



Athenea Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social

ISSN: 1578-8946

[r.atheneadigital@uab.es](mailto:r.atheneadigital@uab.es)

Universitat Autònoma de Barcelona  
España

Remondino, Georgina

Blog y redes sociales: un análisis desde las tecnologías de la gubernamentalidad y el género  
Athenea Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social, vol. 12, núm. 3, noviembre, 2012, pp.  
51-69

Universitat Autònoma de Barcelona  
Barcelona, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=53724611004>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en [redalyc.org](http://redalyc.org)

[redalyc.org](http://redalyc.org)

Sistema de Información Científica  
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal  
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

## ***Blog y redes sociales: un análisis desde las tecnologías de la gubernamentalidad y el género***

### ***Blog and social networks: an analysis from the governmentality technologies and gender***

**Georgina Remondino**

Universidad Nacional de Córdoba  
georgina.remondino@gmail.com

#### **Historia editorial**

Recibido: 28/06/2012

Aceptado: 16/10/2012

#### **Palabras clave**

TIC  
Gobierno  
Control

#### **Resumen**

En la actualidad, la explosión de bitácoras personales, de redes sociales y de otros dispositivos y programas informáticos muestran cómo ciertas prácticas, que eran consideradas exclusivas de las esferas privadas e íntimas, ahora se inscriben en el espacio público de la pantalla. Atendiendo a este escenario, en este artículo animamos que estas tecnologías funcionan como tecnologías del Yo y como tecnologías de poder, comprendidas en el sentido propuesto por Foucault (1990). Ellas median las formas de gobierno del Yo en sus modos de presentación pública, a la vez que funcionan como tecnologías de control del otro. También imponen sus condiciones tecnológicas sobre las interacciones posibles y contribuye a diferentes modos de gobierno de los sentimientos y a formas específicas de performativización del género. En este artículo analizamos estas categorías y compartimos algunas reflexiones a partir de un caso de estudio con jóvenes mujeres de la ciudad de Córdoba consumidoras de blogs y redes sociales.

#### **Abstract**

#### **Keywords**

ICT  
Government  
Control

*Currently, the explosion of personal blogs, social networking and other devices and software show how certain practices that were considered exclusives of intimate and private spheres, are now enrolled in the public space of the screen. Based on this scene, in this article we consider that these technologies work as technologies of the self and as control technologies, in the sense proposed by Foucault (1990). They mediate forms of self government in their public presentation modes, while play as control technologies of the others. Technological conditions also are imposed on the possible interactions and contribute to different modes of governance of feelings and specific forms of gender performativización. In this paper we analyze these categories and share some reflections from a case of study with young women consumers of blogs and social networks in the city of Córdoba.*

## **Tecnoutopía y discurso publicitario**

Para la investigación social los discursos publicitarios que promocionan a diario a las tecnologías informáticas de la comunicación (TIC) son una baliza para comprender los modos en que ciertos imperativos tecnológicos tienden a marcar el cauce de conductas y subjetividades en la escena contemporánea. Es distintivo de ese género discursivo la capacidad de presentar condensaciones de sentidos acerca de un producto, servicio o idea, y el slogan es uno de los recursos que mejor opera ese poder. En base a ello, comenzamos este artículo atendiendo a algunos slogans que promocionan a las TIC con el fin de comprender un imperativo discursivo específico que, veremos luego, modela metas, ideales y formas de vida. Consideraremos que ese imperativo, en tanto componente de *tecnologías de lo humano* (Rose, 1996/2003), forja procesos de subjetivación en prácticas concretas.

Remondino, Georgina (2012). Blog y redes sociales: un análisis desde las tecnologías de la gubernamentalidad y el género. *Athenea Digital*, 12(3), 51-69. Disponible en <http://psicologiasocial.uab.es/athenea/index.php/atheneaDigital/article/view/Remondino>

Aclaremos que nuestro objetivo principal de análisis no son esos discursos sino las formas contemporáneas tendientes a la *regulación de la vida* en relación a las tecnologías. A lo largo del artículo veremos cómo cierto pensamiento sobre las TIC se condensa actualmente en un imperativo que versa “Muéstrate a ti mismo”. A su vez, expondremos que éste se ofrece como ideal realizable en aplicaciones de la web 2.0 como los blogs y las redes sociales informatizadas.

Para comenzar, nos referiremos a las TIC argumentando que éstas forman un núcleo imaginario que condensa sentidos con un alto componente utópico, pues actualizan ciertos anhelos y creencias positivas sobre la comunicación humana y sobre el potencial beneficioso de las tecnologías. Esas creencias en los beneficios de las tecnologías de la comunicación sentaron las bases de pensamientos tan distantes como los que están presentes en la propuesta de Saint-Simon, pasando por la cibernética de Wiener, hasta en ciertas representaciones sociales que se materializan en la publicidad contemporánea.

Veamos algunos ejemplos de este pensamiento utópico en torno a la comunicación. En el pensamiento de Henri de Saint-Simon la sociedad se convertiría en una entidad orgánica merced, principalmente, al progreso y a la gestión de los canales y vías de comunicación. Este ideal, que forjó no solamente el pensamiento sino también el accionar político de la escuela de socialistas saintsimonianos, arrojaba sobre las tecnologías de la comunicación —fueran éstas caminos, canales fluviales, vías marítimas, etc.— el prestigio de ser portadoras de un gran potencial de cohesión social. Es esa significación de la comunicación humana en su faz técnica la que se convirtió en el fundamento de la acción social que, para esta corriente, favorecería a la consecución de una única y armónica sociedad.

En esa línea programática, cada innovación tecnológica se orientaría hacia un ideal de progreso tendiente a la consecución de un nuevo estado de sociedad. Esta misma representación sobre el progreso social y la innovación técnica de la comunicación se actualiza históricamente en otras escuelas y pensadores del siglo XIX y XX hasta nuestros días. Tal es el caso de la cibernética que, de la mano de Norbert Wiener, revolucionaba el campo teórico de las ciencias sociales a mediados del siglo XX bajo la idea de que el control de la información es central en la regulación de los sistemas. Desde esta perspectiva, la sociedad se vuelve un sistema plausible de ser gobernado, transformado u orientado sobre la base del control técnico de la comunicación. Las tecnologías de la comunicación entonces se vuelven nodos centrales para el gobierno de las sociedades.

La misma idea de la comunicación como arista central en los procesos históricos de transformación social está también presente en Marshall McLuhan, quien en 1962 describe una “aldea global” construida y gestionada en base a las tecnologías audiovisuales de la comunicación. En forma sintética estos tres ejemplos ilustran esa permanencia en la representación de la comunicación y de su faz técnica como las cohesionadoras sociales por excelencia y también como las promotoras de cambios en sociedades, grupos o estratos sociales.

Vemos entonces que, en distintas épocas y contextos, con cada nuevo aparato de comunicación se actualizan esos anhelos optimistas sobre la comunicación y las tecnologías. A esa especie de “fe tecnológica” Mattelart la llama *tecnoutopía* pues, como creencia, concibe a la tecnología como solución deseable y necesaria para una vastedad de problemas de las personas. En efecto, la tecnoutopía iguala a los conflictos en las relaciones sociales con problemas en la comunicación, a las desigualdades con inconvenientes de conexión; y equipara a la integración del individuo a su entorno social con el nivel de consumo de medios y tecnologías comunicacionales. Estas asociaciones y reduccionismos —en los que la comunicación es propuesta principalmente como sinónimo de lazo social— habilitan a intervenir en la dimensión tecnológica de la comunicación para afectar a un sinnúmero de problemáticas sociales. Así, la

comunicación tecnológicamente mediada se ha convertido en nuestras sociedades en una panacea plausible de ser aplicada en extensos planos de la vida del hombre.

Este optimismo tecnológico no sólo se evidencia a nivel de las utopías sino también a través la eficiencia que las tecnologías muestran en la vivencia particular de los sujetos (Mattelart, 1997). Precisamente, la “eficiencia técnica” es una unidad de sentido en torno a la cual se construyen diversos discursos positivos sobre las TIC, pero es la publicidad el género que con mayor evidencia las ha asociado a la vida cotidiana de los sujetos para promocionar a cada innovación tecnológica. Veamos cómo algunos slogans nos muestran esa peculiaridad del discurso publicitario.

Un ejemplo ilustrativo es la expresión *Es rápido, es seguro... es fácil* mediante la cual se oferta un servicio de conexión *Wi-Fi*. Esta afirmación apoya el centro de los argumentos sobre las características amistosas del producto —fácil, seguro, rápido— y, a la vez, son precisamente esos adjetivos los garantes de su eficiencia en la concreción de algún objetivo o en la búsqueda de cierta satisfacción. En cuanto al peso que se adjudica a la stampa tecnológica en la vida cotidiana de los sujetos, el slogan *“Banda ancha cuando quieras”* muestra parte de una estrategia retórica en la que las huellas del producto se borran y se pondera, en cambio, su presencia “natural” en la cotidianeidad de los sujetos. La tecnología es nombrada, pero invisibilizando sus particularidades y proponiendo una presencia inminente y permanente; de modo tal que el sujeto accede a ella sin inversión de esfuerzos extras y cuando éste lo anhele. En este mismo sentido, el slogan que versa *Internet ya es parte de tu vida, elegí cómo vivirla* también refuerza esa significación de una presencia inquebrantable de la tecnología en la vida cotidiana. Esta frase apela a la personalización del consumo que oferta, pues es el sujeto quien vuelve eficaz a la tecnología cuando la incorpora a su cotidianeidad de múltiples e innumerables maneras —tantas como estilos y formas de vida “elija” vivir—. Internet, una tecnología específica, es valorada aquí en su potencialidad de penetrar cualquier esfera de la vida cotidiana y es el sujeto quien la modela dotándola de sus características personales.

Esta última significación sobre las TIC resulta central en nuestro análisis sobre las tecnoutopías que se materializan en las publicidades contemporáneas. Pues, si para esos discursos las TIC pueden ser vividas de tantas maneras como sujetos particulares existan, observamos que ese amplio margen de maleabilidad en la apropiación tecnológica aparece asociado a dos valores dominantes en la modernidad de occidente: la *personalización* y la *individualización* de los consumos y de los estilos de vida. Estos dos valores operan en la orientación hegemónica que ha asumido un modelo de sociedad ligado a estas tecnologías. Pues, allí donde la organización de la economía, de la cultura y de las grandes instituciones sociales igualan a los sujetos en relaciones anónimas y legitimadas numéricamente, las tecnologías y medios de comunicación son funcionales a la masificación de las relaciones sociales y de los consumos y, en definitiva, a la creación y sostenimiento de las masas. Pero, a la vez, esto se da de manera contradictoria. Pues esa misma organización de la sociedad permite la personalización de los consumos a partir de ciertos subterfugios de los mercados que se orientan hacia la individualización de los sujetos al interior de esas masas. Tal como lo señala Wolton, el ideal de sociedad ligado a estas tecnologías se construye sobre el modelo hegemónico de la modernidad europea “que valora por un lado al individuo, en la tradición liberal jerárquica, y, por el otro lado, al número y la masa, en la tradición socialista igualitaria” (Wolton, 1997/2007, p. 46)<sup>1</sup>. En ese sentido, lo que este autor llama la “sociedad individualista de masas” se erige sobre tres dimensiones sociales: el individuo, la masa y la comunicación. Los medios y tecnologías de comunicación afines a este modelo funcionan sobre una base de igualación y

<sup>1</sup> En el análisis que realiza Wolton, este modelo refiere estrictamente a la sociedad europea, pero resulta generalizable a un ideal hegemónico propuesto a nivel mundial y que hace eco en otras latitudes —como en los llamados países periféricos— atravesadas por una organización económica capitalista globalizada.

anonimato al interior de la masa, a la vez que garantizarán los mecanismos de personalización e individualización que permiten salir de ese anonimato. La lógica del “Star system” es la que con mayor evidencia muestra ese doble funcionamiento de los medios en la sociedad de masas.

En este entramado comunicacional complejo, en la actualidad son las TIC las que ofrecen más prestaciones para el reconocimiento personal al interior del anonimato de la red, y permite también la personalización de los consumos con mayor facilidad que otros medios. Tal es el caso de la web en su versión 2.0 y, específicamente, ciertas prestaciones que se erigen sobre relatos autorreferenciales de los sujetos comunes —blogs y redes sociales, entre otras—. <sup>2</sup> Por ello, son las TIC las que gozan de éxito en el discurso publicitario para promover modelos ideales de sociedad y de estilos de vida asociados a la comunicación.

En síntesis, decimos que las publicidades van borrando las huellas del producto que promocionan para ponderar, en cambio, la eficacia técnica sobre la vida cotidiana de los sujetos. Vemos también que la personalización e individualización de consumos y estilos de vida son aquellos valores que aparecen visiblemente asociados a las TIC en esa relación entre tecnologías y vida cotidiana. Daniel Cabrera advierte que “en los discursos públicos (publicidades, notas de promoción, etc.), los anuncios no presentan adelantos tecnológicos sino anticipaciones de uso, cambios en la vida cotidiana, impacto social a la manera de narraciones e historias” (2006, p. 174). Si la publicidad promociona los beneficios de las TIC en la vida cotidiana, entonces apunta también a prescribir la consecución de modelos ideales de vida más que a promocionar cualidades técnicas de un aparato o aplicación informática. Al respecto, decimos que *individualización*, *personalización* y *comunicación tecnológica* se expresan como características cardinales de estilos de vida idealizados. En estos discursos se actualiza la tecnoutopía que prescribe a las TIC como el medio por excelencia para: a) *poner en común* al interior de un modelo de sociedad de masa y, al mismo tiempo, para b) personalizar los consumos y los estilos de vida; a la vez que para c) favorecer procesos de individualización en el seno de la cultura y la sociedad contemporánea.

Una vez más, para concluir este primer apartado, ofrecemos algunos discursos que ilustrar nuestro análisis. El slogan, de una empresa de servicios tele-informáticos, que versa *Compartida la vida es mejor* sugiere que “compartir” —propuesto como sinónimo de conexión tecnológicamente mediada— es mejor que otros modos de estar juntos y, por ende, se ofrece como ideal realizable por medio de las tecnologías que oferta. En el mismo sentido, el slogan *Personal, cada persona es un mundo* hace visible en la figura retórica a la *personalización* de los consumos, fenómeno al que se asocia la identificación de la marca. Si la hipérbole define cada persona como un mundo, entonces esa individualización es realizable como estilo de vida a través de consumos personalizados; ideal a su vez asequible por medio de las TIC que promocionan.

## Ideales regulatorios: un imperativo epocal

Junto a la constelación de valores encarnados en la tecnoutopía contemporánea que hemos analizado hasta aquí, también identificamos un precepto que aparece asociado a las TIC; éste el imperativo que reza “Muéstrate a ti mismo”. A continuación veremos que ese precepto o “exigencia de época” se ofrece en el discurso publicitario como un imperativo realizable o alcanzable por medio de esas tecnologías.

---

<sup>2</sup> La llamada “Internet 2.0” posee una característica diferencial respecto de las generaciones anteriores de la red que se expresa claramente en el slogan del sitio web *Youtube*. La frase que afirma “broadcast yourself” -traducible al español como “trasmítalo usted mismo”- muestra la principal función de las prestaciones propias de esta versión de la red. Esa potestad dada a los sujetos corrientes para transmitir sus propias informaciones y contenidos es la que habilita a las expresiones auto-referenciales que inundan la pantalla en la actualidad.

El caso del slogan del sitio *Fotolog.com* (s/f) sirve de ejemplo para introducir este nuevo elemento de análisis. *Comparte tu mundo con el mundo* fue uno de los slogans utilizados por esta bitácora en su página de inicio. Esta frase se integra a la misma constelación de sentidos que hemos analizado más arriba: celebra a un sujeto individualizado y dotado de la facultad de poner-en-común ese mundo personal que le pertenece. Y, a la vez, lo habilita para compartirlo por medio de una prestación tecnológica concreta.<sup>3</sup> Lo que resulta significativo en este caso es el énfasis en el acto de comunicar todo cuanto constituye el dominio personal del sujeto. A la vez, la exhortación se refiere a un sujeto individual, a quien se le indica que comparta contenidos e imágenes que refieran a su vida personal con otros sujetos anónimos implicados en este mismo hecho comunicativo. Ese sujeto puede, por sí mismo, por medio de un uso tecnológico concreto, seleccionar aquellas imágenes que considera representativas de “su mundo” e implicarse con otros a partir de esta extraordinaria voluntad de comunicar fragmentos de la propia biografía. En ese sentido, “comparte tu mundo con el mundo” es un slogan que resume, a nuestro entender, una máxima epocal que exhorta a los sujetos individuales a echar mano a cierto caudal expresivo para poner en común aquellos aspectos que hacen a la propia vida, a la esfera de lo individual, a lo único e irrepetible. Decimos entonces que nos encontramos ante un precepto que expresaremos en la máxima que reza “Muéstrate a ti mismo”. Esta expresión prescribe a las subjetividades que deben “estar a tono” con la voluntad de poner-en-común aquello propio de la singularidad del sujeto, y también fija que es el individuo quien debe gestionar por sí mismo esos actos comunicativos. En ese sentido, la expresión apunta a una narración autorreferencial, pues son los sujetos particulares quienes deben representar en el espacio dialógico que inaugura la pantalla a ese sí-mismo que se implica en cada acto comunicativo.

“Muéstrate a ti mismo” opera como máxima en una trama discursiva amplia por lo que también es observable en otros ideales, prescripciones, consejos, etc. Por ejemplo, con el titular *¡Hazte famoso en dos sencillos pasos!* del sitio de *Fotolog.com* el sujeto es convidado a la consecución de una meta identificada con el reconocimiento social. Lograr ser reconocido le exige mostrarse el mayor número de veces posibles, pero esa exhibición debe ser operada por el sujeto mismo. Para lograr con éxito esta puesta en común, las tecnologías de la comunicación contemporáneas ofrecen cada vez más diversas prestaciones tendientes a satisfacer esta demanda. Ejemplo de ello es aquella prestación que en este mismo sitio de la web posibilita publicar imágenes y, en la medida en que éstas logran mayor número de comentarios sobre su intervención, más posibilidades se le ofrecen para seguir haciéndose visible en esa red social. Quizás ésta sea una de las propuestas tecnológicas que condensa con mayor evidencia la máxima “Muéstrate a ti mismo”, imperativo que consideramos es parte del mismo horizonte de sentido sobre el que circula con eficacia la tecnoutopía contemporánea.

En cuanto a esta demanda de mostración de uno mismo y a su relación con las tecnologías, si las singularidades de los sujetos pueden ser puestas-en-común por medio de la comunicación, son las TIC las que hoy se ofrecen como garantes de que ese acto comunicativo se logre sin grandes esfuerzos ni complicados usos tecnológicos. Quizás aquella creencia en el potencial cohesionador de las tecnologías de la comunicación, que data desde la primera modernidad, se actualice hoy en una generación tecnológica orientada hacia esta máxima; con la particularidad de que es el sujeto individual —con su biografía, con su singularidad— quien se erige en el centro de esos vínculos y lo hace a nivel global.

Quizás la tecnoutopía y esa orientación que asumen hoy las TIC expliquen en parte —no de forma acabada ni aislada de otras variables— el éxito del que gozan hoy sitios como los blogs personales y las redes sociales. En éstos, son los sujetos individuales quienes operan sobre sus representaciones en la

<sup>3</sup> *Fotolog.com* (s/f) es un sitio de internet que permite publicar fotografías de autoría personal, compartirlas con otros usuarios y realizar comentarios sobre las imágenes ofrecidas por cada miembro de esta red social.

pantalla construyéndolas con imágenes, comentarios breves y recursos expresivos diversos. Estas tecnologías ofrecen una variedad limitada de formas de autorrepresentación pero, actuando en el horizonte de sentido descrito, logran erigirse en los medios más eficaces para responder a esas subjetividades que se forjan bajo ese precepto de mostración de la propia singularidad. En ese mismo sentido, también funcionan con orientación a los valores de personalización, individualización y comunicación a los que referimos anteriormente. Podemos afirmar entonces que estas tecnologías encarnan un imperativo epocal pues el precepto “Muéstrate a ti mismo” es parte de un fenómeno iniciado en la modernidad que ha hecho de la vida individual y de la propia experiencia un núcleo central de tematización.<sup>4</sup> Asociado este precepto a las actuales tecnologías de comunicación, compone un verdadero fenómeno epocal en el que se encarna la modelización social de las subjetividades contemporáneas y en el que la concepción de vida individual se vuelve un verdadero *cronotopo* imperante en las narraciones que proliferan a diario en estas “tecnologías de la presencia” (Arfuch, 2002/2007, p. 61).

Para continuar con nuestro análisis queremos recalcar que al afirmar que estas tecnologías están ligadas a la máxima “Muéstrate a ti mismo” no significa que operan únicamente en relación a ella o, en sentido inverso, que el precepto opera exclusivamente en relación a las TIC. Tampoco que ésta prescribe un único ideal de comportamiento o de sujeto en relación a las tecnologías. Por el contrario, el imperativo opera en una heterogeneidad de dispositivos y regímenes que tienden a la regulación de una diversidad de versiones de ser sujeto y de modos de relacionarse. De allí que podamos comprender a la máxima “Muéstrate a ti mismo” en un entramado más complejo —regímenes, dispositivos, tecnologías, normas, sistemas de valores, etc.— que moldea cuerpos, relaciones sociales, subjetividades; y en el que no es posible hallar un único modelo o ideal regulatorio.

Por ello podemos observar la co-existencia de regímenes diversos en los que el precepto “Muéstrate a ti mismo” convive en conflicto con cierta demanda ética de pudor que regula los actos restringidos a la esfera de lo privado e íntimo. El caso de los blogs de mujeres bulímicas y anoréxicas sirve para ejemplificar esta dinámica. En algunos de esos sitios web las mujeres —en su mayoría jóvenes— se referencian a ellas mismas como anoréxicas y bulímicas y ofrecen narraciones en primera persona sobre sus experiencias con la comida, con el propio cuerpo, con las terapias paliativas, etc. Lo interesante en estas narraciones es que hay una concepción positiva de la anorexia y de la bulimia, y que se comparten consejos sobre las técnicas más adecuadas para alimentarse sin engordar, para intervenir sobre el propio cuerpo y/o para ocultar algunas prácticas consideradas inaceptables por el conjunto social. Este ejemplo muestra un acto comunicativo que entra en conflicto con el dispositivo que ha regulado hegemonícamente lo que es decible públicamente —dónde, ante quiénes y cómo es decible— por un/a bulímico/a y/o anoréxico/a. Aquí la máxima de mostración no solamente replica sobre lo que es decible, sino que también lo hace contra el estatuto de sujeto anoréxico y bulímico que se les impone. En este caso, estos blogs pueden ser comprendidos, quizás, como tecnologías subjetivadas en las que el “muéstrate a ti mismo” opera una resistencia a un dispositivo regulatorio concreto en torno a la bulimia y la anorexia.

Volviendo a nuestra argumentación, decimos que la heterogeneidad de dispositivos, regímenes, prácticas y subjetividades que conviven en torno a un mismo precepto ha sido uno de los tópicos desarrollados con insistencia por Nikolas Rose respecto a los regímenes de gobierno propuestos por

---

<sup>4</sup> Leonor Arfuch analiza la expansión de lo autobiográfico como síntoma de las formas predominantes de la subjetividad contemporánea y de la tonalidad epocal desde la modernidad a nuestros días. A la vez, realiza un interesante análisis del “espacio autobiográfico” en relación a las narrativas de la identidad. Para saber más sobre este tema véase Arfuch, Leonor (2002/2007). *El espacio autobiográfico. Dilemas de la subjetividad contemporánea*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Michel Foucault. Este sociólogo inglés remarca que pensar en término de un régimen coherente y homogéneo de gobierno de *sujetos unificados* es tan errado como suponer que en cada época domina una única versión de los modos de ser persona. Contrario a ciertos relatos sociológicos, históricos y psicológicos sobre los modos regulatorios de los seres humanos —que los comprenden como un Yo unificado y en relación con una historia continua del Yo—, Rose propone recorrer la diversidad de las versiones del “ser persona” (carácter, personalidad, identidad, reputación, etc.) así como atender a las normas, técnicas y relaciones de autoridad dentro de las que éstas han circulado en la vida cotidiana de los individuos concretos. Pues:

Los seres humanos no son los sujetos unificados de algún régimen coherente de gobierno que produce personas tal como las sueña. Por el contrario, los hombres viven sus vidas moviéndose constantemente en distintas prácticas que los subjetivan de modos distintos (Rose, 1996/2003, p. 235).

Asumir esa heterogeneidad nos marca que el precepto “Muestrate a ti mismo” —en tanto que imperativo regulatorio de la conducta— debe ser comprendido al interior de procesos de subjetivación contextualizados y en relación con otros dispositivos de gobierno. Si la máxima que nos interesa se orienta a una relación del sujeto consigo mismo y con los demás, el lugar metodológico y epistemológico donde comprender también esos ideales, tal como propone Foucault (1976/1992), no es emplazados en algún dominio de la cultura sino, por contrario, desde una *perspectiva de gobierno*. El anclaje desde donde “observar” a este imperativo de mostración, entendido como una forma contemporánea de regulación de la vida, es el gobierno de cuerpos y de subjetividades a través de ciertos *dispositivos de producción de sentidos* (Foucault, 1976/1992) que ciñen experiencias tecnológicas concretas.

## En la esfera de las tecnologías subjetivadas

Siguiendo con lo que hemos venido planteando hasta aquí, en este apartado intentaremos comprender la máxima “Muéstrate a ti mismo” en relación con las TIC, incorporando ahora la pregunta por los modos en que este precepto se integra a diversos dispositivos de producción de sentidos que ciñen subjetividades y relaciones sociales concretas. La clave de análisis se encuentra en a) el orden de la subjetivación, es decir, en la esfera de la tecnología subjetivada —tal como estas tecnologías son *experimentadas* por las personas particulares—, y en b) su comprensión en relación a diversos dispositivos de gobierno.

Entonces si consideramos que las tecnologías son subjetivadas por personas que se apropian de ellas al interior de varios dispositivos regulatorios, en este artículo, se hace foco en el dispositivo *género*. La performatividad de género marca ciertas particularidades y modos diferenciales de apropiación tecnológica y, por ende, de producción de experiencias concretas con las tecnologías. A su vez, en base a la perspectiva de gobierno de filiación foucaultiana, esa apropiación tecnológica generizada deber ser comprendida también en relación a otros dispositivos con los que se relaciona el precepto de mostración por medio de las TIC. Este análisis nos permitirá ofrecer algunas interpretaciones sobre los modos en que la máxima de mostración se encarna en tecnologías subjetivadas y, también evidenciar el funcionamiento de ciertos poderes que se materializan en la esfera de las subjetividades.

En este punto de la argumentación nos parece enriquecedor destacar que los dispositivos de elaboración de sentido *producen* experiencia y no son en sí *productos* de esa experiencia. Pues las técnicas y tecnologías que los sustentan no vienen “listas para usar”, sino que deben ser subjetivadas, apropiadas



por los sujetos en sus diversas prácticas (Papalini y Remondino, 2008).<sup>5</sup> En consecuencia, para el caso de las tecnologías que —de forma más o menos programada, explícita o implícitamente— se orientan hacia el precepto “Muéstrate a ti mismo”, proponemos analizar el caso específico de la apropiación que mujeres jóvenes hacen de los blogs y redes sociales informatizadas como ejemplo de *tecnologías subjetivadas* que funcionan en alineación con la máxima de nuestro interés. Elegimos estas aplicaciones del complejo más vasto que constituye a las TIC ya que, en sus concepciones originales y en sus usos más populares, la preeminencia de expresiones autorreferenciales de los sujetos dota de gran valor heurístico al caso.

Como estrategia argumentativa nos valdremos de algunos fragmentos de entrevistas realizadas a mujeres jóvenes que son usuarias de blogs y redes sociales en la ciudad de Córdoba, Argentina. En particular relacionamos las experiencias narradas por estas mujeres con un recorte específico que realizamos de la heterogeneidad de dispositivos reguladores que operan en relación al “Muéstrate a ti mismo”. Por ello, ofrecemos ciertas lecturas de esos testimonios atendiendo a la performatividad de género en relación con los ideales, los estereotipos, las tecnologías y los dispositivos de género. También referiremos a aquellas dimensiones de los aparatos técnicos que operan y/o son operadas por los sujetos en dirección a la regulación de las emociones y los sentimientos. Nos interesamos por estas últimas formas regulatorias pues, como se verá en el análisis que sigue, a nivel de las subjetividades la mediación espacio-temporal de los artefactos técnicos opera en dirección a morigerar ciertos sentimientos y emociones negativas y, por ende, son parte de un complejo entramado de *gobierno sentimental*.

Al referir al gobierno sentimental estamos poniendo el énfasis tanto en los modos con que los sujetos viven subjetivamente ciertas emociones y sentimientos, como en la modelación y regulación sociocultural de esas experiencias. Siguiendo a Agnes Heller sostenemos que la corporeización y expresión de determinados sentimientos y emociones son objetivaciones de las formas en que ciertas disposiciones sentimentales propias de sociedades y culturas concretas son subjetivadas por las personas particulares. En ese sentido es que es posible afirmar la existencia de verdaderos dispositivos de regulación de los sentimientos así como de sus correlatos en la autorregulación que los sujetos hacen de sí mismos en lo que la autora ha llamado una “economía doméstica de los sentimientos” (Heller, 1980/2004). En el caso que nos convoca, veremos más abajo que los sujetos se dan ciertas estrategias para utilizar a las tecnologías con orientación a paliar algunos sentimientos considerados negativos y/o para garantizarse experiencias sentimentales satisfactorias. Esto muestra algunas formas subjetivas de gobierno de las propias emociones y sentimientos que se inscriben, a la vez, en el marco de conductas prescriptas en los dispositivos informáticos.

## Huellas en la arena: las subjetividades

Para comenzar a analizar la dimensión de la tecnología subjetivada cabe responder a una pregunta inicial: cómo las mujeres entrevistadas incorporaron a las TIC a sus vidas cotidianas con arreglo a “mostrarse a ellas mismas”.<sup>6</sup> Entre la variedad de experiencias narradas, destacamos aquellas en las que el precepto de mostración aparece con claridad asociado a los motivos que favorecieron el consumo

---

<sup>5</sup> Al referir a los procesos de subjetivación o de producción de subjetividad, en un artículo en co-autoría con Vanina Papalini hemos destacado que los procesos de producción de la subjetividad no son una simple introyección de la sociedad en el sujeto. El término que se propone para dar cuenta de los procesos de subjetivación es el de *refracción*; pues la incorporación de la institución social (norma, lenguaje, símbolos) no es exacta; se desvía y tanto más se desvía cuanto más densa es la sustancia que quiere atravesar. Para más información al respecto véase el artículo titulado “*Cultura masiva y procesos de subjetivación contemporáneos*”. Revista *Oficios Terrestres*, (21), 154-165.

de blogs y redes sociales. Es el caso de las mujeres que participan o participaron en las bitácoras y redes de boliches, bares y otros sitios de entretenimiento.

Antes vos conocías a un chico en el boliche, le preguntas a qué escuela iba, y después ya sabías que iba a ir ahí el otro sábado o podías ir a la salida del cole a ver si lo veías. O bueno, en realidad, en el mejor de los casos te pasabas el teléfono... si te lo acordabas (...) Ahora es más fácil, entrás al *blog*... por ejemplo de (el boliche) “La Diabla” y te fijás si está en las fotos o si dejó algún comentario. Ahí van a estar seguro todos los que fueron cuando vos fuiste, aparecen todos y es como que la cosa sigue. Y te enterás de quién es quién... o ves a alguien que no viste y decís “¡cómo me perdí a este papurri! (...) Y por ahí hasta alguno con el que bailaste o hubo onda te va a ver, te va a *postear* algo (Anabel, entrevista personal, 02 de junio de 2010)<sup>7</sup>.

Estos relatos permiten asociar a la participación en los blogs y redes sociales de boliches —y otros espacios similares— con la conocida figura del *habitué*. En relación a esta estampa, las TIC aquí son subjetivadas con arreglo a un proceso de distinción —y estrictamente un proceso identificatorio—. Sugerentemente esta apropiación tecnológica resulta comparable con ciertos aspectos del *stars system*. Pues en ambos casos la figura reconocible conlleva una serie de prácticas de distinción y diferenciación al interior del espacio de anonimato que imprime la masa; ya sea que esto ocurra en el boliche, ya sea a escalas sociales mayores. En el caso de los blogs y redes sociales las tecnologías facilitan que sea el propio sujeto quien lleve adelante las prácticas de distinción en base a una serie de prestaciones programadas con orientación al “Muéstrate a ti mismo”. Algunas de estas acciones pueden ser: publicar y *etiquetar* su propia imagen y/o la de otros, *postear* una fotografía y/o los comentarios de otros; entre otras.

Podemos afirmar que es el dispositivo particular del boliche el que, en este caso, dota de sentido al uso de blogs y redes sociales. El ritmo acelerado de los encuentros, contactos y miradas adelgaza la posibilidad de entablar relaciones menos efímeras. Por eso, la fotografía es aquí uno de los principales recursos para “continuar” el encuentro. La fotografía es parte de una estrategia que tiende a la trascendencia —en tanto dejar rastro de sí y de los otros— y cuyo sentido debe ser comprendido en relación con las características del dispositivo más amplio que constituye el boliche. Este ejemplo muestra que la máxima de mostración se vuelve comprensible en relación a otro dispositivo que regula cuerpos y subjetividades. En este caso, se trata de un dispositivo particular de interacción social en el que las TIC y el precepto de mostración operan en un sentido específico dentro de las regulaciones del dispositivo.

En un análisis cercano al nuestro, la ensayista argentina Paula Sibilía sostiene que existe una demanda sociocultural que incita a la visibilidad por medio del imperio de las celebridades y la sociedad altamente mediatizada, la cultura del espectáculo, entre otros factores. Su explicación se centra en el paso de las *sociedades disciplinaria* a las *sociedades posdisciplinarias* que estarían engendrando, en este comienzo del siglo XXI, subjetividades más dúctiles, más epidérmicas y que se exhiben en la superficie del cuerpo y de la pantalla. En este sentido, propone pensar la práctica de la escritura en blogs personales bajo la

<sup>6</sup> La investigación a la que hacemos referencia es parte la tesis doctoral de la autora en el marco del *Doctorado en Estudios Sociales de América Latina* con la mención en *Comunicación y Cultura* por el Centro de Estudios Avanzados de la Universidad de Córdoba. Los testimonios que aquí se reproducen son parte del trabajo de campo realizado con entrevistas abiertas a varones y mujeres de clase media, de 18 a 30 años, que viven en la Ciudad de Córdoba (Argentina), que son usuarios asiduos de estas tecnologías y que han sostenido algún tipo de relación sentimental mediada por las mismas.

<sup>7</sup>Para referir a las mujeres entrevistadas se utilizan seudónimos para mantener el anonimato de las mismas.

figura de las personalidades alterdirigidas, “y no introdirigidas, construcciones de sí orientadas hacia la mirada ajena o exteriorizadas, no más introspectivas o intimistas” (Sibilia, 2008, p. 28); es decir desde subjetividades que se construyen para ser vistas, para ser legitimadas por la mirada externa.

En íntima relación con el análisis de Sibilia, aquí sostenemos que bajo el imperativo del “Muéstrate a ti mismo” el sujeto se auto-construye al interior de diversos dispositivos regulatorios de conductas orientadas a la mirada ajena. En ese movimiento, cuerpos, emociones, subjetividades se modelan con arreglo a su exteriorización en la pantalla. Por ello, es necesario bucear en la incidencia del precepto de mostración sobre la dimensión de los cuerpos, de las emociones y de los sentimientos atendiendo a cómo las tecnologías encarnan lo social —en este caso, el precepto— y también cómo son subjetivadas. Veamos a continuación algunos relatos que ilustran una orientación específica de las tecnologías subjetivadas en la que se “amortiguan” los efectos de las relaciones sociales y sus incidencias sobre comportamientos, emociones y sentimientos.

¿Ves? (estamos viendo la foto de su muro de *Facebook* durante la entrevista) ¡Ni en pedo salís así a la calle! (está de cuerpo entero, de  $\frac{3}{4}$  de perfil, con una maya de dos piezas color fucsia. Se ha colocado en una posición sugerente). Mis compañeros que me suma a los contactos me dice “Nena, ¿dónde tenías guardada toda esa carne?!” (risas). Yo me muestro así, sexy, despojada (se refiere a las fotos que publica) (...) en la calle o también en mi familia —que son así re “¡tapate nena!”—, ¿sabés qué sería?! Me hubieran tocado como quinientas veces (risas), no sé, sería para quilombo! (se refiere a lío o conflicto). (Romina, entrevista personal, 13 de noviembre de 2009).

Cuando vivía en Carlos Paz fui a una escuela de danzas, hacía *pole dance*, hice como un año. Y bueno, colgué (en su cuenta de *Facebook*) esas fotos de una presentación de fin de año (...) Y bueno, daban para que los chicos me dijeran de todo, comentarios re zarpados (se refiere a comentarios osados). Si me los dicen a la cara me muerdo de vergüenza o en un boliche le das vuelta la cara, pero en el *face*, cuando empezaron a llegar los comentarios, me daba gracia ver qué ponían, fue gracioso (...) Qué sé yo... lo hubieras sentido distinto, como una agresión o no sé. Pero así, no pasa nada; es distinto que así cara a cara (...) y si un boludo (insulto) te puso algo muy feo, lo podés eliminar, no valía la pena. (Laura, entrevista personal, 28 de mayo de 2010).

En su testimonio, Laura recalca dos espacios distintos —*Facebook* y un boliche— en los que la mediación tecnológica imprime sus características de manera diferencial sobre las subjetividades. Una impronta es verificable cuando la mediación espacial anima a mostrarse —y/o mostrar el propio cuerpo— ampliando los marcos de interacción y permitiendo que sea la imagen de uno mismo, y no el cuerpo, el recurso que se pone-en-común en cada hecho comunicativo. Por su parte, el testimonio de Romina ilustra una subjetivación de estas tecnologías como territorio de experiencia de un cuerpo que se expone en forma desvergonzada. Aquí también el dispositivo de mostración opera en dirección a reemplazar al cuerpo en interacción co-presencial hacia la imagen de un cuerpo en diferido.

En estos casos, es la separación espacial y temporal de los cuerpos la que templá las reacciones ante los comentarios de los interlocutores. Vergüenza, ira, temor, ofensa, halago y alegría son algunas de los sentimientos que es posible experimentar ante los comentarios de aceptación, rechazo, elogio, o de insinuación sexual. Lo interesante es que estas entrevistadas remarcan que hay una experiencia distinta cuando la mediación tecnológica separa los cuerpos, difiere los tiempos de interlocución, y les permite gobernar sus propias reacciones ante los demás. En este sentido sostenemos que esta tecnología

subjetivada no regula solamente el modo en que comunicamos o expresamos emociones; sino que también modula las formas en que experimentamos las emociones mismas.<sup>8</sup>

También advertimos esa particular incidencia de la mediación tecnológica sobre la regulación de los sentimientos y las emociones si tomamos nuevamente en consideración al primer fragmento de entrevista ofrecido. Allí la posibilidad de estar *disponible a la vista* actualiza en la joven una fantasía de ser encontrada, ser vista, ser contactada por alguien que concitó su interés. Esa disposición de las subjetividades es condición de toda práctica de comunicación en tanto la interlocución exige el mutuo reconocimiento y la apertura a los efectos de la interacción. Si la comunicación es entendida como instancia constitutiva del sujeto al interior del espacio dialógico que funda toda práctica de interacción, ésta es también un momento de riesgo en tanto la exposición del sujeto implica —como posibilidad— sentimientos de frustración, temor y angustia ante la mirada del otro. En contraparte, este acto también conlleva al despliegue de acciones y dispositivos tendientes a aminorar los riesgos que implica todo acto comunicativo (Papalini, 2006).<sup>9</sup>

Al respecto podríamos decir que en las tecnologías subjetivadas del “Muéstrate a ti mismo” la mediación tecnológica también posibilita amortiguar los efectos inherentes al encuentro con el otro. En ese sentido, el imperativo de mostrarse a uno mismo por medio de estas tecnologías, no está interpelando a individuos desamparados frente a los riesgos que conlleva el acto comunicativo. Por el contrario, en la comunicación diferida (habilitada por la mediación de las TIC) reside la posibilidad de desplegar estrategias que tiendan a disminuir algunos efectos indeseados de esa exposición. Esta particularidad de las TIC permite que las consecuencias de cualquier puesta-en-común sean tolerables, gratas y/o previsibles. Por ejemplo, las confesiones autobiográficas, las expresiones en tiempo real de las emociones, y las mostraciones no pudorosa del cuerpo encuentran en las TIC modos seguros de hacer visibles a aquellos aspectos individuales que fueron reservados a la intimidad y a la esfera privada —divisiones identificables con el imaginario burgués moderno y europeo— sin que el sujeto concreto sufra ciertas consecuencias desagradables para él o ella, como las que pudiera expresarse en el rechazo y la reprimenda en otras situaciones comunicativas no mediadas tecnológicamente. Es en este sentido que decimos que estas tecnologías dotan al sujeto de ciertos mecanismos que tienden hacia una experiencia emocional complaciente o, al menos, le confieren ciertos recursos para mitigar las interacciones no satisfactorias. Tal es el caso de las prestaciones que permiten eliminar comentarios no deseados y/o contactos que se vuelven adversos tanto en los blogs como en las redes sociales.

## “Ser en la pantalla” y performatividad de género

Las diversas expresiones del “Muéstrate a ti mismo” en las que se pondera la vida privada se vuelven comprensibles también si se analiza desde una perspectiva de género. Pues lo que una chica expresa en su blog o en su sitio dentro de una red social son encarnaciones de las distintas formas de constituirse como un sí-mismo al interior de relaciones sociales que regulan lo decible, lo mostrable, lo comunicable por una mujer en el espacio público de la pantalla. En ese sentido, objetivan identidades asumidas y juegos de posiciones al interior de las relaciones de género.

<sup>8</sup> Esto mismo fue advertido por Judith Butler al referir a la *corporeización* de los efectos del poder en su lectura sobre la perspectiva de gobierno de Foucault al interior del psicoanálisis.

<sup>9</sup> Esta característica de la interacción comunicativa puede ser englobada en la frase “la comunicación como riesgo”. Esta expresión es de autoría de Vanina Papalini y es el nombre que toma la colección de libros publicados por Editorial Al Margen bajo su dirección.

El testimonio que ofrecemos a continuación nos muestra un estereotipo de mujer que aparece encarnado en las prácticas de una joven en relación al imperativo de mostración:

Esa es la foto que puse ahora (se refiere a la imagen que colocan en su “perfil del usuario”) (...) Ahora que lo tengo a él (se refiere a su bebé) saqué las otras que aparecía con una botella o haciendo poses (entiendo que refiere a poses sugerentes), haciéndome la loca (...) (¿por qué?) Es que lo tengo a él, soy madre, no da... (Mariana, entrevista personal, 06 de octubre de 2009).

Que una mujer joven elija su fotografía más sensual o prefiera cambiarla por aquella en la que se representa según algún estereotipo de mujer-madre, o que seleccione aquella imagen en que su cuerpo se ve más delgado, o que resalte alguna parte del mismo —de manera osada respecto a los cánones hegemónicos de comportamiento en público— y espere comentarios positivos que halaguen su iniciativa; evidencia cierta disposición de las propias prácticas respecto a algún ideal de lo que es ser mujer. Para el caso que nos interesa, diremos que se tratan de “Ideales del Yo” que se encarnan en los modos de “expresarse como mujer”, en las formas de “sentir como mujer” al interior de relaciones y de actos comunicativos concretos. Esas prácticas a las que aludimos refieren a una performatividad de género al interior de dispositivos regulatorios de los sujetos en estos nuevos entornos virtuales. En esa performatividad de género intervienen las tecnologías de manera no neutral, pues son dispositivos generizados que encaran las relaciones sociales en que se crean, circulan y son apropiados los aparatos técnicos.<sup>10</sup> En ese sentido, las mujeres que utilizan a estas tecnologías bajo el precepto de mostración lo hacen también al interior de ciertas relaciones e ideales de género inscriptos en el dispositivo. Tal es el caso de las opciones que proveen los blogs y redes sociales para crear un “perfil” de usuario. En éstos, la distinción hegemónica por sexo —hombre o mujer— es central en los perfiles de usuarios y en los motores de búsqueda.

Las tecnologías y también las prácticas de apropiación tecnológica son comprendidas como performativas de género; éstas últimas no son una mera mostración de las identidades de género asumidas sino que ellas mismas son hacedoras identitarias en tanto los actos de decir/hacer poseen efectos ilocucionarios (Butler, 1997/2004 ;1997/2001). Esa performatividad ocurre en relación con normas, ideales, sistemas de valores, y demás elementos que componen los dispositivos reguladores de género y que tampoco enuncian un único modelo o ideal unificado de persona y conductas.

Decimos entonces que los modos de subjetivación del “Muéstrate a ti mismo” son procesos *generizados*. Los dispositivos de poder de este precepto no solamente empujan al sujeto hacia estas prácticas de exposición, sino que también el modo en que las regulaciones del género han sido subjetivadas ciñen las posiciones, relaciones y las formas de constituirse como un sí-mismo ante la mirada de los demás. En este sentido, las posiciones de poder, las desigualdades, las formas de objetivar identidades asumidas, también son huellas del dispositivo género que orienta al complejo juego de relaciones que inauguran los blogs y redes sociales. Al respecto, sostenemos que debemos comprender a las subjetividades alterdirigidas que se materializan en estas tecnologías al interior de las relaciones de género que marcan a la propia experiencia de los sujetos y en relación con los dispositivos culturales que los ciñen. Pues el individuo que se muestra en la superficie de la pantalla emerge como sujeto generizado, dejándose interpelar por algún ideal regulador de lo que es ser sujeto; se ciñe a ciertas normas de

---

<sup>10</sup> Aquí podríamos utilizar la noción de “tecnologías de género” para referir a las TIC como dispositivos generizados. Aludimos a la idea que Teresa de Laureti propuso para nominar a los aparatos y dispositivos sociales que regulan al género. Véase de Teresa Laureti (1987). *Technologies of Gender: Essays on Theory, Film and Fiction*. Y para saber más sobre este tema en relación con las TIC véase una reseña de la temática en Adriana Gil-Juarez y Montse Vall-llovera (2009).

etiqueta, interacción, y exhibición al interior de relaciones e interacciones que ha aprendido, materializa en sus prácticas y discursos ciertas representaciones corporales hegemónicas y *corporeiza* emociones y sentimientos (Butler, 1997/2001; 1997/2004); y ello conforme a alguna identidad que elabora simbólicamente como propia en relación con las prescripciones del dispositivo *género*.

## Tecnologías del Yo y tecnología de poder

Siguiendo con nuestra argumentación, ahora nos interesa hacer visible que en la subjetivación de las TIC con arreglo a la mostración de uno mismo está implicada la auto-construcción de los sujetos. Así mismo, a la vez que las personas se apropian de estas tecnologías en dirección a obrar sobre sí mismas, a la vez que también se orienta a producir algún efecto sobre los demás.<sup>11</sup> Decimos que en este proceso se inauguran complejos juegos de gobierno tecnológicamente mediados, y en los que los sentimientos, las emociones, los cuerpos y expresiones autorreferenciales de distinta índole están orientados a la consecución de algún estado de bienestar con uno mismo y con otros sujetos. Por ello, las categorías *tecnologías de poder* y *tecnologías del Yo* propuestas por Michel Foucault (1988/1990) iluminan nuestro análisis en este apartado.

En este punto nos parece acertado aclarar que estamos utilizando el término *tecnología* no para referir restrictivamente a los aparatos tecnológicos sino para nombrar a:

Cualquier montaje estructurado por una racionalidad práctica gobernada por una meta más o menos consciente. Las tecnologías humanas son ensamblamientos híbridos de conocimientos, instrumentos, personas, sistemas de juicio, construcciones y espacios sustentados a nivel programático por ciertos presupuestos y objetivos respecto de los seres humanos. (...) Las tecnologías humanas producen y enmarcan a los seres humanos como un determinado tipo de ser cuya existencia es a la vez posibilitada y gobernada por su organización en un campo tecnológico (Rose, 1996/2003, p. 221).

Michel Foucault propuso distinguir cuatro tipos de tecnologías. Cada una de ellas representa a una matriz de la razón práctica. De éstas, nos ocuparemos brevemente de las *tecnologías de poder* y luego nos extenderemos sobre las llamadas *tecnologías del yo*.<sup>12</sup> Foucault considera que las *tecnologías de poder* son aquellas que determinan la conducta de los individuos, los someten a cierto tipo de fines o dominación, y consisten en una objetivación del sujeto (Foucault, 1988/1990). Esta categoría es significativa en nuestro análisis en tanto sostenemos que el imperativo “Muéstrate a ti mismo” promovido insistentemente por la industria mediática se encarna en dispositivos regulatorios cuyas tecnologías apuntan hacia la creación de subjetividades que realicen por sí mismas el ideal de mostración. La presión que ese imperativo ejerce sobre las personas —desde distintos dispositivos de la cultura hegemónica— tiende hacia la consecución de subjetividades capaces de adaptarse a las reglas de “estar a la vista”. Es decir, a subjetividades dotadas de cierta maleabilidad para responder al régimen de visibilidad que se propone.

<sup>11</sup> No intentamos captar aquí las formas en los que un aparente sujeto real modela un Yo virtual ante la pantalla. Pensar en subjetividades alterdirigidas impedirían esta separación clasificatoria entre el sujeto real y su yo virtual. Consideramos que, en todo caso, debemos pensar esa suerte de clasificación desde una genealogía de la subjetivación (Rose, 1996/2003) en la que se tome esta comprensión del sujeto como el lugar de un problema histórico donde pensar un “régimen de persona” específico, y no como la base de una narrativa histórica sobre el ser humano.

<sup>12</sup> Las otras dos tecnologías a las que refiere Foucault son las *tecnologías de la producción* y las *tecnologías de sistemas de signos*. Destaca que estas cuatro tecnologías casi nunca funcionan por separado, aunque cada una de ellas esté asociada a con algún tipo particular de dominación. Para mayor información al respecto véase Foucault, Michel (1988/1990).

En este sentido, las tecnologías 2.0 orientan a los sujetos a relacionarse mediante los códigos de visibilidad que requiere el dispositivo. Como lo expresa Paula Sibilia:

El mundo contemporáneo, así, sostenido sobre bases aparentemente ilusorias de la cultura del espectáculo y la visibilidad, ejerce una presión cotidiana sobre los cuerpos y las subjetividades para que éstos se proyecten según los nuevos códigos y reglas. Para que sean compatibles con los nuevos engranajes socioculturales, políticos y económicos (Sibilia, 2008, p. 279).

Es en este sentido que expone Sibilia que estas tecnologías pueden ser comprendidas como tecnologías de poder. Pues blogs y redes sociales se orientan por el principio de “Muéstrate a ti mismo”, y la *regla* es que el individuo realice el precepto bajo la norma de “lograrlo por su cuenta”. La adecuación del sujeto singular al régimen de visibilidad se realiza respondiendo al dictamen de hacerlo con su propio esfuerzo y mediante sus propios medios. La fuente del poder se vuelve invisible cuando las herramientas tecnológicas se ofrecen como amigables y susceptibles de ser manipuladas por el sujeto de libre albedrío.

Vemos, también que, una vez más, la individualización y la personalización son las bases sobre las que se sienta esta regla imperante en nuestra época (Beck y Beck-Gernsheim, 2002/2003). En ese *sistema de juicios* son las subjetividades exitosas las que logran estar a la vista de todos en forma permanente. En este sentido, los blogs personales y las redes sociales son ensambles programados que orientan la conducta hacia estos preceptos, reglas, juicios y valores, mediante sencillas aplicaciones fáciles de usar (emoticones, recursos visuales —videos, fotografías, animaciones—, etc.). De allí el éxito del que gozan en la actualidad, pues de manera sencilla posibilitan responder a ese sistema de juicios, a valores y a prescripciones que se ofrecen como ideales deseables en la cultura hegemónica de nuestro tiempo.

Por otra parte, estas tecnologías también pueden ser interpretadas como *tecnologías del Yo*, pues decimos que son aquellas que permiten a los individuos efectuar, por cuenta propia o con la ayuda de otros, cierto número de operaciones sobre su cuerpo y su alma, pensamientos, conductas, o cualquier forma de ser, obteniendo así una transformación de sí mismos con el fin de alcanzar cierto estado de felicidad, pureza, sabiduría o inmortalidad (Foucault, 1988/1990). Las tecnologías del Yo contemporáneas componen complejos entramados que tienden a la consecución de estados de bienestar idealizados, promovidos por los medios de comunicación y sus aristas cibernéticas. Este tipo de tecnologías hoy abarca a prácticas y artefactos tan diversos que van desde las cirugías estéticas hasta los psicofármacos y los programas de autoayuda, entre otros.

Los blogs personales y las redes sociales también son formas actuales de ese complejo entramado de tecnologías del Yo. Lo son en tanto están orientados a afirmar la propia subjetividad del autor con una serie de procedimientos fáciles, y lo hacen de manera efectiva. Dicho de otro modo, lo son en tanto la afirmación de la propia subjetividad encuentra en estos blogs y redes sociales un modo muy *fácil* y *efectivo* de realizarse; ya sea mediante la aprobación o elogio de la propia imagen o conducta, mediante acciones o comentarios para contener emocionalmente, o mediante insinuaciones amorosas, entre otras prácticas performáticas posibles de ser ejecutadas en estos sitios. Ya sea por el conjunto limitado de prestaciones de los blogs y redes sociales, como por ciertas apropiaciones que de ellas hacen los sujetos, es posible afirmar que estas tecnologías se orientan hacia una puesta-en-común que tiende hacia una mirada legitimadora que confirme a la propia subjetividad. Y, gracias a la comunicación instantánea, esto puede suceder en forma casi simultánea. Un ejemplo de ello es el sistema de comentarios breves o *posteos* que ofrece la posibilidad de sostener algún tipo de relación con intervenciones mínimas y mediante otras prácticas que se expresan casi siempre en forma afirmativa. La

fórmula para lograr relaciones agradables está a la visa y se muestra efectiva. Veamos a continuación un fragmento de entrevista que ilustra esas relaciones construidas mediante la mirada aprobatoria de aquello que se expone en la pantalla.

...Lo conocía de la escuela, lo había visto y siempre decía “qué lindo ese chico”. Entonces le pedí a un amigo que me pasara el blog. Y ahí me enamoré, éramos iguales. Vos le ves el blog y ves el mío (...) colgamos el mismo tipo de cosas, nos gusta lo mismo, mirale el perfil el *Facebook* y vas a ver. Bueno, ahora parece evidente, pero yo me enamoré al verlo tan así. (Florencia, entrevista personal, 17 de mayo de 2010).

En tanto estas tecnologías orientan a los procesos de subjetivación hacia la vista ajena, los sujetos o autores despliegan ciertas estrategias y prácticas tendientes a captar la mirada aprobatoria de esos que están allí como “visitas” o “amigos”. Por eso, el sostenimiento de estos espacios implica para su “dueño” o “autor” la *rutina* de generar eventos, actualizaciones e intervenciones que mantengan la dinámica del sitio y que logren ese estado de ventura que ofrece la mirada aprobatoria de los “contactos”.

A su vez, en tanto tecnologías del yo, exigen que cuerpos, espacios, prácticas, y diversas dimensiones de la vida cotidiana se integren y adapten con arreglo a las tecnologías del “Muéstrate a ti mismo”. Un caso paradigmático es la práctica de fotografiarse con teléfonos celulares en distintas situaciones para “subir las fotos al *Face*” (según versa un joven entrevistado). Así el sujeto despliega ciertas prácticas que modulan y registran las propias conductas, eventos o marcas biográficas, los cuerpos y pensamientos en dirección a la consecución de un estado de satisfacción. Podríamos afirmar que para el caso del gobierno sentimental, la búsqueda de ese estado de felicidad parece encontrar una fórmula exitosa en blogs y redes sociales dado que, por un lado, permiten mostrarnos a nosotros mismos en forma fácil y segura —recordemos la impronta de la mediación espacial—, por el otro, y como ya hemos argumentado más arriba, disminuyen el riesgo a experimentar situaciones dolorosas, frustrantes o desagradables que pudiera provocar la mirada o intervenciones de los demás.

Agregamos finalmente que, en estas tecnologías del yo, las operaciones de los sujetos sobre sí mismos no se dirigen a una dimensión meramente expresiva sobre la pantalla. Por el contrario, se extienden a modelizaciones corporales y estilos de conducta con el objetivo de lograr cierto estado de ventura como el que nos ofrece una etiqueta que versa “Me gusta”<sup>13</sup>. Estetización del cuerpo, estilización de formas de vida, expresión de las emociones, prácticas confesionales y el registro fotográfico frecuente son parte de esas operaciones de los sujetos sobre sí mismos que van coronadas por la mirada aprobatoria del otro. Y, como ya hemos visto, en el caso que algo pudiera obstaculizar ese estado ideal de confirmación de la propia subjetividad, entonces la tecnología ofrece eliminar cualquier factor desestabilizante, sin tener que asumir por ello grandes costos. En ese sentido, por ejemplo, en el gobierno sentimental, si el contacto con el otro causa frustración o angustia, es posible “eliminar el contacto” en un solo paso y, de este modo, operar en la consecución de ese estado deseado.

“... Nada, obvio que si te dejó un comentario, o te puso “Me gusta”, vos decís “Ay, entró a verme” y bueno, obvio que si el chico te gusta... nada, eso, estás contenta toda la semana (risas)” (Estefanía, entrevista personal, 21 de octubre de 2009).

<sup>13</sup> En el sitio web de *Facebook.com* (s/f) no existe la prestación que permite publicar un comentario predeterminado -llamado “etiqueta”- que exprese insatisfacción, disgusto o rechazo. Existe la posibilidad de “etiquetar” con una frase que expresa “Me gusta”, sin embargo, la opción “no me gusta” no existe dentro de las opciones que ofrece el sitio. Este simple ejemplo muestra con claridad que esta tecnología opera con orientación a la afirmación de las subjetividades.



“... Y cuando cortaron, Pablo colgó al tiempo fotos con una chica. Ella ya ahí se enteró que se había puesto de novio (...) lo eliminó de los contactos para no enterarse de nada, para no verlo y sufrir...”. (Bety, entrevista personal, 23 de octubre de 2009).

...Si lo tenés que cortar, es más fácil así. Hay cosas que si te las dicen por mail o chat, seguro te duelen menos y también si las tenés que decir vos, porque podés pensarlo (...) Igual si lo vas a re putear (insultar), después lo eliminás (Karina, entrevista personal, 30 de septiembre de 2009).

...En algún momento me iba enterar (si tenía novia de nuevo) porque iba a cambiar el estado civil, sabía que me iba a enterar por ahí. Y bueno, me comía la curiosidad, estaba pendiente (de saberlo) un día me apareció “Rafa a cambiado su estado civil”, y mis amigos “che, viste que parece que se puso de novio”; y bueno, yo es como que hubiera sabido que iba a ser así, por eso siempre miraba si me llegaba alguna notificación (Vanessa, entrevista personal, 08 de junio de 2010).

Estos fragmentos nos permiten ilustrar parte de los argumentos que hemos venido sosteniendo. Blogs y redes sociales, como tecnologías del Yo operan en el gobierno sentimental en el sentido de que amortiguan el riesgo a la frustración y al sufrimiento: ante situaciones de ansiedad permiten el contacto rápido y efectivo —en el sentido de que garantizan el canal de comunicación—; y cuando el sentimiento se vuelve adverso, es posible desconectarnos del otro con un simple “click”. En este sentido, el dispositivo en el que opera el ideal regulador del “Muéstrate a ti mismo” ciñe cuerpos, relaciones y subjetividades orientándolos según los códigos y reglas presentes en el diseño de las actuales “tecnologías de la presencia”. Estas tecnologías estarían materializando fórmulas sencillas y efectivas para un gobierno de los sentimientos pues se orientan a la consecución de cierto bienestar de los sujetos mediante la afirmación de la propia subjetividad, y también ofrecen morigerar ciertos potenciales factores de frustración y sufrimiento.

## Cierre: notas finales

---

Comenzamos este artículo haciendo una breve referencia a cierto pensamiento sobre las tecnologías que a lo largo de la historia de la modernidad las ha concebido como portadoras de progreso y como potenciales panaceas sociales. En relación con esa fe tecnológica o tecnoutopía, luego nos abocamos a reflexionar sobre los modos en que los actuales discursos sobre las TIC encarnan ideales y modelos específicos de vida y de sujetos en torno a esas tecnologías. En función de este recorrido, ahora quisiéramos agregar que la tecnoutopía contemporánea estaría orientada no solamente a promocionar a las TIC en la faz política y macro-social sino también a ponderar la incidencia positiva de las mismas sobre la esfera íntima y personal de los sujetos. Los relatos en torno a las TIC, además de actualizar las creencias en los potenciales beneficiosos de las tecnologías sobre el conjunto de las sociedades, también expanden sus bondades hacia las relaciones interpersonales y la esfera de la intimidad de los sujetos de manera cada vez más evidente. Como hemos visto, los diseños de aparatos tecnológicos y los discursos en torno a las TIC acentúan cierta orientación hacia la personalización e individualización de los consumos y, con ello, promocionan ideales de sujetos y de estilos de vida en los que la vida cotidiana y la intimidad se pone-en-común en la pantalla.

En este sentido es que afirmamos que la tecnoutopía contemporánea propone modelos regulatorios donde las tecnologías garantizan los recursos y mecanismos para que cada sujeto pueda operar ciertas “prácticas de sí” (Foucault 1988/1990) y lograr cierto estado deseado para consigo mismo y para con los

demás. Estamos entonces ante una exacerbación de las creencias en las capacidades de las tecnologías y en la autorregulación de los sujetos para alcanzar, de forma autónoma y en la esfera de las relaciones interpersonales, cierta complacencia y estado de armonía —parafraseando a Saint-Simon al referir a un modelo ideal de sociedad—. En la consecución de este estado, la comunicación tecnológicamente mediada se ha vuelto el lugar central para la gestión de los cuerpos, los sentimientos, las emociones, las subjetividades. En relación a ello hemos visto que en el imperativo del “Muéstrate a ti mismo” asociado a las TIC se condensa cierta tecnoutopía contemporánea que replica en el gobierno de las subjetividades desde los fueros de la comunicación.

También a lo largo del artículo destacamos que todo dispositivo regulatorio —y los distintos elementos que lo componen— opera en interacción con otras formas de gobierno y que deben ser observadas en dispositivos contextualizados y prácticas históricamente situadas. Al asumir esa heterogeneidad de las formas de gobierno desde una perspectiva de la “gubernamentalidad” (Foucault, 1978/1999), hemos analizado al imperativo del “Muestrate a ti mismo” al interior de las prácticas, relaciones y subjetividades de personas particulares, y también sus conexiones con otros dispositivos de gobierno. En ese sentido, a nivel de las tecnologías subjetivadas, aquí hemos referido a distintas estrategias que las personas se dan con arreglo a afirmar la propia subjetividad y/o a gestionar los propios sentimientos y emociones mediante procedimientos técnicos programados en blogs y redes sociales.

En este punto destacamos que esas exhaltaciones del sujeto que se narran en primera persona en la pantalla no son comprensibles aquí como un simple fenómeno de carácter individualista y narcisista tal como han propuesto algunas lecturas sobre la postmodernidad.<sup>14</sup> En cambio, en concordancia con otros autores (Arfuch, 2002/2007; Papalini, 2008; Rojas y Sternbach, 1997; Schnaith 1999), proponemos pensarlas en relación con las formas de gobierno que en la actualidad demandan al sujeto el empeño de autogestionar su propio estado de bienestar y satisfacción emocional y para ello, ofrecen tecnologías que —con mayor o menos evidencia— se orientan hacia esos fines. Consideramos que es insuficiente interpretar a esa exhaltación de la subjetividad en narraciones y representaciones autorreferenciales —entre las cuales incluimos a las tecnologías de la presencia como las que hemos visto en este artículo— como simples correlatos de los poderes encarnados tanto en las industrias culturales y como en sus aristas tecnológicas. Por el contrario, las comprendemos como “prácticas de sí” en las que es posible reconocer a esas tecnologías de la gubernamentalidad que orientan al sujeto de nuestro tiempo en el más acendrado brío por vivir en un mundo que lo interpela desde el imperativo de la conexión permanente y de la mostración de hasta los últimos resquicios de su existencia.

Siguiendo la tesis propuesta por Foucault es que hemos situado a ciertas “prácticas de sí” que se evidencian en estas tecnologías en el lugar de la interacción entre los dispositivos poder y la agencia de las personas; ello nos ha permitido comprender ciertos efectos del poder sobre las prácticas de nuestro interés. Este andamiage analítico nos ha posibilitado observar tanto la operatividad polimorfa del poder en formas específicas de gobierno de las personas como el carácter *refractario* de los procesos de subjetivación.

En relación con ello y en el plano de las subjetividades, también hemos considerado que el *género* es uno de los dispositivos regulatorios que debemos tener en cuenta. Pues toda mostración del sujeto en la pantalla es un acto performativo de género y pone en evidencia, tanto a las características particulares que la mediación tecnológica imprime sobre las construcciones de género, como a los ideales que operan en la performatividad del mismo y que marcan, por ende, las relaciones sociales en estos

<sup>14</sup> Destacamos aquí la referencia directa a la lectura sobre la posmodernidad que realiza Gilles Lipovetsky en *La era del vacío* (1986/1995), pero también se reconoce cierta lectura de la época que comparte Jean-François Lyotard en *La condición posmoderna. Informe sobre el saber* (1979/1997).

entornos informatizados. En ese sentido, observamos que en los casos analizados se expresaron ciertos “ideales de ser y de sentir como mujer” que evidencian la necesidad de comprender el imperativo del “Muéstrate a ti mismo” en relación con la performatividad de género. En este punto quisiéramos destacar que comprender esos procesos de mostración desde los dispositivos hegemónicos de género y en relación también con los potenciales de *agenciamiento* de las mujeres se vuelve un enclave analítico central desde donde observar la tensión entre sujeción y agencia en los procesos de subjetivación. Subrayamos entonces la provocación a indagar sobre las marcas de la ubicuidad y productividad del poder, pues atender a esa tensión en las formas de gobierno del “Muéstrate a ti mismo” quizás nos permita advertir algunas acciones parciales, situadas y en ejercicio del potencial de libertad inscriptas en lo que aquí hemos llamado *subjetividades alterdirigidas*. Precisamente, si aceptamos la ubicuidad del poder y el carácter refractario de la subjetivación, podemos sostener la sospecha sobre los márgenes de libertad y la posibilidad de transformación en los procesos de sujeción contemporáneos.

## Referencias

---

- Arfuch, Leonor (2002/2007). *El espacio autobiográfico. Dilemas de la subjetividad contemporánea*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Beck, Ulrich & Beck-Gernsheim, Elisabeth (2002/2003). *La individualización. El individualismo institucionalizado y sus consecuencias sociales políticas*. Barcelona: Paidós.
- Butler, Judith (1997/2004). *Lenguaje, poder e identidad*. Síntesis. Madrid, Síntesis.
- Butler, Judith (1997/2001). *Mecanismos psíquicos del poder*. Valencia: Cátedra.
- Cabrera, Daniel (2006). *Las nuevas tecnologías como creencias y esperanzas colectivas*. Buenos Aires: Editorial Biblos.
- Facebook.com (s/f). Extraído el 2 de marzo de 2012, de <http://www.facebook.com/>
- Fotolog.com (s/f). Consultado el 12 de febrero de 2012 en: <http://www.fotolog.com/>
- Foucault, Michel (1976/1992). *Historia de la Sexualidad. Volumen I. La Voluntad de Saber*. Madrid: Siglo Veintiuno.
- Foucault, Michel (1978/1999). *Estética, ética y hermenéutica*. Barcelona: Paidós.
- Foucault, Michel (1988/1990). *Tecnologías del yo*. Barcelona: Paidós.
- Gil-Juarez, Adriana & Vall-Ilovera, Montse (2009). *Género, TICs y videojuegos*. Barcelona: UOC Editorial.
- Heller, Agnes (1980/2004) *Teoría de los sentimientos*. México D.F.: Ediciones Coyoacán.
- Laureti, Teresa (1987). *Technologies of Gender: Essays on Theory, Film and Fiction*. Londres: Macmillan Press.
- Lipovetsky, Gilles (1986/1995). *La era del vacío*. Barcelona: Anagrama.
- Liotard, Jean-François (1979/1997). *La condición postmoderna. Informe sobre el saber*. Madrid: Cátedra.
- Mattelart, Armand (1997). Utopía y realidades del vínculo global. Para una crítica del tecnoglobalismo. *Diálogos de la Comunicación*, 50, 9-25.
- Papalini, Vanina (2006). *La comunicación como riesgo. Cuerpo y Subjetividad*. La Plata: Al Margen.
- Papalini, Vanina (2008). Sucedáneos de felicidad. En María Alejandra Minelli (Ed.), *Miradas. Cultura y subjetividad en la Argentina finisecular* (pp.19-40) Córdoba: Editorial Alción.
- Papalini, Vanina & Remondino, Georgina (2008). Cultura masiva y procesos de subjetivación contemporáneos. *Oficios Terrestres*, (21). Extraído el 2 de febrero de 2012, de [http://www.perio.unlp.edu.ar/oficios/documentos/pdfs/ofi\\_21/5-ensayos.pdf](http://www.perio.unlp.edu.ar/oficios/documentos/pdfs/ofi_21/5-ensayos.pdf)
- Rojas, María & Sternbach, Susana (1997). Entre dos siglos. Una lectura psicoanalítica de la posmodernidad. Buenos Aires: Lugar.

- Rose, Nikolas (1996/2003). Identidad, genealogía, historia. En Stuart Hall & Paul Du Gay (Comps.), *Cuestiones de identidad cultural* (pp. 214-249). Buenos Aires: Amorrortu.
- Sibilia, Paula (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Schnaith, Nelly (1999). *Las heridas de Narciso*. Buenos Aires: Catálogos.
- Wolton, Dominique (1997/2007). *Pensar la comunicación*. Buenos Aires: EDUNTREF y Prometeo Libros.



Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons](#).

Usted es libre de copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra bajo las siguientes condiciones:

**Reconocimiento:** Debe reconocer y citar al autor original.

**No comercial.** No puede utilizar esta obra para fines comerciales.

**Sin obras derivadas.** No se puede alterar, transformar, o generar una obra derivada a partir de esta obra.

[Resumen de licencia](#) - [Texto completo de la licencia](#)