social, implica limitaciones, ya que se limita a las fotografías.

a. *Yo disponible*: Sara muestra detalles reales en la información dentro de Instagram, es decir, indica su nombre real, sus dos profesiones, así como una fotografía de sí misma en la foto de perfil. Un elemento a destacar dentro de Instagram es que la persona puede colocar en su página de perfil lo que se denomina como “historias destacadas”, las cuales refieren a una serie de imágenes o videos colocados en orden por temática. Sara coloca cuatro conjuntos de “historias destacadas”: una refiere a su novio, otra a sus ejercitaciones, a paseos y una más relacionada al ejercicio en bicicleta. La constancia en las publicaciones por parte de Sara es muchísimo menor, si se compara con Fidel, sin embargo, este elemento comparativo no es relevante para el artículo, sino la regularidad en sus publicaciones. Ella hace al menos dos publicaciones al mes, en donde se resaltan fotografías en las que se reafirman las temáticas de las historias destacadas: el ejercicio, su relación sentimental, así como los paseos.

b. *Yo ideal*: Lo curioso que presenta Sara es que sus publicaciones se centran solamente una parte de lo que considero es el Yo ideal. Si, por ejemplo, tomamos el caso de Fidel, mostraba una gran y variada serie de publicaciones, en las que se mostraban diversos espacios sociales. Sin embargo, Sara omite esos espacios, a pesar de ser una mujer profesional. Su Yo ideal está basado en la dinámica física, donde la vida personal es más relevante de mostrar que su vida académica y laboral.

Dentro de su círculo de contactos, no hay una dinámica fluida en comentarios, como se puede dar en Facebook; sin embargo, en la mayoría de las fotografías que publica Sara, hay al menos un comentario, lo cual es llamativo por cuanto refiere a un alto porcentaje, Sara es la única protagonista, seguido de las fotografías con su pareja, con la familia, y, por último, con otras personas con quienes ha realizado sus actividades deportivas. La sonrisa es un factor relevante para Sara, ya que en las fotografías en las que ella se muestra con familiares, en solitario y con su pareja, la sonrisa es constante, lo cual, hace percibir que su personalidad es amigable, que, a su vez, ayuda significativamente en esa primera impresión dentro de las redes sociales.

c. *Yo aventura*: Hay un hilo muy delgado entre el ejercicio y la aventura por parte de Sara. En efecto, al ser una persona que frecuenta el ejercicio en bicicleta, recorre muchas partes del país, por lo cual, muestra una combinación de “aventuras” realizadas entre los paseos en bicicleta y todos los paisajes que logra observar dentro de esta dinámica. Así pues, la gran mayoría de las publicaciones que Sara muestra en Instagram, prácticamente están alternadas con los paisajes visuales y el ejercicio. No hay una estricta preferencia por un espacio específico, ya que Sara muestra una diversidad de paisajes en montaña, en playa, en zonas urbanas, e incluso, en zonas rurales. Se puede deducir que Sara es una mujer “todo terreno” para la aventura.

d. *Yo físico*: Para finalizar con el caso de Sara, se puede mencionar que físicamente se muestra como una mujer

muy segura de su cuerpo. En efecto, el Yo físico de Sara es contundente: practica deporte de manera constante, incluyendo ejercicios dentro y fuera de casa; muestra su cuerpo en gran cantidad de fotografías, en algunas de esas con escasa ropa, o incluso en vestido de baño (según su destino), además de también mostrar etapas como practicante del fútbol, deporte de corte muy masculino, al igual que el ciclismo, lo cual reafirma la capacidad y constancia que posee y que demuestra en el Yo físico. Por consiguiente, Sara reafirma un distanciamiento de otros espacios, principalmente académicos y laborales, consolidando su Yo físico y Yo aventura como relevantes.

iii. Braulio

El tercer caso es el de Braulio, quien posee ambas redes sociales, estudió contaduría y posee 33 años de edad, además de estar casado y tener una hija. A continuación, se hará la descripción del caso:

a. *Yo disponible*: Detallando a Braulio, encontramos que en Facebook posee su nombre real, y cuenta con información relacionada a su condición civil (casado), así como su fecha de nacimiento, de matrimonio, profesión y colegio en el que estuvo. No cuenta con información laboral, ni universitaria. Su foto de perfil, reafirma su condición familiar, pues se encuentra con su esposa y su única hija. Por otra parte, en el caso de Instagram su perfil varía, pues no detalla más información que su nombre real, sin más datos, y se encuentra solo en la fotografía de

perfil que, como aspecto a considerar, se muestra realizando ejercicio, calificándose como “runner”.

Braulio no es una persona que realiza publicaciones de manera continua, sin embargo, las que realiza son de diversos temas: desde lo laboral, hasta lo familiar, pasando por las publicaciones de sus actividades deportivas (atletismo). A Braulio se le ve con compañeros de trabajo y sus entrenamientos colectivos de atletismo, así como los paseos familiares que realiza. Por consiguiente, encontramos un Braulio que muestra un Yo real, con dinámicas familiares y personales, especialmente en el atletismo.

b. *Yo ideal*: Braulio, como se mencionó recién, posee una cierta discreción sobre su vida profesional. En efecto, las publicaciones de Braulio no están referenciadas a aspectos laborales o académicos, sino en su familia, en la práctica del deporte, y, por último, en los paseos. No hace publicaciones constantes, pero mantiene publicaciones periódicas, es decir, no pasan periodos extensos en meses para que realice una publicación en el Facebook, y si se toma en términos temporales, un año hacia atrás en publicaciones, se podría notar que Braulio posee nulas publicaciones laborales, seguidas de algunas publicaciones con temas laborales y con compañeros de trabajo, dejando a la familia y a la práctica del atletismo como las principales publicaciones. Como un paréntesis, se menciona que los paseos fuera del país son importantes, por lo cual, se podría mencionar que el estatus laboral de Braulio es estable.

Por último, en el Yo ideal, Braulio en la mayoría de las fotografías en Facebook se encuentra acompañado. Por un lado, se encuentran fotografías de índole social, es decir, amistades y personas del trabajo; y, por otra parte, se encuentra con su familia, en especial se presenta con su hija. Estas dos tendencias dan la representación social de que Braulio es una persona muy social, buen compañero de trabajo, y sobre, buen padre de familia, de la cual se siente orgulloso. Asimismo, estas fotografías – especialmente las últimas – son reafirmadas por parte de sus “amigos”, quienes aprueban por medio de “likes” las publicaciones según las tendencias descritas.

c. *Yo aventura*: Haciendo un recorrido histórico dentro de las secuencias fotográficas de Braulio, es importante mencionar que posee dos tendencias en el tema del Yo aventura: por un lado, se encuentran los paseos fuera del país, en donde ha logrado diversos países – principalmente en familia – en donde se ubica en puntos muy reconocidos, tanto a nivel europeo como estadounidense. En estos casos, Braulio – al igual que sucede con Fidel – describe cuáles son las ubicaciones de las fotografías. De esta forma, despejan cualquier duda de que es una persona que se aventura a realizar paseos fuera del país, como una persona que, económicamente hablando, posee la capacidad de cumplir esta posibilidad de manera regular.

Asimismo, la otra parte del Yo aventura por parte de Braulio es el relacionado al Yo físico, ya que es una persona que practica el atletismo, pero las fotografías que comparte, tanto en Instagram como en

Facebook, presentan diversas ubicaciones o puntos que no visita dentro de la regularidad, sino únicamente con el ejercicio.

d. *Yo físico*: Tal y como recién se mencionó, Braulio es una persona que practica el atletismo, y sus redes sociales lo reafirman. En efecto, tanto en Instagram como en Facebook, la constante es la participación en diversas actividades atléticas por parte de Braulio, pues demuestra – por medio de sus publicaciones – que incluso refleja que tiene la capacidad económica para realizar diversas carreras internacionales. Por consiguiente, la periodicidad con la que sube fotografías, así como los datos de las diversas ubicaciones en donde practica el atletismo, tanto nacional como internacionalmente, revelan a un Yo físico que posee constancia en el ejercicio, y, por consiguiente, se podría deducir que es saludable. Sin embargo, Braulio no es una persona que descubre su cuerpo dentro de las publicaciones, empero, sí utiliza ropa atlética que se puede considerar acorde a un estatus económico que da continuidad al atletismo.

iv. Alicia

Alicia es una mujer costarricense con 30 años de edad, profesional en una carrera, y optando por una segunda. Además, posee ambas redes sociales, tanto Instagram como Facebook.

a. *Yo disponible*: La información que se encuentra del perfil de Facebook por parte de Alicia refleja una persona que revela mucho de su vida profesional y personal: indica el lugar donde labora,

las universidades dentro de las que se ha formado, detalles de las personas que son familia, creencias religiosas y políticas, además de su lugar de procedencia. En el caso de Instagram, reafirma su espiritualidad, sin embargo, detalla un elemento central a nivel de publicaciones: practica ciclismo. Por último, describe que ha sido una persona que ha visitado una variedad de países.

A nivel de publicaciones, Alicia muestra una serie de publicaciones que son tendencia en ambas redes sociales: el ciclismo, la familia, y los paseos como la constante a nivel de fotografías. Posee una continuidad de corte semanal en Instagram, la cual es similar en Facebook, con la diferencia de que en esta última se publican diversidad de contenidos relacionados con las creencias y visiones de mundo; mientras que en Instagram se centra en las relaciones con personas cercanas – como la familia y amigos – y, por supuesto, con la práctica del ciclismo como un estilo de vida.

b. *Yo ideal*: A pesar de contar con información laboral, Alicia no se muestra como una persona que posee fuertes publicaciones en este ámbito, sin embargo, realza la relación con sus personas amigas y familiares. No obstante, la condición de éxito y estabilidad laboral – traducida en estabilidad económica – se ve representada por las publicaciones ligadas a la visita de otros países, lo que genera la impresión de que es una persona con capacidad material idónea, socialmente hablando. Otro elemento fundamental es que Alicia siempre se encuentra alegre y en compañía, en la que logra combinar

su Yo espiritual – laboral – personal – saludable, reflejando todo un estilo de vida integral, que se podría considerar como exitoso. Esto lo respaldan la cantidad de “likes” que se encuentran dentro de sus publicaciones, las cuales dan validez a las posiciones y estilo de vida que lleva Alicia. A su vez, en la mayoría de las publicaciones fotográficas, se coloca en el centro de estas, sonriendo, y ubicada en los diversos sitios ya mencionados. Da toda una impresión de disfrute del estilo de vida que lleva. Por último, Alicia refleja ser una persona que, en el momento, no posee pareja, ya que no presenta ningún indicio visual y escrito de que es su presente.

c. *Yo aventura*: Al igual que Braulio y Fidel Alicia posee dos formas de presentar su Yo aventura: por medio de los paseos fuera del país, y por los sitios que logra conocer visitar cuando practica el ciclismo. En efecto, con solo revisar el perfil de Instagram, Alicia se define como una “globaltrotter”, en donde ha conocido diversos países de Latinoamérica, Norteamérica y Europa. Mientras que los paisajes que evidencia tras la práctica del ciclismo, reflejan que Alicia es una mujer disfruta de la vida por medio de estas dos grandes acciones.

d. *Yo físico*: Por último, el aspecto más reiterado dentro de la descripción del perfil de Alicia es la práctica y reafirmación del estilo de vida ligado al ciclismo. Es tan representativo que, dentro de algunas de las fotografías que ha publicado estando fuera del país, está acompañada de una bicicleta, así

como en muchas de las publicaciones regulares. La ropa deportiva, así como las bicicletas, son reflejo del estatus y éxito que se pueden deducir con las que cuenta Alicia. Sin embargo, a pesar del estilo de vida deportivo, Alicia prácticamente no se muestra con escasa ropa, solo aparece una única publicación en vestido de baño.

v. **Julia**

Para el último perfil, se tiene a Julia, quien posee 23 años de edad, profesional en ciencias de la comunicación, y quien es activa dentro de las dos redes sociales.

a. *Yo disponible*: Julia posee información real dentro de sus dos redes sociales, es más detallada en Facebook. Claramente, esta red posee más capacidad de informar de quién se es hacia las demás personas, sin embargo, Julia detalla espacio laboral, universidad en la que estudió, fecha exacta de nacimiento y el contacto de algunos familiares. En Instagram, detalla su profesión y una frase. A nivel de publicaciones, en Facebook encontramos una gran diversidad, pues muchas de estas podrían ligarse directamente al quehacer profesional de la comunicación, incluyendo algunos realizados en su lugar de trabajo. Asimismo, también en Facebook se encuentran otras publicaciones de corte personal, como lo son las fotografías personales. Mientras que, en Instagram, las publicaciones están ligadas a sí misma en diversos espacios y momentos. Asimismo, posee la sección de historias destacadas, en el que

concentra uno de los sitios que ha logrado conocer fuera del país.

b. *Yo ideal*: Como recién se mencionó, dentro de los diversos tipos de publicaciones que realiza Julia, en el Facebook combina lo profesional con lo personal, e Instagram donde refleja su espacio “más personal”. En efecto, si clasificáramos las publicaciones realizadas en ambas redes sociales, Facebook muestra una cierta periodicidad relacionada a aspectos del quehacer laboral; sin embargo, en las fotografías hay una tendencia a lo familiar y personal. Asimismo, la compañía es otra de las tendencias que posee Julia, y en las que se representa la sonrisa y la alegría (como en todos los demás casos descritos) una forma constante de presentarse. De esta forma, si no conoces a Julia, y le observas en Facebook, es posible que se deduzca como una mujer que posee aprecio por la familia y sus amigos.

Por otra parte, Instagram posee un grado más representativo de Julia a nivel personal, en donde es el centro de la mayoría de las publicaciones. La reafirmación que posee por las personas que le siguen en estas dos redes es considerablemente importante, pues en Facebook las publicaciones que se pueden clasificar como laborales, no poseen más de treinta “likes”, sin embargo, las personales duplican fácilmente dicho número. No obstante, no supera lo que obtiene en Instagram, que llega a superar fácilmente, ciento cincuenta “likes” cuanto menos.

- c. *Yo aventura*: La dinámica que presenta Julia a nivel de aventura se centra en las visitas fuera del país. En efecto, tanto en Facebook como en Instagram se denotan los paseos que ha tenido Julia: las fotografías en países del sur de Latinoamérica, así como en Estados Unidos, son parte esencial dentro de las publicaciones. Muchas de estas son con su familia, reflejando lo descrito en otro punto anterior: la importancia de la familia para Julia. Por otro lado, maneja una serie de publicaciones en escenarios muy agradables, como la playa o la montaña, empero, estas son muy específicas, no permiten generar una impresión de Julia de perfil de aventura extrema.
- d. *Yo físico*: Para finalizar, Julia es sumamente discreta con su cuerpo. En efecto, Julia no realiza publicaciones en las que se exhiba su cuerpo. Como se mencionó anteriormente, las publicaciones realizadas por Julia reflejan mucho su relación familiar y laboral, sin embargo, no posee una tendencia mostrarse realizando ejercicio, es decir, no hay certeza que, a nivel físico, Julia realice actividades deportivas. Por lo cual, se reafirma la característica anterior en la que, para ella, el espacio personal, familiar y laboral son los ejes fundamentales dentro de su círculo social. Esto conlleva a deducir que Julia no posee una relación sentimental por el momento, ya que ninguna publicación da la certeza de otra situación actual.

Consideraciones finales

Los diversos casos descritos, así como las diferentes reflexiones teóricas planteadas, propician las siguientes consideraciones finales:

- a. Todas las personas poseemos la libertad y capacidad de manejar y construir nuestro Yo, según lo que consideremos oportuno a nivel individual, pero aceptable socialmente. La primera impresión es manejada a nuestro antojo, para perfilar el Yo deseado, respaldado por los diversos “likes”, el acompañamiento de otras personas en las fotografías, la imagen de éxito y, por supuesto, guardamos todo aquello que consideramos alejado de nuestro necesario show.
- b. Esto nos genera un abanico de opciones para construir perfiles ideales de pareja, y materializar, de forma idónea, lo que consideramos es la mejor versión de nuestro Yo. No podemos manejar las percepciones de otras personas, pero sí nos podemos presentar como personas con intereses, acciones, visiones y actividades que pueden calzar en mucho con lo que se considera ideal para otras personas.
- c. De esta forma, sin la intención de buscar pareja, podemos ofrecernos como personas que muestran impresiones muy cercanas a ser capaces de cumplir con lo deseado por otras personas. Proyectamos representaciones sociales por medio de nuestro Yo en redes sociales.
- d. Justamente, las redes sociales proporcionan esa posibilidad: Moldearnos

constantemente, perdiendo la línea del *frontstage* y el *backstage* de nuestro Yo. Por tanto, lo público y lo privado quedan entremezclados entre los intereses y gustos que pueden variar entre todas las personas, pero que, a la larga, terminan siendo publicaciones en las redes sociales.

Referencias

- Abric, J. C. (2001). *Prácticas sociales y representaciones*. Ediciones Coyoacán S.A. Coyoacán, México.
- Araya, S. (2002). *Las representaciones sociales: Ejes teóricos para su discusión*. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO). San José, Costa Rica.
- Cabral, B. y García, C. (1998). Masculino/Femenino... ¿Y yo? Identidad o identidades de género. *Revista Venezolana Ecotrópicos*. Recuperado de <http://ecotropicos.saber.ula.ve/db/ssaber/Edocs/grupos/gigesex/publicaciones/articulos/masculino-femenino.pdf>
- De Camargo, H. y Canavire, V. (abril-junio, 2014). De redes y cuerpos: Ensayo sobre el amor en tiempos de las tecnologías. *Questión, Revista especializada en periodismo y comunicación*, 1(42), 42-56,. Recuperado de <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/2119>
- De Castro, C. (1997). *Geografía en la vida cotidiana*. Barcelona, España: Ediciones del Serbal.
- Di Próspero, C. (agosto-noviembre, 2011). Autorrepresentación en Facebook: Un yo para el público. *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad*, 3(6), 44-53, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=273219417005>
- Equipo Multimedia Emol (2018). Cómo se ha dibujado el crecimiento de Instagram y qué edad tienen sus 1.000 millones de usuarios. *Emol. tecnología, Medio digital El Mercurio*. Chile. Recuperado de <https://www.emol.com/noticias/Tecnologia/2018/06/24/910862/Como-se-ha-dibujado-el-crecimiento-de-Instagram-y-que-edad-tienen-sus-1000-millones-de-usuarios.html>
- Fromm, E. (s. f.). *El arte de amar*. Recuperado de <https://www.angelred.com/biblioteca/erich-fromm-el-arte-de-amar.pdf>
- Grandes Libros (2019). *Beatriz Sarlo en una entrevista imperdible sobre su nuevo libro, La intimidada pública [Video]*. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=PfIE-IQeLoI>
- Kuchler, H. (2019). Facebook: La evolución a un gigante difícil de manejar. *Expansión, economía digital*. España. Recuperado de <http://www.expansion.com/economia-digital/companias/2019/04/06/5ca8ccb6ca474196048b457b.html>
- Lagarde, M. (2000). Claves feministas para la negociación del amor. *Memoria de puntos de encuentro*. Managua, Nicaragua. Recuperado de http://www.caladona.org/grups/uploads/2013/04/claves-feministaspara-el-poderio-y-autonomia_mlagarde.pdf

Martín-Baró, I. (1990). *Acción e ideología. Psicología social desde Centroamérica*. UCA Editores. El Salvador. Recuperado de <http://www.catedralibremartinbaro.org/pdfs/descargas/documentos/1983aAccioneideologiapsicologiasocialdesdeCentroamerica/Martin-Baro-Accion-e-ideologia-Cap4-Procesos-de-Socializacion.pdf>

Vargas, C. (2017). El amor, enamoramiento y el cuerpo: Líneas de reflexión sobre el amor romántico presentes en la música latinoamericana (salsa) y la fotografía. *Revista Repertorio Americano*, 27. Universidad Nacional de Costa Rica. Recuperado de <http://www.revistas.una.ac.cr/index.php/repertorio/article/view/11058>