

ARTÍCULO CIENTÍFICO

El gobierno virtual de sí: caso Facebook

The virtual government of itself: Facebook Case

O governo virtual de si mesmo: o caso do Facebook

JUAN LISANDRO SOTO FLECHAS

Antropólogo, especialista en investigación social

Magister en Sociología

Doctor en Ciencias Humanas y Sociales

Universidad Surcolombiana, Facultad de Ciencias Humanas y Sociales, jefe de la Carrera de Antropología

Neiva, Colombia

Autor para correspondencia: Lisandro.soto@gmail.com - lisandro.soto@usco.edu.co

<https://orcid.org/0000-0001-6457-006X>

Resumen

En este artículo se encontrará una investigación de corte cualitativo-etnográfico que se desarrolló entre jóvenes universitarios de Bogotá tomando como referencias sus construcciones subjetivas en Facebook. El modelo interpretativo fue el de Foucault, en tanto que se veía la construcción subjetiva como una forma de gobierno de sí, enmarcada en una tecnología de la gubernamentalidad llamada neoliberalismo. De acuerdo con Foucault, la puesta en escena es interpretada como una forma de cuidado de sí que busca una gobernanza del sujeto sobre sí de la mano del escenario del poder neoliberal.

Palabras clave: cuidado de sí, gobierno de sí, gubernamentalidad, biopolítica, Facebook.

Abstract

In this article, you will find qualitative-ethnographic research that was developed among young university students from Bogotá taking as references their subjective constructions on Facebook, the interpretive model was that of Foucault, while the subjective construction was seen as a form of self-government, framed in a technology of governmentality called neoliberalism. With Foucault, staging is interpreted as a form of self-care, which seeks a governance of the subject over itself, hand in hand with the scenario of neoliberal power.

Keywords: Take care of yourself. government of itself, governmentality, biopolitics Facebook.

Resumo

Neste artigo você encontrará uma pesquisa qualitativo-etnográfica que foi desenvolvida entre jovens universitários de Bogotá tomando como referência suas construções subjetivas no Facebook, o modelo interpretativo foi o de Foucault, enquanto a construção subjetiva foi vista como uma forma de autoconhecimento. governo, enquadrado numa tecnologia de governamentalidade chamada neoliberalismo. Com Foucault, a encenação é interpretada como uma forma de cuidado de si, que busca um governo do sujeito sobre si mesmo, de mãos dadas com o cenário do poder neoliberal.

Palavras chaves: Cuide-se. governamentalidade de autogoverno, biopolítica, Facebook

.....
Fecha de recepción: 8 de septiembre de 2023. / Fecha de aceptación: 11 de noviembre de 2023.

Introducción

Black Mirror (2017) es una serie de Netflix en la que se aborda una visión distópica de las tecnologías inteligentes en el futuro. El capítulo “Caída libre” trata sobre una sociedad sumergida en las redes sociales en las que los individuos reciben puntuaciones que van de 0 a 5 de acuerdo con la aceptación social de lo que publican en la red. Las personas están conectadas a través de dispositivos móviles (teléfono y *chip* en el ojo) y relacionarse con personas prestigiosas las hacen a ellas también importantes. Deben mostrar, tanto en el mundo *off*-línea como *on*-línea, una actuación que resalte la belleza, el éxito, una vida de felicidad y, en fin, hacer todo aquello que socialmente es aceptado. Si esto es así, su puntuación sube y la vida les sonríe y privilegios sociales. Si, por el contrario, no se comportan según lo esperado, de manera idealizada, su puntuación cae y con ello viene la exclusión, el rechazo, la pérdida de privilegios otorgados por la sociedad. Se trata de una sociedad estructurada en torno a la virtualidad, materializada -si se me permite la expresión- en las redes sociales. La virtualidad no es un divertimento ni un pasatiempo, sino un aglutinador, un generador de la vida social y económica: en la medida en que la gente debe existir a través de las redes sociales, la sociedad, por tanto, se reproduce en las redes sociales. El argumento de este capítulo no está alejado de la realidad actual y, de hecho, algunos elementos de la serie fueron identificados en la investigación. Este estudio indaga en el sentido que jóvenes de la ciudad de Bogotá les otorgan a prácticas generalizadas referidas a la apropiación de las redes sociales (Facebook) como mecanismos de interrelación social que les permite generar imágenes de sí desde una perspectiva ideal.

Nuestro argumento es que los jóvenes construyen su perfil en Facebook por medio de una puesta en escena pensada y racionalizada -en cierto grado- que contribuye a administrarse o gobernarse a sí mismos. Argumentaremos que esta construcción subjetiva de sí se enmarca en los nuevos escenarios virtuales que están siendo atravesados por una forma de gubernamentalidad caracterizada por un ejercicio del poder que no actúa directamente sobre las subjetividades sino sobre el contexto, de forma tal que se produce una sensación de libertad. De allí su eficacia, pues el individuo no se percibe como sujetado, sino en ejercicio de una libertad controlada. Nuestro modelo interpretativo acude a aspectos de la teoría de Foucault en relación con cierto desplazamiento del ejercicio del poder en donde el individuo era controlado por mecanismos externos a él, a una forma de poder en

donde el individuo se gobierna a sí mismo, se cuida, en definitiva, desarrolla unas prácticas sobre sí mismo en la constitución de su subjetividad.

No decimos que todos los individuos, ni siquiera todos los jóvenes en Bogotá, se construyen de esta manera. Este modelo interpretativo rinde sus frutos cuando se refiere a jóvenes de clases media y alta que adelantan estudios universitarios. No es conveniente extrapolar estos análisis, es decir, pretender que sean válidos en otros contextos habitados por otro tipo de personas, incluso si hay elementos comunes con otros grupos poblacionales. Tal caso reclamaría otro tratamiento, otro estudio.

El gobierno de sí y cuidado de sí

En la etapa ética, Foucault se dedica a entender la forma de operar del poder para construir sujetos éticos y morales a través de la relación que entablan los individuos consigo mismos. El sujeto está atravesado y se constituye por medio de prácticas, discursos, saberes-poderes, relaciones de poder, juegos de verdad y dispositivos. En esa medida, el sujeto no es algo fijo; se ha construido a lo largo de los diferentes momentos históricos, que Foucault identifica con diferentes etapas: arqueológica, genealógica y ética. Esta *última* insta una construcción subjetiva que recurre a las prácticas de sí, al cuidado y formas de autogobierno. Esta transformación en el modelo analítico de poder lo expresa Foucault en el tomo II de la *Historia de la sexualidad* (1999), “La inquietud de sí”:

Fue igualmente necesario un desplazamiento teórico para analizar lo que con frecuencia se describe como las manifestaciones del “poder”: me llevó a interrogarme más bien acerca de las relaciones múltiples, las estrategias abiertas y las técnicas racionales que articulan el ejercicio de los poderes. Parecía que sería necesario emprender ahora un tercer desplazamiento para analizar lo que se ha designado como “el sujeto”; convenía buscar cuáles son las formas y las modalidades de la relación consigo mismo por las que el individuo se constituye y se reconoce como sujeto (Foucault, p. 9).

Las prácticas de autogobierno se conciben como formas “liberales” en las que el sujeto busca hacerse cargo de sí mismo, gobernarse teniendo como preocupación fundamental su cuerpo. El cuidado de sí tiene cercanía con el concepto de las técnicas de sí que

permiten a los individuos solos, o con las ayudas de otros, algunas operaciones sobre su cuerpo y su alma, sus pensamientos, sus conductas y su modo de ser, así como transformarse, así como alcanzar cierto estado de felicidad, de fuerza, de sabiduría, de perfección o de inmortalidad” (Foucault, 1999, p. 445).

Con el cuidado de sí, Foucault entiende estas maneras de operar del poder de una forma diferente a las analizadas con antelación. En ellas, el poder no buscaba sujetar al individuo a través de poderes externos al mismo. Ahora se trata de formas enmarcadas en la relación consigo mismo de tal forma que el poder se encuadra en los procesos de subjetivación. En otras palabras, el individuo puede -en alguna medida- decidir no ser gobernado, sino autogobernarse a través de una relación consigo mismo en el marco de unos condicionamientos dados por el contexto. Esta forma de gobierno constituye al sujeto moral que se produce a sí mismo:

Se puede caracterizar brevemente ese “cultivo de sí, por el hecho de que el arte de la existencia *-la techn tou biou* bajo sus diferentes formas- se encuentra dominado aquí por el principio de que hay que “cuidar de uno mismo”; es el principio de la inquietud de uno mismo el que funda su necesidad, gobierna su desarrollo y organiza su práctica. Pero hay que precisar la idea de que hay que aplicarse a uno mismo, ocuparse de uno mismo (*heautou epimeleisthai*) (Foucault, 2003, p. 46).

El cuidado de sí y las formas de autogobierno que constituyen el gobierno de sí tienen un principio fundamental: no es un ejercicio en soledad, un acto de ensimismamiento, sino una práctica social que se realiza en presencia de otros y con otros en el espacio público.

El ocuparse de sí mismo demanda, de manera simultánea con las prácticas, las reflexiones, los trabajos, etc., unas “formas rigurosas de verificación, en la medida que indique si el individuo está trasegando en el camino correcto, si la tarea de ocuparse de sí está rindiendo los frutos que se espera de ellos” (Foucault, 1987, p. 58). Finalmente, el cultivo de sí se sirve del control como una prueba de poder y una garantía de libertad, una manera de asegurarse persistentemente que no nos sujetaremos a lo que no cae bajo nuestro dominio.

Los internautas tienen que crear una versión de sí, una autorrepresentación virtual que supone una “creación total de sí de forma constante”, lo que implica formas de edificación y de autogobierno. Entre esas formas de control sobre sí mismo están la observación, la exposición pública, la inmersión y la presencia, formas en las que la autorrepresentación es bien vista por los demás; se verifica por esta vía que la construcción de sí mismo es exitosa. Dicho, en otros términos: la aceptación social o pública de la construcción de sí implica que se está haciendo un buen cuidado de sí.

Estas prácticas de sí están presentes en Facebook y en la constitución de los sujetos. En esa medida hay que comprender un tipo particular de gobierno de sí, el que despliegan los sujetos en Facebook, ya que este depende de la forma de gubernamentalidad privilegiada en la que se haya el sujeto. Se pudieron evidenciar elementos claramente diferenciadores e identificadores de un tipo de construcción de sí que estaba en consonancia con el modelo neoliberal que Foucault describía en el *Nacimiento de la biopolítica* (2007):

El *homo economicus* es empresario y un empresario de sí mismo. Y esto es tan cierto que, en la práctica, va a ser el objetivo de todos los análisis que hacen todos los neoliberales. Sustituir en todo momento el *homo economicus* socio del intercambio por un *homo economicus* empresario de sí mismo, que es su propio capital, su propio productor, la fuente de sus ingresos (Foucault, 2007, pp. 264-265).

El cuidado de sí en Facebook, que promueve una forma autónoma de autogobierno subjetiva, no puede hacernos caer en la idea falsa de libertad sin restricciones. Si bien las formas de autogobierno requieren autonomía, libertad y autodeterminación racional y consiente, ellas residen en un medio ambiente, en un entorno controlado. En el capitalismo las formas de gubernamentalidad no apuntan a los sujetos de manera directa, sino a los ambientes o contextos en los que se despliegan las técnicas de sí. Como afirma Castro Gómez (2012):

No significa que el liberalismo renuncie a gobernar la conducta, pues una cosa es dejar actuar la libertad del individuo, y otra muy distinta es dejarla sin gobernar. La tecnología liberal no reglamenta, ciertamente, la libertad de los individuos, pero sí la gestiona; o para decirlo de otro modo: no interviene directa-

mente sobre la libertad, sino sobre las condiciones de la libertad (p. 153).

Es, en síntesis, otra forma de gobierno y de poder en la que se invita al sujeto a hacerse cargo de sí mismo, pero sin que deje de ser gobernado y sin dejarlo en libertad (Rose, 2014).

Metodología

La investigación fue de corte cualitativo en la medida en que permite al investigador sumergirse en los procesos de significación de los sujetos investigados. La mirada cualitativa permite visualizar la realidad como una construcción social y de sentido.

Para el caso, Facebook se entiende no solo como tecnología y medio de comunicación, sino también como un territorio social. Resultó conveniente utilizar una categoría compuesta denominada *dispositivo mediático*, que, como su nombre lo indica, sintetiza el concepto de mediación para entender los procesos contradictorios que se dan en las culturas (Martín-Barbero, 1997) y de *dispositivo*, para comprender la mecánica de las relaciones de poder (Agamben, 2006). Dada la complejidad del fenómeno estudiado, se optó por una estrategia triangular que involucraba la entrevista, la observación, la encuesta y el análisis fotográfico.

El tipo de investigación fue la etnográfica, ya que se halla en concordancia con el enfoque cualitativo, circunscrito a grupos poblacionales pequeños; de allí lo microscópico de la observación, que supone un proceso de inmersión del investigador con el grupo social investigado en un periodo relativamente largo y permanente (Guber, 2005, 2001). Por otro lado, es un método que se caracteriza por su visión holística de la realidad. Se comenzó con una etnografía virtual (Hide, 2004 y Averol, 2003), teniendo claros dos elementos. El primero: la producción de sentido ahora se presenta en espacios no físicos; segundo: las redes sociales no son solo espacios tecnológicos, sino que son contextos sociales e históricos. Se realizó un seguimiento a los individuos y sus actuaciones, luego se buscó continuar con una etnografía fuera de línea con la idea de entender y complejizar la construcción subjetiva que hacen las personas, es decir, se realizó una investigación bajo la versión de etnografía multisituada, pensada desde la interactividad y la conectividad, y centrada en los diseños de los enlaces toda vez que los procesos culturales son más importantes

que los espacios físicos. La etnografía conectiva vuelca su atención del “estar ahí” al “llegar ahí” (Clifford, 1992, citado en Hide, 2004). Se trata de dejar atrás la frontera entre lo *offline* y lo *online* como primera barrera del análisis (Hide, 2005; Averol, 2003). Finalmente, el trabajo de campo realizado se concentró en el análisis de la conformación del perfil.

La escogencia de la población requirió de un proceso inicial de inmersión para concebir la forma como Facebook y sus usuarios se relacionan tanto con la red como con los otros. Para elegir la población se utilizó la categoría de *jóvenes integrados* (Gómez Zúñiga, 2012) para identificar a jóvenes, de clase media o alta, de Bogotá, universitarios, que usaran habitualmente las redes sociales y que contaran con acceso permanente a la internet móvil y fija, sin pertenencia a grupos étnicos y, finalmente, hombres y mujeres de manera equitativa. Se investigaron a treinta individuos; se pidió a los primeros informantes que sugirieran a algún conocido que, en su consideración, cumpliera con los requisitos anteriores. Con esto se pretendió aplicar la metodología de bola de nieve (Quintana, 2006) para identificar a los sujetos claves (Soto, 2021). Se realizó un seguimiento diario, durante un mes a los sujetos escogidos, de forma individual y por separado. Este trabajo duró más de seis meses de labor diaria y continua, tiempo durante el cual se grabaron y capturaron las imágenes de pantalla (pantallazos) de todo lo ocurrido en cada uno de los perfiles. Se observaron los siguientes aspectos: edad, estado civil, fotos, tipo de relación, grupos de amigos, fecha de nacimiento, lugar de residencia, con quienes viven, estudios realizados y gustos. Por otro lado, se hizo seguimiento de lo que acontece en el espacio de la “biografía” (es decir: fotografías y videos descriptivos de lo que los individuos hacían de sí mismos, fotografías de la portada, tiempo de observación, álbumes personales). Adicionalmente, se analizó la interacción con otros usuarios en el “muro” -en relación con publicaciones que “hablasen” de ellos, es decir, interacciones que dieran pistas sobre la construcción de sí mismo que hacen los sujetos-, “escenarios” -lugares donde acontecen las fotografías de sí, lugares exhibidos y nombrados como tales, lugares evocados y privilegiados.

Se indagó sobre las formas de escenificación de los cuerpos, comprendidos estos como mecanismos que permiten entender los procesos de construcción de sí en Facebook. De manera concreta, las fotos constituyeron el material empírico privilegiado; en ellas se

analizaron las formas en que los sujetos se representaban por medio de las autofotografías; se valoraron aspectos como si los sujetos estaban solos, con amigos o con familiares; en espacios abiertos o en casa; si mostraban su cuerpo completo o una parte de este. Se indagó sobre las posturas en las que estaban los cuerpos, los gestos, los estilos al andar, los tipos de movimientos y los rasgos faciales como fealdad, elegancia, género y posición social. Por otro lado, las prácticas y relaciones que realizaban las personas en estos escenarios se concibieron a la luz de los conceptos de Foucault de cuidados de sí y gobierno de sí, en la medida en que son procesos con cierto grado de planificación y racionalización que constituyen una autorrepresentación de los sujetos.

Se estudiaron las fotografías como elementos constitutivos de las puestas en escena de los sujetos en especial como una forma de autorrepresentación de sí mismos, el elemento al que más atención le prestaban los sujetos. La fotografía fue concebida como un producto cultural y no únicamente como un signo de representación (Agustín, 2011), por lo que se analizaron varios elementos¹. Se realizaron tres fases esenciales: la descripción (seres, objetos, acontecimientos, formas), la identificación (temas y concep-

tos, tramas, narrativa) y la interpretación (principio sociocultural, contexto sociocultural, imaginarios y representaciones) (Agustín, 2011). En la Tabla 1 se muestran dos matrices que describen de manera detallada los rasgos empíricos analizados en las fotografías:

Para complementar el análisis se diseñó una nueva matriz en donde se incluye la totalidad de la construcción del perfil, en tanto que allí se contiene la información que permite establecer “el cuidado de sí”, el “trabajo sobre sí” y la “edición de sí mismo” que hace la persona cuando administra su perfil (Tabla 2).

Se llevaron a cabo cinco entrevistas en profundidad realizadas en varias sesiones de trabajo a las personas a las que les habíamos previamente analizado sus perfiles. La forma de la entrevista se enmarcó en la flexibilidad que permite descubrir preguntas que son pertinentes en el marco de la misma entrevista, pero, ante todo, se configuró como un diálogo en torno la experiencia que tenían los entrevistados en la red Facebook (Guber, 2005; Hernández, 2006). Se contrastó el trabajo de campo en línea con situaciones cara a cara, fuera de línea. Estas jornadas presenciales se llevaron a cabo a partir de las entrevistas, en las que

TABLA 1. MATRICES QUE DESCRIBEN DE MANERA DETALLADA LOS RASGOS EMPÍRICOS ANALIZADOS EN LAS FOTOGRAFÍAS.

FOTOS	
Escenarios y fachadas	Colegio, lugar de trabajo, restaurante, viajes, lugares de rumba, universidad, casa, baño, alcoba, tienda de ropas, medio, naturaleza, piscina, extranjero, playa
Roles	Compradora, deportista, hija, enferma, modelando, hijo, profesor, amigo, cliente, bailarín, artistas, cantantes, reservad@, sexy, seductora, novio
Actuaciones	Mostrándose, sonriendo, mueca de agrado, mueca de desagrado, celebrando, llorando, seriedad, susto, seducción, seguridad, dignidad, juventud, salud, divertido
Personajes	Intelectual, saludable, agradable, sociable, amistosos, cariñoso, amoroso, arriesgado, aventurero, familiar
Rutinas	Educación, trabajo, deporte, arte y diversión, canto, baile, naturaleza, cine, comida, viajando, en casa, en la calle
Impresiones (gestualidad)	Nivel socioeconómico estable, responsabilidad, comprometido, cariñoso, solidaridad, hogareño, juventud, felicidad, diversión, vanidosa
Idealización	Alto, éxito profesional, éxito social, éxito educativo, objetos suntuosos, accesorios costosos, viajes, consumos distinguidos, deseable, cuerpo cuidado

1 Para la pertinencia de este artículo solo se enunciarán de manera general los niveles de análisis de la investigación. Una mayor explicación del procedimiento metodológico está en un artículo de 2021, citado en la bibliografía de este escrito.

se reflexionó en torno a los significados y los porqués de las puestas en escena de sí mismos. El fin era claro: identificar las diferencias y similitudes entre las puestas en escena cotidianas y las que tienen lugar en Facebook (Guber, 2005).

Finalmente, se aplicó una encuesta a cien personas, en línea, de tipo descriptiva exploratoria, no probabilística (Cascañt y Hueso, 2012). Las personas fueron escogidas con la metodología bola de nieve. Se comenzó con el grupo de contacto en Facebook del investigador y se escogieron nuevamente a los individuos que reunieran las condiciones de la población objeto (Zúñiga, 2012), al igual que las características de uso y acceso a la aplicación arriba mencionadas (Soto, 2021). Se realizó la encuesta con el fin de identificar tendencias generales del uso de Facebook que posteriormente sirvieran de soporte tanto en el alcance de los resultados como en la profundización y análisis de datos cualitativos. La encuesta en su primera parte buscaba generar una identificación sociodemográfica básica. Posteriormente, se formularon preguntas sobre el uso en general de Facebook y, por último, preguntas en torno a la construcción del perfil de los encuestados y los objetivos que tenían en concreto. En ese marco, se indagó sobre los tipos de fotos que subían, la frecuencia con que cambiaban la información, qué tanto coincidía su información en línea y fuera de línea, si utilizaban o no algún tipo de programa de edición de imágenes y si la imagen que ellos creían proyectar de sí mismos tenía el impacto deseado en la audiencia que la juzgaba.

Resultados dispositivo Facebook: condiciones, controles e intimidad

En la medida en que ofrece información preestablecida, pero también prohíbe y controla, Facebook condiciona la construcción de sí de los sujetos. Por la misma razón, las interacciones sociales, y de contacto, son performativos. Las formas de autogobierno que despliega el individuo se presentan en el marco de estos condicionamientos, es decir, los individuos adaptan la circunstancia tecnológica y la ajustan a sus necesidades. Sin embargo, Facebook tiene condiciones que el sujeto no controla y que, no obstante, constituyen el perfil. Dichas condiciones son proporcionadas por la plataforma de forma estandarizada, aunque el individuo está en libertad relativa de completar: información general y particular sobre grupos a los que pertenece, gustos y consumos, em-

pleo y educación, los lugares de visita y residencia, familia y relaciones, “información de ti” y acontecimientos importantes². Pero no sólo es la construcción del perfil lo que tiene limitantes. También son limitadas las formas de interactuar, las reacciones predeterminadas por las plataformas (entre ellas “me gusta”, “me encanta”, “me enamora”, “me entristece”, etc.) y los contenidos que se pueden publicar, esto es, que no se consideren obscenos o pornográficos, así como tampoco violentos. Hay restricciones menos obvias tales como el encuadre de las fotos; esto es importante porque permite editar la imagen de acuerdo con criterios relacionados con la forma en que la persona quiere verse y que otros lo vean. Lo dicho hasta aquí concuerda con lo expuesto en los trabajos de Castro (2012) y Rose (2014): ciertas formas contemporáneas de gubernamentalidad no actúan directamente sobre los sujetos, sino sobre los contextos en los que el individuo se construye a sí mismo.

En la medida en que el sujeto busca cuidar su prestigio y la forma como es percibido, los anteriores elementos contribuyen indirectamente al gobierno de sí. Pero hay más elementos que intervienen en el proceso y ayudan al cuidado del individuo virtual; en efecto, la persona determina quiénes lo pueden observar, administra las relaciones que establece, los contenidos que publica y lo que piensa, etc. El hecho de que no haya un ejercicio del poder ni del gobierno directos sobre los sujetos corrobora la gubernamentalidad neoliberal según la entienden Michel Foucault y otros autores.

El mercado exige libertad del sujeto, libertad de derecho. Ya no es sobre el derecho o la economía que el arte del gobernar se debe ejercer, sino sobre una nueva espacialidad. La sociedad civil como espacio de soberanía es una tecnología de gubernamentalidad (Foucault, 2007). No trasgrede ni las leyes, ni se requiere una omnipresencia del gobierno para gobernar, o de las instituciones sociales de vigilancia. El individuo en Facebook no se siente vigilado, no se percibe controlado; por el contrario, ve en él un espacio de esparcimiento.

Esa libertad controlada, que se dirige a los escenarios, permite entender por qué los sujetos escenifican sus cuerpos y su vida cotidiana siguiendo lineamientos

2 Ver Información de perfil en página de Facebook.

técnicos. Ahora bien, con relación a la construcción del perfil las personas regulan los datos que agregan, por ejemplo, aquellos que tienen que ver con su vida íntima. Esta es una práctica generalizable a todos los perfiles analizados. Nunca hubo un individuo que abriera de forma total, sin restricciones, su perfil; las publicaciones y las interacciones siempre están determinadas por un criterio que impide que cualquier persona acceda a ellas. Para ingresar a un perfil se tiene que ser amigo; en caso contrario, la plataforma ofrece una información muy restringida del individuo; de hecho, algunos ni siquiera aparecen con cuenta en Facebook. Esta es una forma de mantener su información y su privacidad sólo para algunos. Y de esto, no toda la información se muestra de manera indiscriminada; hay fotos, comentarios, intervenciones, publicaciones, mensajes, etc., que solo son permitidos a ciertas personas y en momentos determinados. Coincidimos con Aguilar, quien en un trabajo reciente (2016) sugiere que cada una de estas informaciones puede ser asociada a aspectos específicos: la información de contacto remitiría a la identidad; la formación y el empleo a la competencia económica.

Las fotos de los perfiles tienen retoques o filtros en un 70 % del total de los casos estudiados. Hecho que coincide con los resultados de la encuesta realizada a 100 personas en línea: el 20 % de los individuos contestaron que *casi siempre* utilizan estos filtros y retoques; el 46 % admite haberlas utilizado *pocas veces*. Así, el 66 % de los sujetos han utilizado estas técnicas. Según la encuesta, las razones para estas modificaciones fueron: 52 %, verse mejor; 11 %, ocultar defectos; 4 %, mostrarse más atractivos. En síntesis, 67 % de los sujetos manifiestas razones estéticas. Rueda (2014 y 2015) muestra hallazgos similares a los de la presente investigación: las fotos de perfil son el elemento por excelencia en las formas de autorrepresentación y de identidad en las redes sociales; de allí que el uso de filtros sea una práctica característica entre los sujetos. Si bien seguimos esta tesis, vamos más allá al considerar los filtros como una práctica de sí y una forma de autogobierno en la edificación del sí mismo virtual.

Las entrevistas dejan ver una edición en la administración de la privacidad enmarcada como práctica de sí. Jeison dice que “Entonces, en ese caso, digamos, le quiero mostrar a mi amigo como yo era cuando tenía quince años o lo que estaba haciendo en dicha foto. Entonces entro a mi Facebook, entonces se la mues-

tro, y ya” (Jeison, comunicación personal, 2016)³. Se evidencia no sólo la restricción y la manera de llevarlas a cabo, sino que esta está pensada para los amigos y conocidos, mostrando intencionalidades al presentarse. Jesica piensa de manera semejante y diseña su perfil de forma tal que solo ciertas personas vean y se interrelacionen con ella. “Yo no acepto a todo el mundo. Por ejemplo, no tengo activa la opción de ver las fotos en las que me etiquetan (...) porque hay gente que sube fotos que no me gustan y así tengo la opción de que no aparezcan a todo mundo; solo a amigos de amigos y amigos de mis familiares (Jesica, comunicación personal 2016).

El 100 % de los perfiles analizados tiene algún tipo de prohibición y/o de restricción de acceso al perfil. De la misma manera, el 100 % ejerce algún tipo de control administrativo; entre los más destacados cabría mencionar el ocultamiento a ciertos individuos y la restricción de datos personales (especialmente de identificación y de ubicación). A pesar de que la plataforma es para “conocer gente”, los individuos prefieren tener en su red gente conocida fuera de línea. “No, no las elimino ni las bloqueo, pero sí utilizo la opción de Facebook que me parece muy buena que es la que dice dejar de seguir o no quiero ver más publicaciones de esta persona para hacerse la vida más tranquila (Manuel, comunicación personal, 2016).

Esta tendencia a mantener contacto con familiares, amigos y conocidos no escapa a la lógica del gobierno de sí. En la encuesta en línea el 44 % de los encuestados respondieron que usan Facebook para mantener contacto con conocidos como la principal razón de estar en la red, discriminados así: conocidos, 31 %; familiares, 8 %; amigos, 5 %. Por otro lado, a la pregunta de “¿A través de qué comunidad se registró para estar en contacto con otros usuarios?”, la respuesta fue aún más contundente: 30 % respondió que a partir de la ciudad; 27 % que la Universidad o sitio de trabajo; 27 % que buscaban contacto con la identificación a la nacionalidad. Solo el 13 % respondió que no tenía en cuenta ninguna comunidad conocida. Las personas acudían a sus redes conocidas para entablar amistad o para aceptarla o rechazarla. Por razones de seguridad casi nunca entraban en contacto con personas que no conocían o que no les generaba interés. En pocas ocasiones se establece contacto por afini-

3 Se omite el apellido de los informantes para garantizar el anonimato.

dades o por gustos compartidos como la música y el cine, por ejemplo. Estos criterios para la construcción del perfil (continuidad entre los escenarios en línea y fuera de línea, incluso en contravía de las potencialidades de las redes sociales que permiten construcciones desligadas de las condiciones de existencia) han sido consideradas por Serrano-Puche (2013), Rueda (2014) y Pérez (2012). Para la presente investigación esta continuidad es importante en tanto que supone una estrategia de los individuos para autogobernarse en el espacio virtual.

Las personas investigadas son conscientes de las implicaciones que en el marco social y laboral tienen las construcciones subjetivas. Saben que las decisiones que tomen con respecto a su perfil bien pueden afectar su vida laboral. “Me dio miedo también porque, yo dije, cómo, si ahora revisan tanto esos perfiles, no puedo en mi perfil poner en Facebook cosas muy pesadas que no vayan con una empresa, por ejemplo. Entonces yo dije mejor no, abstenerse de esa información” (Adriana, comunicación personal, 2016). Otra razón para el cuidado de sí es el derivado de las implicaciones en seguridad que ciertos datos brindados podrían acarrear. Adriana dice: “Después de un tiempo Facebook se volvió una red insegura (...) si el teléfono está, pero no está público y yo creo que pues es un asunto de seguridad” “No todo mundo cree o piensa igual que yo. Creo que hay mucha presión social (...) Lo mismo por lo que yo me restrinjo porque puede tomarse para burlas” (Heidy, comunicación personal, 2016).

Las presiones sociales no escapan al escenario virtual, las burlas y conflictos están presentes. No solo se trata de asuntos relacionados con la seguridad, sino, ante todo, de repercusiones negativas en el mundo social. Fue claro el cuidado que tuvieron los individuos al publicar cosas indeseables de ellos mismos, o que atentaran contra su seguridad. Y claro, también está la necesidad de cuidar la imagen de sí, no ponerse en vergüenza, no ser objeto de *burlas*, de ridículo; no ser objeto de sanciones que afectan la vida social. Pero La burla o el cuestionamiento bien puede originarse en el hecho de que las construcciones virtuales no empaten con los estereotipos y con el deseo estandarizado de cuerpo y de subjetividad. En una publicación anterior (Soto, 2021) argumenté que las encarnaciones corporales transitan en medio de una dialéctica permanente por la búsqueda de autenticidad o idealización de sí mismo. Aunque el anonimato y la tergiversación pueden ser exitosos, los individuos propende por mantener una construcción esta-

ble, aunque en ciertos momentos decidan falsearla para jugar con ella (Calderón, 2011). Varios trabajos llegan a conclusiones análogas, por ejemplo, que la persona no pretende asumir una identidad falsa ni enmascarar su personalidad (Cáceres, 2009; Puche, 2013). A pesar de la libertad y de la posibilidad de inventarse que ofrece Facebook, hay una preocupación por no engañarse, por mantenerse auténticos. En eso coincide con Rueda (2015): la mediación está pensada para crear una versión auténtica, a diferencia de otros espacios virtuales que resultan propicios para el transformismo subjetivo y corporal. La autenticidad se debe, a nuestro juicio, a que no se puede ser una parodia de sí mismo, que tal caso sería contrario al cuidado de sí y al autogobierno, pero también a que hay mecanismos de control de la subjetividad que impiden tal ejercicio: estar con conocidos tanto en la red como fuera de ella impone límites al transformismo identitario.

En Facebook la vida íntima es una suerte de espectáculo (Sibila, 2009). En buena medida coincidimos con este análisis. Nos apartamos en el hecho que hay que ver más allá de los efectos pragmáticos. La intimidad publicada es una intimidad editada, pensada para producir ciertos efectos relacionados con el éxito, la felicidad, el deseo, la belleza, la salud, etc. Esta intimidad está enmarcada en lo que Foucault (1986) llama el *dispositivo de la confesión*, entendida la confesión como la exhibición de parte de la intimidad, algo vergonzoso, pecaminoso, oscuro. En Facebook se confiesan los éxitos, la buena vida, la vida en familia, cosas importantes y relevantes para los individuos:

Para que la confesión fuera completa: posición respectiva de los amantes, actitudes, gestos, caricias, momento exacto del placer, todo un puntilloso recorrido del acto sexual en su operación misma. La discreción es recomendada con más y más insistencia. Pero la lengua puede pulirse. La extensión de la confesión, y de la confesión de la carne, no deja de crecer. Porque la Contrarreforma se dedica en todos los países católicos a acelerar el ritmo de la confesión anual. Porque intenta imponer reglas meticulosas de examen de sí mismo. Pero sobre todo porque otorga cada vez más importancia en la penitencia -a expensas, quizá, de algunos otros pecados- a todas las insinuaciones de la carne: pensamientos, deseos, imaginaciones voluptuosas, delectaciones, movimientos conjuntos del alma y del cuerpo, todo ello debe entrar en

adelante, y en detalle, en el juego de la confesión y de la dirección (Foucault, 1986, pp. 27-28).

En Facebook se presenta la confesión de la vida privada, pero volcada al público, a lo público, a los otros, no a un especialista legitimado institucionalmente. No es una confesión que busque la redención, pues no se declara pecados ni prácticas censurables; por el contrario, se muestra la intimidad de los logros, la vida en familia, las diversiones sanas, los logros profesionales, los lugares privados en los que se desenvuelve la vida, los afectos y los pensamientos propios. Estas formas de confesar ante los demás la intimidad se convierte en una forma de verdad, un discurso de verdad sobre sí mismo: ser una persona de éxito.

Facebook es una confesión pública que puede ser liberadora; no hay un libreto que seguir, ni un manual de normas que indiquen lo permitido y lo prohibido. Facebook tampoco es vigilado por una institución central (Estado o Iglesia), aunque no se permite ir en contravía de lo establecido ética y moralmente. La confesión no se manifiesta sin la presencia del otro, y el otro es el público que juzga la intimidad exhibida. El público da el aval, glorifica la confesión o la sanciona. La confesión rige los discursos de la verdad, en tanto que la intimidad debe ser vista por esta audiencia como auténtica; de lo contrario es sancionada. Las prácticas de sí y entre ellas las que se sitúan en la confesión de la intimidad en el contexto contemporáneo (Facebook) se presentan como lugares de fuga y libertad, individualizadoras, no colectivas, desarticuladoras, no dirigidas necesariamente por la razón, que no se excluye ni es autocrítica, sino vinculadas al deseo, al placer y el consumo (Deleuze, 2006).

Esta tesis sigue la concepción de Deleuze (2006) referida al papel que tiene los medios de comunicación interactivos en la configuración de formas de ser y existir, es decir, de procesos de subjetivación en los que la racionalidad gubernamental neoliberal debe disponer de la condición de libertad y autonomía, antes que de mecanismos de encierro.

La seguridad es aquello que Gilles Deleuze señaló en un pequeño ensayo a propósito del control, un dispositivo que opera al aire libre, que necesita y, por tanto, produce libertad y autonomía para crear y para responder a ese deseo que, según Quesnay, busca su propio interés, su propia ganancia; se trata entonces de un dispositivo que se opone punto por

punto a la disciplina (Rodríguez, 2014, p. 20).

Este dispositivo confesional está guiado por el deseo subjetivo y narcisista de mostrar una intimidad idealizada con fines de capitalización del sujeto que se exhibe ante un escenario y un público virtual que lo califica. Por otra parte, esta evaluación se fundamenta en juzgar qué tan atractivo, qué tan interesante es, es decir, en últimas, qué tan “seductor” se es. Esta práctica de sí está en armonía con la ética consumista de la sociedad contemporánea, toda vez que, según Lipovetsky (2016), la seducción continua es parte constitutiva de esta etapa del capitalismo, que se posiciona no solo como un elemento de hedonismo, sino como un factor económico que tiene a la publicidad como lenguaje emblemático.

Ediciones y narraciones de sí

Los cuidados de sí no deben ser considerados como ejercicios de autorreflexión e introspección. Como su nombre indica, suponen un trabajo permanente del individuo sobre sí y sus diferentes rutinas diarias.

El término *epimeleia* no designa simplemente una preocupación, sino todo un conjunto de ocupaciones; es de *epimeleia* de lo que se habla para designar las actividades del amo de casa, las tareas del príncipe que vela por sus súbditos, los cuidados que deben dedicarse a un enfermo o a un herido o también los deberes que se consagran a los dioses o a los muertos. Respecto de uno mismo, igualmente, la *epimeleia* implica un trabajo. Para ello se necesita tiempo (Foucault, 2003, p. 49).

En Facebook se desarrolla una serie de prácticas cotidianas, sistemáticas, tareas, ocupaciones, etc., que configuran la construcción de sí. Es más: si argumentamos que son formas de autogobierno, debemos demostrar *cómo* en los sujetos se presentaron sistemáticamente estos ejercicios o rutinas.

En las encuestas realizadas, el 45 % manifestaron que con regularidad están modificando su perfil; un 29 % lo hacía con bastante frecuencia; un 17 % lo hacía mucho; un 4 % lo hacía poco y sólo un 4% no lo cambia. De los encuestados que dijeron cambiar su perfil, el 54 % manifestó que lo que más cambia es su foto de perfil. En un altísimo porcentaje las personas estaban permanentemente conectadas a Facebook, lo que les permitía estar administrando, de diferentes formas sus presencias virtuales. Entre las prácticas

más popularizadas se encontraron: el cambio de fotos de perfil, la edición de la foto del perfil y la foto portada. Esta práctica es usual tanto en los usuarios analizados como en quienes contestaron la encuesta en línea.

Por otro lado, se demostró que las personas permanentemente gestionaban y administraban su información de perfil (suministrar -o no- datos privados, interacciones realizadas). El mayor porcentaje del perfil completo obedece a varias razones que son pensadas y calculadas estratégicamente. Otra actividad recurrente es la referida a las publicaciones sobre sus diferentes actividades, tales como anuncio de cumpleaños, informar sobre diversas actividades diarias, manifestar qué están pensando, divulgar qué opinan sobre temas de la realidad nacional, entre otras. Es decir, presentar lo que les gusta, informar donde están ubicados, manifestar si están viajando en el mismo instante que están interactuando, mostrarse si están de rumba, etc. En fin, se trata de, con cierto grado de permanencia, interactuar, socializar, conversar, “vivir” en Facebook, asunto que demanda tiempo, cuidado, trabajo y planificación. Así, es indudable que lo expuesto es instalable en la consideración de Foucault sobre el cuidado de sí:

“Cultivo de sí”. Con esta frase hay que entender que el principio de la inquietud de sí ha adquirido un alcance bastante general: el precepto de que hay que ocuparse de uno mismo es en todo caso un imperativo que circula entre buen número de doctrinas diferentes; ha tomado también la forma de una actitud, de una manera de comportarse, ha impregnado las formas de vivir; se ha desarrollado en procedimientos, en prácticas y en recetas que se meditan, se desarrollan, se perfeccionan y se enseñan (Foucault, 2003, p. 43).

Estas no son los únicos elementos con las que se gestionan los perfiles. También se trata de comentar otras publicaciones, usar la herramienta temporal de fotos de perfil, publicar sobre acontecimientos sociales. Algunas personas manifiestan sus inclinaciones políticas o su consideración ideológica respecto a su sexualidad, su identidad de género, sus gustos de consumo (fútbol, entrenamiento, música, libros, cine, etc.).

Cuando se trata de hablar sobre sí, se destacan las concepciones que las personas tienen sobre el cuerpo (si lo cuidan, si son atléticos, si gustan del deporte,

si hacen dieta, si siguen o no ciertos estereotipos socialmente establecidos de belleza y de incorporación simbólica de ciertas marcas de distinción) y sobre su sexualidad (si están buscando pareja, el tipo de pareja que buscan, los gustos sexuales que tienen -esto se puede inferir de manera indirecta de las fotos y de las interrelaciones que hacen). Para hacer una buena administración no se debe exponer demasiado, no se debe saturar al grupo de relación, pero tampoco se debe estar ausente ni descuidar el perfil; ninguno de los dos extremos es beneficioso. “Me cuida bastante. Casi no subo fotos. No soy de las que publica “estoy en tal lado haciendo tal cosa”. Me parece que no es necesario. Puede sonar muy paranoico, pero, pues, podría llegar a pasar algo, una forma de controlar tus lugares y eso” (Heidy, comunicación personal, 2016). Una razón similar la encontramos en otro testimonio, “Entonces los *likes* son como para inflar el ego de las personas, es una cosa que es tonta, pero uno termina cayendo en la trampa a veces de tener muchos *likes* y ser como muy famoso (...) sentirse aceptado socialmente” (Manuel, comunicación personal, 2016).

El cuidado de sí tiene un componente discursivo y narrativo. Se trata de lo que dice el sujeto de sí, qué confiesa, que historia cuente, cómo se establece una relación con la verdad, con la verdad de sí mismo. En esa medida, la práctica de autogobierno gusta de narrarse. El perfil cuenta historias; es una forma de constituirse, de establecerse en términos de significado. Como dice Ricoeur (2012), el sujeto se construye en el acto de narrar, o más precisamente de narrarse.

Las historias en Facebook están hechas de imágenes y las imágenes son la materialización digital por excelencia de los sujetos (Belting, 2012; Averon, 2012; Molivueno, 2012). Por ende, las historias tienen su sustancia en las imágenes. Vamos a narrar los acontecimientos que cuentan las imágenes de sí. Son historias contadas con fotografías y con cierta ayuda del lenguaje escrito. Son historias de poco espesor diacrónico: acontecimientos del día al día, de naturaleza sincrónica, fragmentos de sucesos aislados. Los perfiles son creados para el día, para el acontecimiento efímero, en acuerdo con la lógica de la herramienta de la plataforma (“qué estas pensando”); no hacen una reflexión profunda sobre el ser y ni sobre vida, sobre su vida. Las historias son individuales e individualizadas. No hay dos historias iguales. No se trata de encontrar una narración que sea generalizable. Seguramente habrá regularidades, pero lo importante es que el perfil cuente una historia, una historia subjetiva.

Independiente de las narraciones individuales, interesa ver cómo están estructuradas alrededor de emular una construcción subjetiva acorde con el individuo que busca hacerse cargo de sí. Es esta narración de sí y sus implicaciones la que interesará, aunque es claro que todas las historias que conforman el perfil tienen el propósito de generar una versión virtual que denote un cuidado de sí, es decir, que muestre una vida ideal de éxito, de salud, de felicidad, etc. Una de las cualidades del sujeto que se hace cargo de sí es tener la capacidad de identificar y de capturar conocimientos, principios, valores y saberes sociales esenciales para la producción de una subjetividad deseable, es decir, que no sólo exhiba los valores de éxito, sino que, en su construcción, sea exitoso él mismo. Este fenómeno hace parte del papel que juegan las redes sociales en las nuevas formas de gubernamentalidad neoliberal (Rose, 2014) que buscan construir subjetividades autogobernadas. Esta construcción subjetiva debe poseer una corporalidad que seduzca, que cautive, que muestre lo sensible, lo sensitivo; que esté forjada con los lineamientos estéticos propios de una sociedad basada en el consumo, la moda, la sensualidad y la sexualidad (Lipovetsky, 2016).

Conclusiones: cuidados de sí y formas de autogobierno

Este último apartado es un resumen de los argumentos presentados. Tanto las narraciones y las prácticas de sí, así como los controles del dispositivo que condicionan las subjetividades se establecen en los cuidados y las formas de autogobierno, constitutivas de lo que Foucault llamó el gobierno de sí. El cuidado de sí mismo y las formas de autogobierno hacen parte de la etapa del desarrollo intelectual de Foucault, en el que él se desplaza hacia la analítica de las formas de proceder del poder centradas en el individuo y en la medida en que el poder se desarrolla en el marco de la libertad de los individuos. Esa autonomía de la persona propicia el hacerse cargo de sí, de estar atento, de cuidarse a sí (Foucault 2003, pp. 39-40).

El cultivo de sí no son cualquier tipo de ejercicios. El cuidado de sí supone una vigilancia sobre sí que permite alcanzar un gobierno de sí, un control sobre los placeres para formar un sujeto moral y ético. Para entender los procesos de construcción de las subjetividades en Facebook no se pueden olvidar las condiciones sociohistóricas de emergencia, los contextos que enmarcan esta forma de gubernamentalidad neoliberal. No es viable un análisis aislado de Facebook, sin atender al contexto en el que el fenómeno surge

y sin atender a las nuevas analíticas del poder que también se manifiestan en las redes sociales virtuales (Rose, 2014; Deleuze, 2004; Castro Gómez, 2012).

El sujeto en Facebook cabalga en el marco del ambiente cultural contemporáneo. Los nuevos escenarios comunicativos incentivan la creación del prosumidor, esa figura que en el marco de la comunicación interactiva crea contenido. Para nuestro caso, el contenido es él mismo, el sujeto que se convierte en producto que tendería a venderse a sí por medio de la autopublicidad. La publicidad es una forma ligera de comunicación y seducción. Las industrias culturales se esfuerzan por hacer soñar y distraer al público. En el capitalismo del consumo se explotan por doquier y a mansalva los recursos de la seducción: novedad, facilidad, sorpresa, belleza estrellato, emoción, puesta en escena (Lipovetsky, 2016).

Hay una preocupación por parte del sujeto para cuidar de sí, de forma tal que debe estar atento a la imagen que proyecta de sí. Saber con quién se relaciona y con quién no, así como el saber qué se ofrece en esa relación; todo esto hace parte del cuidado de sí. En esa medida, el cuidado de la intimidad, que se exhibe al público, tiene como objetivo final mostrar cierta intimidad que es conveniente para la construcción pulcra del sujeto. De manera concreta, de los cuidados racionales y no racionales, sistemáticos y voluntarios que los individuos realizaban, se destacan cuatro; cuidado y gobierno de las imágenes de sí, la administración del perfil, el cuidado de sí para vender una imagen exitosa de felicidad y, finalmente, un cuidado de sí mismo en correspondencia con las exigencias sociales.

Comencemos con los cuidados de sí referidos a las imágenes de autorrepresentación. No hay cuerpos desnudos, ni expresiones “vulgares” o *imágenes sexuales*. Si bien hay fotografías de “mucha piel”, en la mayoría de las ocasiones los individuos se cuidaron, se ocultaron para no ser identificados en las imágenes. En algunos momentos se ve el rostro de las personas, pero, en tales casos, las fotos deben ser leídas como “sensuales” o *sexys*, nunca como “vulgares o sexuales”. No decimos que a pesar de las políticas de Facebook que prohíben este tipo de fotos, no se encuentren algunas “vulgares”, de desnudos o sexuales. En la población estudiada, estos tipos de fotografías no se identificaron o no fueron por lo menos públicas, lo que constituye un cuidado de sí.

Son pocos los cuerpos descuidados, enfermos o desarreglados. El control de la expresividad fue

uno de los aspectos más recurrentes. El uso periódico, premeditado y planeado de programas edición de imágenes es frecuente y habla del cuidado de sí. Esta práctica está presente entre los jóvenes analizados, pero también en los sujetos que respondieron la encuesta en línea. En la misma lógica, para el mismo fin -cuidar la imagen de sí que se presenta a los demás- se apela técnicas de captura y diseño de imagen (encuadre, planimetría, color, escenarios escogidos, etc.). Cada factor que interviene en la materialización de la imagen visual apunta a una idealización de sí, a mostrarse como una especie de marca. La capitalización de sí mismo es lo fundamental, “invertir” en ámbitos inmateriales como la belleza, el amor, la sexualidad, el conocimiento, la espiritualidad, las buenas maneras, pues ello puede contribuir a la movilidad económica del individuo (Deleuze, 2006 citado por Castro Gómez, 2012).

La subjetividad debe incorporar virtualmente un capital simbólico que permita ostentar o mostrar signos de prestigio, de éxito, de valía social que posicionan a la persona como una subjetividad que ha cuidado de sí, que, siguiendo la lógica de Bourdieu (1999), conoce el “campo”, es decir, las redes sociales, y por ende incorpora de manera adecuada los símbolos. La belleza, el cuerpo cuidado, el mostrarse seductor o interesante, no es sólo una cuestión de narcisismo y de vanidad como se han mostrado en trabajos sobre la puesta en escena del cuerpo en las redes sociales (Puche, 2013); se trata ante todo de un sentido práctico, de un sentido práctico económico, de venderse de la mejor manera, de constituirse ante los demás como exitosos. En palabras de Belting: “En los medios actuales los cuerpos manipulan a sus espectadores: se muestran como cuerpos de una belleza sobrehumana, o bien como cuerpos virtuales que han abandonado las fronteras del cuerpo natural” (2012, p. 111). Según Rekedder (2014), el cuerpo se construye fuera de la política. Su constitución se debe buscar en la publicidad; nuevamente este lenguaje ocupa un lugar privilegiado en la práctica del poder contemporáneo:

Su visa no se debe buscar en la estatutaria política sino en la publicidad, en sus afiches, sus anuncios, sus imperativos. El dictamen del cuerpo ya no procede de la iglesia ni de la ideología de un partido (ya sea comunista, nazi o fascista) sino de la publicidad (Rekedder, 2014, p. 19).

Para nosotros no se trata de publicidad, sino de autopublicidad.

La publicidad debe ser entendida en el marco de los regímenes gubernamentales contemporáneos como otra manera en la que se puede identificar las formas de autogobierno y cuidado de sí. En ese orden de ideas, los sujetos se cuidaban de no brindar ninguna información comprometedoras, en todo caso, se manifestó ausencia de información “negativa sobre sí mismo”. No se incluían, por lo mismo, imágenes desagradables o vergonzosas. Los individuos no mostraron sus defectos ni atentaron contra sí mismos. No hubo sujetos enfrascados en discusiones políticas o ideológicas radicales, no hicieron manifestaciones violentas o agresivas públicas. La información privada en la red se editaba con sumo cuidado para no atentar contra la imagen, contra la autorrepresentación que se pretende proyectar. Muchos sujetos prefirieron dar poca información pública. En numerosos perfiles las personas publican mensajes morales o alusivos a normas de conducta que se presuponen positivas o loables, ideales a seguir por quien los publica y por quien los consume.

Las subjetividades se muestran amables, cordiales, felices y sociables. También se muestran bien arregladas y en los mejores momentos, viviendo momentos agradables, en eventos y en fiestas. Por otro lado, algunos sujetos se presentan realizando ejercicio, sin enfermedad o dolencia, afectuosos y con amigos y familiares. Presentan una subjetividad “seductora”, con una figura cuidada y practicando un deporte.

Ese tiempo no está vacío: está poblado de ejercicios, de tareas prácticas, de actividades diversas. Ocuparse de uno mismo no es una sinecura. Están los cuidados del cuerpo, los regímenes de salud, los ejercicios físicos sin exceso, la satisfacción tan mesurada como sea posible de las necesidades (Foucault, 2003, p. 50).

Los cuidados de sí deben ser reflexivos, no como una construcción racional que cabalga tras el conocimiento y la disciplina, sino como una reflexión sobre sí, en el marco de una línea de consumo en la que el sujeto no sólo consume, sino que se suma como producto.

Las tecnologías de sí-mismo nos interpelan para que asumamos nuestro autogobierno,

nos “empoderemos” de nosotros mismos y, fundamentalmente, consumamos todo tipo de productos y servicios como condición de posibilidad para ser más libres, jóvenes, sanos y deseables tanto para nosotros mismos como para los otros capturándonos en un doble movimiento de totalización e individuación (García, 2015, p.13).

El perfil es interpretado como una práctica de sí tendiente a generar en el individuo una forma de autogobierno propiciada por la red en una dinámica permanente entre la libertad y control. Hay libertad, pero controlada, dirigida, una libertad que deja autonomía a los sujetos. Mientras tanto, en paralelo, la gubernamentalidad neoliberal rige las relaciones y los ambientes. El neoliberalismo, entendido como una tecnología de gobierno de sí y de los otros, no busca prevenir o restringir las conductas sino promover la constitución de una subjetividad que reformule las identidades disciplinarias por nuevas identidades culturales en las que los mecanismos de control social se internalicen de tal modo que se hagan cuerpo en los sujetos y sean entendidos como producto de la voluntad y decisión personal (García, 2015, p. 15).

Referencias

- AGAMBEN, G. (2006). *Qué es un dispositivo*. Disponible en <http://ayp.unia.es/r08/IMG/pdf/agamben-dispositivo.pdf> (20 de marzo 2013)
- AGUILAR D. Y ARROYO, G. (2016). De la Polis al Facebook: sobre la esfera pública y la reconfiguración ciudadana. En *Comunicación política, relaciones de poder y opinión pública en la red*. Barranquilla: Editorial Universitaria de la Costa y Corporación Universitaria de la Costa.
- AGUSTÍN LACRUZ, M. (2010). *El contenido de las imágenes y su análisis en entornos documentales*. Salamanca: Universidad Salamanca. Disponible en <http://eprints.rclis.org/15921/1/978-84-7800-166-8-0085-0116.pdf> (11 de octubre del 2016).
- ARDEVOL, E., MARTHA BELTRÁN, M., CALLÉN, B. Y PÉREZ, C. (2003). La etnográfica virtualizada: la observación participante y la observación semiestructurada en línea. En *Atenea Digital*. Catalunya: Universidad Oberta de Catalunya. Disponible en <https://ddd.uab.cat/pub/athdig/15788946n3/15788946n3a5.pdf> (15 de octubre del 2016).
- BETLING, H. (2012). *Antropología de la imagen*. Madrid: Katz.
- BOURDIEU, P. (1999). *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- CASTRO GÓMEZ, S. (2012). *Historia de la gubernamentalidad. Razón de Estado, liberalismos y neoliberalismo en Michel Foucault*. Bogotá: Siglo del Hombre y Universidad Javeriana.
- DELEUZE, G. (2004). *Postdata sobre la sociedad del control*. Disponible en <http://www.scribd.com/doc/5021934/GILLES-DELEUZE>. (18 de febrero 2015)
- FOUCAULT, M. (1978). *Vigilar y castigar Nacimiento de la prisión*. 2ª ed. México: Siglo XXI.
- FOUCAULT, M. (1984). *Historia de la sexualidad* (tomo I). México: Siglo XXI.
- FOUCAULT, M. (1986). *Historia de la sexualidad* (tomo I). México: Siglo XXI.
- FOUCAULT, M. (1987). *Historia de la sexualidad* (tomo II). México: Siglo XXI.
- FOUCAULT, M. (1999). *Estética, ética y hermenéutica. Obras esenciales* (3 vol.). Barcelona: Paidós.
- FOUCAULT, M. (2003). *Las técnicas de sí. Obras escogidas 3*. Barcelona: Paidós.
- FOUCAULT, M. (2007). *Nacimiento de la biopolítica. Curso en el Collège de France*. México: Fondo de Cultura Económica.
- GARCÍA, L. (2015). Neoliberalismo y sociedad de la normalización. En *Unidad sociológica*. Volumen 2, n.º 4. Disponible en Neoliberalismo y sociedad de normalización (aprenderly.com) (7 de abril 2013)
- GÓMEZ ZÚÑIGA, R. (2012). “Jóvenes urbanos integrados, nuevos repertorios tecnológicos y trabajo educativo”. En *Revista Educación y Pedagogía* (62). Medellín: Universidad de Antioquia.
- GUBER, R. (2005). *El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*. Barcelona: Paidós.
- GUBER, R. (2001). *La etnografía. Método de campo y reflexividad*. Bogotá: Norma.
- HIDE, C. (2004). *Etnografía virtual. Reseña*. Barcelona: Colección Nuevas Tecnologías y Sociedad, Editorial uoc.
- QUINTANA, G. (2009). Narrativas de la imagen: Memoria, relato y fotografía. En *Revista Chilena de Antropología Visual*. n.º 13. Disponible en <http://www.rchav.cl/imagenes13/imprimir/raposo.pdf> (5 de marzo 2014)
- LIPOVETSKY, G. (2016). *De la ligereza. Hacia una civilización de lo ligero*. Barcelona: Anagrama.
- MARTÍN-BARBERO, J. (1998). *De los medios a las mediaciones*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- REDEKER, R. (2014). *Egobody. La fábrica del hombre nuevo*. Bogotá: Fondo de Cultura Económica.
- RODRÍGUEZ, R. (2014). Pro-scriptum sobre las sociedades de control. En Gastón Molina, D. (Comp.). *Evaluación, gestión y riesgo. Para una crítica del gobierno del presente*. Universidad de Chile. Disponible en <file:///D:/carpeta%20investigaciones%20sobre%20>

foucault/evaluacion,%20gestion%20y%20riesgo.pdf
(30 de julio 2016)

- ROSE, N.** (2014). El gobierno en las democracias liberales 'avanzadas': del liberalismo al neoliberalismo. En *Evaluación, gestión y riesgo. Para una crítica del gobierno del presente*. Santiago de Chile: Universidad de Chile.
- RUEDA, R.** (2015). La imagen de perfil en Facebook. Identidad y representación en esta red social. En *Revista Folios*. n.º 43, Universidad Pedagógica Nacional. Disponible en <http://revistas.pedagogica.edu.co/index.php/RF/article/viewFile/3521/3113>
- RUEDA, R.** (2014). *De usuario al artista mundano: Facebook como ámbito de creación y poetización de la vida*. Cali: Universidad del Valle. Disponible en <https://es.scribd.com/document/260488312/Del-Usuario-Al-Artista-Mundano-FACEBOOK-COMO-AMBITO-DE-CREACION-Y-POETIZACION-DE-LA-VIDA>

- SERRANO-PUCHE, J.** (2013). Vidas conectadas: tecnología digital, interacción social e identidad. En *Historia y Comunicación Social*. Vol. 18, n.º especial. Disponible en https://www.researchgate.net/publication/277673212_Vidas_conectadas_tecnologia_digital_interaccion_social_e_identidad
- SIBILIA, P.** (2009). *La intimidad como espectáculo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- SOTO FLECHAS, L.** (2021). Entre juegos de autenticidad, idealización y cuidado de sí en Facebook. *Trabajo Social* 23 (1): 97-127. Bogotá: Departamento de Trabajo Social, Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional de Colombia
- SOTO FLECHAS, L.** (2016). "Cuerpos virtualizados en Facebook". En *Primera Jornada Transdisciplinar de Estudios en Gubernamentalidad*. Santiago de Chile: Universidad de Chile.