

Las redes sociales: de medios de comunicación a espacios sociales¹

Alex R. Ojeda Copa²

Introducción

Las denominadas “redes sociales” han cobrado una inusitada relevancia en lo que va de la historia mundial del siglo XXI. Los usos más visibles se han dado en el terreno político. Tenemos casos tan elocuentes como el de la Primavera Árabe, el movimiento de los Indignados en España, *Occupy Wall Street* en Estados Unidos, y en terrenos más cercanos, el movimiento YoSoy132 en México, las protestas contra los 43 desaparecidos en Ayotzinapa y el movimiento estudiantil chileno que lucha contra la privatización de la educación. En todos estos casos las redes sociales han demostrado ser un elemento clave en la comunicación, organización y acción colectiva de los movimientos, dando lugar a la denominada “tecnopolítica” (Toret 2013; Gutierrez-Rubi 2014).

Suele pensarse, sin embargo, que este tipo de fenómenos suelen darse en lugares que están cerca de la denominada sociedad de la información (Castells 2001). Así, en países como el nuestro, los fenómenos sociales relacionados a las tecnologías de información y comunicación han sido escasamente estudiados. Pero esta percepción tiene un punto de quiebre. La notoriedad de las “redes sociales” en la opinión pública y en el debate académico empieza con el Referendo Constitucional de febrero de 2015. Los representantes principales de los dos bandos, que se formaron en la eventualidad electoral, atribuyen un rol decisivo a las redes sociales en los resultados logrados. Pero ¿está realmente nuestro país tan lejos de las llamadas sociedades de la información? y ¿realmente no había movimiento en las redes antes del referendo pasado?

Un problema relacionado con lo anterior tiene que ver con cómo entendemos las “redes sociales”. Como suele suceder con los tópicos más en boga y las prácticas que se vuelven habituales, la comprensión de las “redes sociales” se ha trivializado. Tanto en el debate público —al cual contribuyen los medios, los políticos y la población en general— como en el debate académico, se tiende a adoptar en general la idea de que las “redes sociales” son medios de comunicación, en ciertos sentidos estrechos de comunicación como veremos más adelante. Ante lo cual nos preguntamos ¿esta forma de definir las redes sociales es adecuada? ¿hace mérito a la naturaleza y las prácticas que se dan allí? La concepción que se tenga de las redes es muy importante, pues de ella depende las mis-

1 Escrito en marzo de 2016.

2 Licenciado en sociología y en ciencias jurídicas y políticas. Maestrante en Investigación en Ciencias Sociales. Docente de materias electivas relacionadas a la temática de tecnologías de información y sociedad en la Facultad de Ciencias Sociales (FACSO – UMSS). E-mail: alex.r.ojeda@gmail.com.

mas observaciones, interpretaciones y conclusiones que realicemos sobre las redes, como también la forma de regulación jurídica aplicable a ellas.

Otro problema, en parte consecuencia de lo anterior, es que se piensa que los fenómenos predominantes en las redes sociales son, en primer lugar, la información, y consiguientemente la evaluación dicotómica de la misma entre lo falso y lo verdadero. En segundo lugar, que son un lugar de ocio y entretenimiento, debido a que la juventud es la que más las utiliza. Y en tercer lugar, y de reciente percepción, lugar de lo político en el sentido tradicional de lucha partidista, electoral y “guerra sucia”. Pero, ¿son las redes sociales el reino de la desinformación, el ocio y la eventual política electoral?

El presente artículo pretende abordar estas interrogantes. El centro de la cuestión está en cómo conceptualizar adecuadamente las “redes sociales”. En primer lugar, antes de hablar de las redes sociales, veremos si vale la pena siquiera hablar de ellas en nuestro país, lo cual tiene que ver con la existencia de procesos de *informatización tecnológica y reticularización social*. Mostraremos algunos datos que nos permiten ver la importancia del Internet y las redes sociales en nuestro país y nos permiten evaluar en qué sentido y medida puede Bolivia considerarse como una sociedad de la información. En segundo lugar, conceptualizaremos las redes sociales desde un enfoque más sociológico que comunicacional, demostrando al mismo tiempo lo adecuado de esta operación en relación con los referentes empíricos. Así, las redes sociales no serán tratadas como medios que sirven, en el sentido de una racionalidad instrumental, para *decir* algo; sino más bien como espacios sociales que las personas *habitan*, con una racionalidad de corte más vital. En tercer lugar, mostraremos algunas modalidades generales de habitar las redes, con el fin de concretar algo más la idea de redes como espacios sociales e ir más allá de los conocidos usos de información, entretenimiento, y últimamente, política electoral que se dan en las redes sociales. En cuarto lugar, hablaremos de algunos casos concretos de formas de habitar las redes en nuestro país. Finalmente dedicaremos el último apartado a las consecuencias al nivel de la regulación jurídica que tiene nuestra conceptualización de red social como espacio social y no como medio de comunicación.

1. La sociedad de la información

1.1. El concepto de sociedad de la información

El concepto de sociedad de la información está ligada al concepto de la era de la información³, la cual es según Castells:

3 El término “información” no debe ser entendido en un sentido periodístico, como información objetiva sobre determinados hechos noticiosos, como tampoco en el sentido de información como representación “verdadera” de la realidad. El término información tiene aquí un sentido amplio e informático (computacional). La información es una representación codificada de cualquier objeto, pudiendo la representación y el objeto ser de cualquier calidad y cantidad. Esta información, gracias a las tecnologías de información, particularmente la computadora, es susceptible de ser procesada automáticamente con mayor potencia; como también, gracias a las tecnologías de comunicación, particularmente el Internet, de ser transmitida velozmente de un punto a cualquier otro en el mundo.

un periodo histórico caracterizado por una revolución tecnológica centrada en las tecnologías digitales de información y comunicación, concomitante, pero no causante, con la emergencia de una estructura social en red, en todos los ámbitos de la actividad humana, y con la interdependencia global de dicha actividad. Es un proceso de transformación multidimensional que es a la vez incluyente y excluyente en función de los valores e intereses dominantes en cada proceso, en cada país y en cada organización social (2013).

Aquí cabe distinguir dos procesos, para no caer en un determinismo tecnológico como tampoco en un determinismo social. Por un lado, existe una disrupción tecnológica que tiene su grado de influencia en los procesos sociales, tal como se dio con el desarrollo de la imprenta, la máquina de vapor y la corriente alterna, por nombrar algunos casos relevantes. Específicamente el proceso de penetración de las tecnologías de información y comunicación en los procesos sociales se denomina como “informacionalismo”, por oposición al “industrialismo” (Castells 2001: 34). Pero, por otro lado, existen a nivel global y local, como en todas las sociedades, procesos sociales diferenciados. La tecnología no opera en el vacío histórico. Lo que da como resultado experiencias desiguales.

Ahora bien, el concepto de “sociedad-red” está muy asociado a lo anterior:

Una sociedad-red es aquella cuya estructura social está compuesta de redes potenciadas por tecnologías de la información y comunicación basadas en la microelectrónica. Entiendo por estructura social aquellos acuerdos organizativos humanos en relación con la producción, el consumo, la reproducción, la experiencia y el poder, expresados mediante una codificación significativa codificada por la cultura. Una red es un conjunto de nodos interconectados. Un nodo es el punto de intersección de una curva. Una red no posee ningún centro, solo nodos. Los nodos pueden tener mayor o menor relevancia para el conjunto de la red: aumentan su importancia cuando absorben más información relevante y la procesan más eficientemente (2010: 27).

Si bien las redes no son un fenómeno nuevo, sino que se tratan de una parte fundamental de la vida humana, es en el presente periodo donde asumen una mayor densificación y donde se toma mayor conciencia de su existencia e importancia. Estas nuevas redes operan sin embargo a través ya no tanto del «espacio de los lugares» que implica la contigüidad territorial, sino a través del «espacio de los flujos» que implica desconexión territorial (Castells 2001: 489).

Así una sociedad de la información, desde nuestro análisis, cuenta esencialmente con fuertes procesos de informacionalización acompañados de una transformación en su estructura social, la cual se organizaría en función de redes densas que rompen las estrictas jerarquías organizativas y la lógica de los espacios contiguos. Es decir que una sociedad de la información se construye a través de procesos de informacionalización tecnológica y reticularización social.

1.2. Bolivia en la era de la información

Es de advertir que el concepto de “sociedad de la información”, e ideas relacionadas como “sociedad del conocimiento”, son utilizadas principalmente como conceptos normativos por parte de políticos, agencias de gobierno, educadores y agencias internacionales de desarrollo. Existe cierta ideología de progresismo, liberalismo, globalismo y tecnoutopismo asociada a todo ello. Pero en nuestro caso, se trata de determinar, de manera descriptiva, en qué situación específica nos encontramos como país ante estos procesos emergentes.

Un elemento fundamental en las sociedades de la información tiene que ver con la forma en que se producen valores económicos, se los distribuye y se los consume. Una economía informacional es aquella donde “la productividad y competitividad de las unidades o agentes de esta economía (ya sean empresas, regiones o naciones) dependen fundamentalmente de su capacidad para generar, procesar y aplicar con eficacia la información basada en el conocimiento” (Castells 2001: 112). Además de contar con intercambios económicos globalizados y en red. Bolivia, sin embargo, evidentemente no cuenta con una economía industrial, como tampoco con una informacional, aunque existen ciertos nodos informacionales en nuestro territorio como en el caso del mercado de software. Nuestro país se caracteriza principalmente por poseer una economía extractivista-exportadora, cierta agroindustria y producción agrícola tradicional, y un fuerte comercio informal.

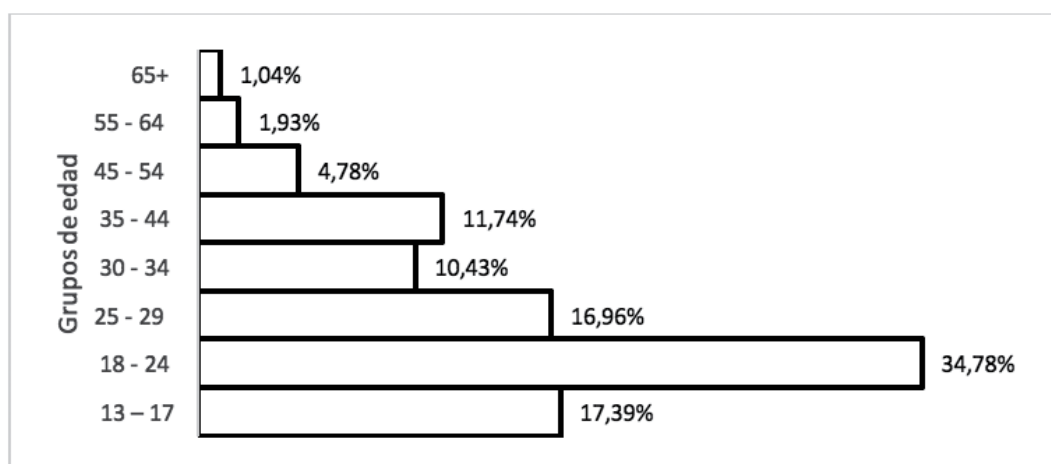
Pero si nos vamos por el lado de la sociedad civil encontramos crecientes procesos de informacionalización y reticularización. El censo del 2012 en nuestro país arroja los siguientes datos: el 23,26% de la población boliviana tiene computadora en su domicilios, mientras apenas el 9,45% tiene internet domiciliario (INE 2012: 22). Estos datos parecen debilitar nuestra tesis y alentar la hipótesis de algunos analistas de la comunicación que afirman que no existen procesos informacionales relevantes, debido a la poca penetración tecnológica. Sin embargo, realizamos dos observaciones al respecto. Primero, los datos del censo se han tomado ya hace casi cuatro años atrás; al ritmo de la vida contemporánea, muchas cosas ya han cambiado. Segundo, los datos no toman en cuenta otros tipos de acceso a Internet, vía cafés internet pero principalmente vía *smartphones*, siendo que esta última vía es una de las expandidas en nuestro medio.

El reporte oficial de la ATT (2015: 1) sobre el *Estado de situación del Internet en Bolivia*, a diciembre de 2014, señala que el acceso a Internet en el país llega al 47,5%; es decir que casi la mitad de la población tiene acceso a Internet. ¿Cuál es la vía de acceso más utilizada? El 96,38% accede vía conexiones móviles. Estos datos se emparejan con los de LAPOP (cit. en CIS 2015) que indican que el 40% de la población urbana y rural, mayor de 18 años usa internet frecuentemente. Estos datos que pueden atojarse pequeños, en realidad son significativos pues se encuentran cerca de la media latinoamericana que está al 56,6%⁴. Estos son unos indicadores básicos de la informacionalización de la sociedad civil en nuestro país.

4 Datos recabados de <http://www.internetworldstats.com/stats10.htm>, a diciembre de 2015.

Ya que existe una buena cantidad de cibernautas bolivianos, cabe preguntarse ¿qué hacen en Internet? Según el sitio especializado en tráfico web Alexa⁵, los tres sitios web más visitados son 1) Facebook, 2) Google y 3) YouTube. Esto se corrobora con los datos de la ATT (2015: 6) que informa que el mayor tráfico web en nuestra país se genera por el uso de Facebook con un 25,20%. De hecho existen alrededor de 4 millones de usuarios bolivianos en Facebook, donde el estrato de edad mayoritario es de 18 a 24 años con el 34,78%⁶. El resto de los grupos de edades se distribuyen de la siguiente forma:

Cuadro 1. Usuarios de Facebook en Bolivia por grupos de edad



Fuente: Elaboración propia en base a Owloo (2016).

Así, llegamos a la conclusión de que una gran parte de la población boliviana que tiene acceso a Internet se dedica principalmente a conectarse a las “redes sociales”, en este caso mayoritariamente a Facebook⁷. Queda determinar lo presuntamente obvio ¿qué es facebook? dicen que una “red social”... ¿qué realmente es una red social? ¿Es algo tan perjudicial como dicen ciertos sectores adultos de nuestra sociedad? ¿Es un “medio de comunicación” donde se difunde falsa información como dicen los políticos en posición de gobierno? ¿Es algo tan mundano y corriente como lo perciben la mayoría de jóvenes que lo utilizan?

2. Las redes sociales

2.1. Las redes sociales: de lo real a lo virtual

Se tiende a pensar que las “redes sociales” son un fenómeno del siglo XXI. Pensemos en Facebook que se funda el 2004 o Twitter el 2006 (boyd y Ellison 2007: 212). Pero no son para nada un fenómeno nuevo. Hemos vivido en redes sociales desde los albores de la humanidad y todos tenemos una idea intuitiva de qué son y cuál es su importancia.

5 <http://www.alexa.com/topsites/countries/BO>

6 <https://www.owloo.com/facebook-stats/countries/bolivia>

7 No creemos que se trate de un proceso extremadamente estratificado. No sólo existe participación de la clase media, blanca y urbana en las redes sociales. Esto puede comprobarse yendo un momento al terreno. Visitar las zonas populares y visitar el mismo Facebook donde pueden encontrarse muchas expresiones propias de aquellos escenarios.

Los filósofos políticos de la antigüedad y los filósofos del contrato social tuvieron una idea intuitiva de ello, sabían que había algo más que los individuos aislados: la polis y el cuerpo social. Los teóricos de la sociedad del siglo XIX y principios del siglo XX explicitaron más esta intuición, la especificaron y la sistematizaron. Por ejemplo Comte con su concepto de “estática social” como el conjunto de las “leyes de la interconexión social”; Tönnies con sus conceptos de comunidad y sociedad basado en los tipos de lazos que se establecen o Durkheim con sus conceptos de solidaridad mecánica y orgánica o densidad dinámica; Cooley con sus conceptos de relaciones primarias y secundarias. Pero el más prominente en esta época fue posiblemente Simmel, quien definía como sociedad a cualquier interacción de individuos y que abogaba por el estudio de las formas (patrones) de interacción para la sociología. Celebres son sus estudios sobre las triadas y círculos sociales (Cf. Freeman 2012: 19-24). Ya el concepto explícito y formal de “red social” ha sido trabajado desde la psicología con Jacob Levy Moreno y su propuesta sociométrica, la antropología con la escuela Manchester y su estudio de la estructura social y la sociología con la mucho más formalista y matematizada Escuela de Harvard de la década de 1970, a la cabeza de Harrison White (Cf. Freeman 2012).

Una red social, bajo aquella línea teórica y en un sentido amplio, es un conjunto de actores más el conjunto de relaciones o interacciones que existen entre ellos. Por ejemplo, pensemos en una familia donde los actores son los miembros de una familia (padres, hijos, etc.) y las relaciones se establecen por el tipo de parentesco; una empresa, donde existen empleados y relaciones de autoridad (¿quién manda a quién?); una comunidad rural, compuesta por comunarios y sus interacciones de apoyo mutuo; un grupo de amigos y las veces que intercambian mensajes; etc. Este concepto amplio de red social puede ser representado como un grafo⁸, donde los nodos son los actores y las aristas son las relaciones, pudiéndose de esta forma mapear en forma de red las múltiples relaciones e interacciones entre los actores. Las redes sociales son muy relevantes para cualquier actividad humana, pues en ellas se forman las pautas de relación e interacción entre las personas, sus roles, el flujo de información, la misma identidad individual y la acción colectiva. La familia, los grupos de pares, la escuela, la organización, el mercado de intercambio, los partidos políticos, los barrios, la ciudad, etc. son redes sociales con actores y relaciones específicas, que pueden mapearse y medirse en base a grafos.

Entonces ¿qué son Facebook, LinkedIn y Twitter? ¿Acaso no las llamamos “redes sociales”? Estas en realidad son empresas de servicios web que nos ofrecen la posibilidad y facilidad de establecer redes sociales e interactuar con ellas dentro de un entorno *online*. Una definición más precisa de este tipo de redes es la siguiente:

8 Un grafo es un objeto matemático abstracto que consiste en un conjunto de nodos y un conjunto de aristas que unen a esos nodos. En términos simples, los nodos son puntos y las aristas son líneas que unen esos puntos. Un grafo tiene una forma de red. A pesar de la sencillez del concepto inicial, este objeto es capaz de generar una infinidad y complejidad de formas de relaciones e interacciones y es susceptible de ser cuantificado. Pero la primera ventaja de este tipo de análisis es que nos permite rastrear de forma sistemática una gran cantidad de actores y sus interacciones, que de otro modo serían imposibles de representar.

servicios basados en la web que permiten a los individuos (1) construir un perfil público o semi-público dentro de un sistema delimitado, (2) articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, y (3) ver y atravesar su lista de conexiones y las hechas por otros dentro del sistema. La naturaleza y la nomenclatura de estas conexiones pueden variar de un sitio a otro (boyd y Ellison 2007: 211; traducción propia).

Así, un nombre más apropiado sería el de *redes sociales online, digitales o virtuales*, dependiendo del énfasis que se quiera dar en uno u otro aspecto. Pero además, debido a que se encuentran en Internet, cuentan con otras características que los diferencian de las redes sociales que se dan en los espacios físicos: 1) son entornos web interactivos, 2) acortan tiempos, 3) acortan espacios y 4) dejan huellas digitales. Todo lo cual tiene consecuencias peculiares para la misma interacción.

Un aspecto llamativo es que la misma forma en que Facebook administra los datos producidos en su plataforma se produce mediante una base de datos estructurada en grafos. La misma filosofía de funcionamiento de la plataforma se basa en un “grafo social”, que tiene tres elementos principales⁹:

Cuadro 2. Componentes del “grafo social” de Facebook

<i>Nodos</i>	Son “cosas” o elementos tales como un usuario, una foto, una página.
<i>Aristas</i>	Las conexiones entre esas “cosas”, tal como un “me gusta” a una página o a una publicación, ser amigo de alguien, compartir, o más recientemente alguna “reacción”.
<i>Campos</i>	Información sobre esas cosas o aristas, como ser los datos de un usuario o el nombre de una página.

Fuente: Elaboración propia en base a Facebook for Developers (2016).

Este modelo reticular se relaciona, hacia “abajo”, con la red de hiperenlaces de la Web y la arquitectura en red de Internet; y hacia “arriba” con las redes de los usuarios. Llamaremos a esta coincidencia en las formas de redes en distintos niveles de abstracción como el *isomorfismo de las capas tecnosociales* en las redes sociales *online*. Simplemente queremos mostrar que existe una forma de red similar en cada nivel. Recapitulando estas capas, de abajo hacia arriba: (1) la capa de Internet, (2) la capa Web, (3) la capa del grafo social, (4) la capa de red social. Otra forma de plantearlo es decir que las redes sociales de personas (4) se mueven dentro de la red informática de Facebook (3), que a su vez utiliza la red de hiperenlaces de la Web (2), y que a su vez utiliza la infraestructura mundial en red de Internet (4). Esto trae una mayor complejidad en los ensamblajes de las redes sociales, pero que dada su articulación reticular, puede ser aprehensible.

9 En base a la documentación del Graph API. Disponible en <https://developers.facebook.com/docs/graph-api/overview>.

2.2. Del decir. Las redes sociales *online* como medios de comunicación

Existe una conceptualización predominante de las redes sociales *online* como medios de comunicación¹⁰. La prensa, los políticos y varios académicos toman por natural esta idea. Hemos encontrado tres sentidos diferentes en la enunciación de las redes sociales como medios de comunicación, que dependen de la misma idea de comunicación que está en juego en cada caso. Hallamos ciertos problemas en estas tres conceptualizaciones¹¹.

Un primer sentido es la comunicación como transmisión de la información. De este modo si las redes sociales fueran medios de comunicación, se las entendería como instrumentos para transmitir información. Esta definición de por sí es muy útil, nos permite concentrarnos en algunos elementos funcionales de la comunicación, como los planteados por Shannon y Weaver¹² o el de Laswell¹³, que si bien se consideran superados, siguen siendo utilizados implícitamente en varios análisis comunicativos. Pensemos en los siguientes conceptos de análisis asociados a las redes sociales *online*: mensajes, contenido, publicación, memes, viralización, multidireccionalidad, etc. Conceptualizar de esta forma a las redes nos permite concentrarnos principalmente en las características del medio y los mecanismos de la transmisión de la información, pero no tanto así en los contenidos ni en los usuarios.

Un segundo sentido tiene que ver con la comunicación como comunicación de masas. Mucho del impulso de los estudios de comunicación se dio a raíz del surgimiento de la radio y la televisión a principios y mediados del siglo XX. Conceptos clave aquí son difusión, recepción, audiencias, efectos, etc. Aquí la información transmitida se reduce a información en el sentido de información noticiosa, entretenimiento y publicidad dirigida al gran público. Para conceptualizar las redes sociales *online* desde este punto de vista, primero se parte de la diferencia entre los medios masivos (*mass media*) y los nuevos medios más sociales (*social media*). Ciertamente existen diferencias, como ser que la comunicación ya no es unidireccional sino multidireccional, ya no es pasiva sino interactiva, ya no es exclusiva sino inclusiva, entre los principales. El problema es que no se abandona el paradigma de los *mass media* para entender los *social media* y se trata implícitamente a los usuarios de las redes sociales digitales como comunicadores legos que funcionan a partir de una racionalidad instrumental (usar los instrumentos para comunicar).

Un tercer sentido de medio de comunicación es uno aún más estrecho, como medios que informan y que tienen el deber de informar con veracidad. La prensa, la radio y la televisión tienen el deber de informar con veracidad a través de procedimientos sistemáticos, poseen un código de ética y un organismo ético interno; son profesionales de la

10 La comunicación, como el mismo concepto de cultura, puede ser definida de muchas formas. No utilizaremos las definiciones demasiado amplias como las de Mattelart y Luhmann, que conceptualizan la comunicación como cualquier intercambio social; o la comunicación como cualquier intercambio natural, tecnológico o cultural como la concibe la cibernética. Sobre un amplio abanico de teorías de la comunicación puede verse Aguado (2004).

11 Ciertamente existen teorías de la comunicación más apropiadas para el mundo digital, como el de Scolari (2008). Pero estas no están en juego en el actual debate público ni académico en nuestro país en torno a las redes sociales.

12 Estilizado en emisor, mensaje, receptor, canal y ruido.

13 (1) Quién dice (2) qué, en (3) qué canal, (4) a quién y con (5) qué efecto.

comunicación e información. Tratar a las redes sociales como medios de información, a la par de la prensa, la radio y la televisión, implicarían que los usuarios de las redes tengan la obligación de informar mediante procedimientos propios de los periodistas y de las agencias de información. No es que no puedan usarse de esa forma, de hecho existe el periodismo ciudadano, sino que no es ello lo que define la naturaleza, el propósito principal y menos las prácticas que en las redes sociales *online* acontecen. Este sentido en particular es utilizado por los políticos en posición de gobierno que tratan de censurar y regular jurídicamente las redes a nombre de “desinformación” o “falsedad”.

Para terminar, todos estos sentidos de comunicación implican más el *qué se dice* que el *qué se hace*. Privilegian los mensajes por sobre la acción.

2.3. Del habitar. Las redes sociales *online* como espacios sociales

Conceptualizar a las redes sociales *online* como medios de comunicación, en los tres sentidos particulares mencionados previamente, ciertamente es útil para conocer determinados aspectos, pero supone varios problemas para el entendimiento cabal de aquellas. Estaríamos dejando de lado el contenido social que se produce allí, tratando a los usuarios como comunicadores o periodistas incompetentes, o directamente anulando sus formas de vida desplegadas en las redes, además de privilegiar el mensaje por sobre la acción.

Proponemos aquí que en las redes más que *comunicación*, en los sentidos estrechos que hemos mencionado, existe *interacción*. ¿Cuáles son las diferencias? En primer lugar, el horizonte disciplinario. De la comunicación o el periodismo pasamos a la sociología, que posee un enorme aparato teórico y metodológico para comprender los fenómenos sociales que puede ser utilizado para estudiar las redes sociales *online*. Pensemos en la rica teoría de la acción en sociología, que pasa por los planteamientos de Weber, Simmel, el primer Parsons, Goffman, Habermas, entre otros. El mundo de las redes sociales *online* podría abrirse mucho más si trabajáramos en este sentido. En segundo lugar, la interacción es más amplia que la comunicación, por medio de la interacción se pueden formar mercados, partidos políticos, guerras, acción colectiva, etc. En tercer lugar, la interacción le hace mérito al concepto general de red social como conjunto de actores y sus interacciones. Y en cuarto lugar le hace mérito a lo que anteriormente denominamos como isomorfismo de las capas tecnosociales.

Pero la interacción no se da en el aire y tampoco es un procedimiento puramente racional-instrumental. Se da en un espacio digital embebido en combinados espacios físicos. Debemos recordar que las interacciones que se dan en las redes sociales *online* no son propiamente interacciones cara a cara, sino interacciones mediadas, en este caso mediadas por la computadora, el *smartphone* u otras pantallas. Se podría pensar que debido a esto las interacciones son forzadas y “anti naturales”, pero esta forma de pensar obvia la historicidad de las sociabilidades. Más aún, dado el poder de la computadora de representar los sentidos físicos a través de texto, imagen, video, audio, esto es, lo multimedial acompañado de interactividad, junto con el mismo proceso de digitalización de nuestra cultura, el espacio digital se hace más familiar y las interacciones a pesar de todo fluyen. Y no simplemente unas interacciones superfluas. Las interacciones cara a cara normalmente

producen relaciones primarias, mientras las interacciones mediadas producen relaciones secundarias. Las redes sociales *online*, a pesar de ser un contexto mediado, producen o mantiene relaciones primarias. Las mismas redes sociales locales que se dan en el espacio físico pueden trasladarse al espacio virtual, además de ampliarse o fragmentarse debido a la naturaleza del medio. A partir de todos los elementos señalados el *habitar* es posible.

Así, más que “medios de comunicación” las redes sociales *online* son *espacios sociales*; más que periódicos interactivos y accesibles son plazas públicas y calles, y en ocasiones salas privadas. No simplemente se trata de *decir* cosas en las redes sociales *online*, sino de *habitarlas*, como otro espacio social disponible: una nueva ciudad virtual donde las distancias y tiempos se combinan y acortan.

3. Habitar Facebook

Dado que la red social *online* más usada en nuestro país, por mucho, es Facebook, nos concentraremos en esta plataforma.

Existe la imagen de que “feisbukear” se trata sólo de “compartir mensajes”, principalmente en forma de memes graciosos y satíricos, que luego se vuelven virales. Pero en realidad existen una gran cantidad de procesos sociales que se dan allí, debido a que, como definimos antes, se trata de un espacio social. Veamos algunas formas de habitar Facebook. No será de ningún modo una lista exhaustiva, pero son algunas de las interacciones que nos tocó presenciar de cerca en nuestro recorrido diario en las redes. Las presentaremos en forma de metáforas espaciales, con el objetivo de lograr acercarnos un poco más a los fenómenos sociales que suceden allí y motivar su estudio.

3.1. El escaparate

Las redes permiten presentarnos ante los demás de manera consciente y previamente planificada, proyectando una imagen más destilada de nosotros. Complaciendo además las necesidades sociales de atención, la búsqueda de identidad y la aceptación. De allí el uso intensivo de las *selfies*. Coincidentemente, el espacio personal que nos brinda Facebook, llamado antes “muro”, ahora se llama biografía. El objetivo es que recoja cronológicamente momentos de la vida de las personas: fechas importantes, eventos, fiestas, viajes, paseos, cumpleaños, etc. Y como toda memoria de la historia, ésta suele ser selectiva.

3.2. La sala de estar

Las redes sociales permiten estar en contacto con personas de interés, ya sea por relaciones de amistad o familiaridad. Esto a través de los perfiles que creamos y utilizando la función de “amistad” en Facebook. De hecho, como red social *online*, debería representar una red aproximada de las relaciones en el mundo real del usuario.

El grupo de pares, que es tan influyente en el desarrollo de cualquier persona, también está presente en los contactos de Facebook. Pero además, esto suele ampliarse al conocimiento de nuevas personas: los “conocidos virtuales”. Dos extremos de estas ten-

dencias son contar sólo con las personas que conoces bien físicamente o conectarte con la mayor cantidad de personas, aunque sean totales desconocidos. Si no importará tanto la persona sino la temática, es decir que se quiere establecer afinidades temáticas en vez de personales, se utilizan más la función de “grupos” en Facebook. Existe una gran cantidad de grupos dedicados a diversos temas que suelen ser bastante activos.

Existen también usos románticos en las redes sociales *online*. Tanto los mismos momentos del cortejo como el rompimiento, muchas veces por cuestiones mismas relacionadas a interactuar con otras personas en la red, fuera de la diada romántica. Ya en la relación de pareja, las redes permiten un contacto más continuo y a distancia, que puede ser usado con fines de comunicación positiva o como “control”.

3.3. El parque

El entretenimiento es ciertamente un aspecto central en las redes. Existe una gran cantidad de páginas y grupos que se dedican exclusivamente a crear y compartir imágenes y vídeos humorísticos y satíricos, los cuales suelen ser muy populares y virales. Música, películas, series, videojuegos, la industria del entretenimiento también circula por las redes; pero además las producciones independientes también tienen una gran circulación. Las ocurrencias están a la orden del día y todos pueden participar, creando, comentando o compartiendo.

3.4. La tribuna

En las redes también están presentes los medios de comunicación tradicional (televisión, radio y prensa) con la intención de transmitir noticias u otros contenidos periodísticos. Así, las personas pueden informarse a través de estos profesionales. Pero además, en las redes existe la posibilidad de réplica constante, por lo que muchas personas impugnan a los mismos medios, dan sus opiniones sobre la noticia presentada o debaten la noticia.

Dado que una red tiene mayor cantidad de ojos para presenciar las cosas que una agencia de noticias, muchos usuarios de las redes informan sobre los hechos que pasan a su alrededor. Esta información suele ser valiosa, pero debe tenerse presente que no pasa por los filtros de los profesionales de la información. En muchos casos son informaciones distorsionadas con el afán de «shockear» o bajo otras intenciones. Pero esto no se debe exagerar, la posibilidad de encontrar información falsa en la red es similar a la que encontramos a diario en la vida física; lo que pasa es que no solemos estar muy conscientes de lo último y solemos creer fácilmente en la información que proviene de nuestros círculos más cercanos.

3.5. La escuela

Muchas escuelas y profesores ya utilizan las redes para que sus estudiantes interactúen en torno a los contenidos de la materia. Se crean grupos de estudio y se comparte una gran cantidad de material educativo en forma de enlaces, principalmente libros digitales. Incluso

se dan cursos *online* cuidadosamente planificados dentro de Facebook. Las relaciones entre compañeros también se trasladan allí, y con ellas la experiencia informal de la escuela.

3.6. La asamblea

Dado que las redes sociales tienden a ser un espacio público, existe una gran cantidad de circulación de temas de interés general, que por ser tales afectan a una gran cantidad de personas. Así, estos temas se vuelven en temas políticos, y se suelen debatir de forma expresiva. Además, las redes han demostrado ser un mecanismo de coordinación de acciones socio-políticas de los ciudadanos, como en el caso de la Primavera Árabe, el movimiento de los indignados en España y las protestas de Ayotzinapa. Como también de retroalimentación de opiniones e ideologías. Todo esto va más allá del uso político tradicional de los medios, como herramientas de campaña y propaganda.

3.7. El mercado

Muchas empresas, grandes y pequeñas, promocionan sus productos y servicios en las redes. De allí que al navegar en las redes nos encontremos constantemente con publicidad. Es tan fuerte que ha aparecido toda una disciplina encargada de ello: el marketing digital. Los colegas de trabajo también coordinan sus actividades en las redes, mediante la creación de grupos o chats para coordinar sus actividades laborales. Existen además grupos dedicados a ser mercados de trabajo, como también grupos dedicados a vender y comprar objetos de segunda mano.

3.8. El callejón oscuro

Pero no todo tiene un aspecto positivo o neutral en las redes. Como en las mismas calles de una ciudad, en las redes se producen una variedad de crímenes y violencia: acoso, *bullying*, expresiones difamatorias, discurso de odio, estafa, etc. Algunos delincuentes también operan allí, buscando establecer relaciones con menores de edad o captarlas para sus redes de trata y tráfico. También existen personas y programas automatizados que buscan robar cuentas e información personal. Todo esto es lo que viene conceptualizándose como «violencia digital» (Rojas y Rojas 2013).

4. Bolivia habita Facebook

A continuación, mostramos casos concretos del uso de las redes sociales *online* por la población boliviana.

4.1. Activismo: #MachistasFueraDeLasListas y #MejorInternetYa

Se han estado dando una gran cantidad de “movidas ciberactivistas” en nuestro país, que consisten en la promoción de una causa por parte de ciudadanos que se mueven en el espacio digital y físico. Así tenemos un variado conjunto de temas que se están promo-

viendo en Bolivia: temas medioambientales, culturales, cívicos, de transporte, feminismo, animalismo, tecnológicos, etc. (La Pública 2014^a, 2014b). Dos movidas importantes fueron la de #MachistasFueraDeLasListas y #MejorInternetYa. La primera, se dio el año 2014 a raíz de declaraciones y acciones consideradas machistas de varios candidatos políticos de entonces. La segunda, una movida más sostenida, busca que las autoridades estatales y las empresas brinden un mejor servicio de Internet en nuestro país.

4.2. Protestas: Marcha contra la “televisión basura”

Una gran protesta coordinada en las redes sucedió con la denominada “marcha contra la televisión basura” (El Deber 2015). Esta marcha surgió a raíz del cambio de horario de la serie Los Simpsons y su remplazo por Calle 7 que se dio a principios del año 2015. La movilización fue enorme tanto en las redes sociales *online*, con la creación y viralización de memes y adhesión de seguidores, como en las calles, donde se utilizaron disfraces y consignas de la jerga simpsoniana. El evento se dio en las tres ciudades del eje troncal. Un hecho sin precedente que ilustra el concepto de “multitud relámpago” (*flashmob*) (cf. Rheingold 2002).

4.3. Educación: Un curso online de la UAGRM

A finales del año 2013 se dio un curso *online* titulado “Evernote, un recurso indiscutible en la enseñanza”, una iniciativa de la Facultad de Humanidades de la Universidad Autónoma Gabriel Rene Moreno de Santa Cruz. Este curso se impartió vía Facebook, usando un grupo y los chats colectivos. Fue una experiencia donde participaron además de bolivianos de varios departamentos, personas de otros países latinoamericanos y de España¹⁴.

4.4. Comercio: El Barrio Chino, la Feria 16 de Julio y Los Cachis se vuelven virtuales

De entre los grupos más grandes y activos en nuestro país, los grupos de compra y venta de objetos de segunda mano son los principales. Grupos como “Barrio Chino Cochabamba”, “Feria 16 de Julio El Alto” o “Los Cachis Santa Cruz”, tienen ese objetivo. Una forma de intercambio económico sin intermediarios; sería al equivalente de quedarse parado y ofertar un objeto en los estrechos callejones del Barrio Chino real. Además, algo que llama la atención, y que precisamente demuestra la calidad de “calle virtual” de las redes, es que en estos grupos se hablan de temas diversos: noticias de coyuntura, política, juegos ocasionales, bromas, chismes, encuentros, etc.

4.5. Política: El referendo constitucional del 2016

Posiblemente el uso más denotado de las redes sociales últimamente se haya dado alrededor del Referendo que vivió nuestro país el pasado febrero. El triunfo del No es considerado por los dos bandos como en gran parte resultado de la “campaña” en las

14 El grupo del curso está en la siguiente dirección: <https://www.facebook.com/groups/moocevernote/>.

redes sociales, y algún funcionario estatal va más allá y habla de una “memetización de la política” (Exeni 2016). Ciertamente han sido un espacio de disputa política en el sentido tradicional de “campaña” y de cierta “guerra sucia”, pero también de encuentro, expresión creativa e irreverente, información y debate ciudadano, a falta de otros espacios mediáticos tradicionales copados con posturas rígidas. Particularmente los jóvenes y las mismas páginas de humor boliviano, que están entre las más populares, tuvieron una participación muy activa.

5. La regulación de las redes sociales *online*

Tras la derrota electoral del referendo, el partido de gobierno ha dado a conocer su fuerte intención de regular jurídicamente las redes sociales. En primer lugar debemos aclarar que las redes sociales *online* no son un espacio anómico, como a veces se quiere proyectar desde los gobiernos. Facebook como empresa privada que ofrece este espacio virtual tiene un conjunto de normas para regular el comportamiento de los usuarios, llamado “normas comunitarias”.¹⁵ A partir de ella se pueden denunciar casos de amenazas, autolesiones, organizaciones peligrosas, explotación y violencia sexual, desnudos, violencia gráfica, entre otros, como también cuentas falsas y robo de identidad. Facebook evalúa las denuncias e impone varias sanciones, incluyendo la eliminación de la publicación específica y de las mismas cuentas. Otra forma de regulación es el mismo control social que ejercen los propios usuarios, que vienen cargados de distintas normatividades sociales.

También, existen las normas en materia penal de un país que pueden ser extendidas a estos espacios. De hecho en otros países se aplican de esta forma, se hace extensión de lo estipulado para el mundo físico hacia el mundo “virtual”. Una legislación penal específica puede ser necesaria en el caso de los delitos evidentemente vinculados a las redes sociales *online*. Pero el temor, entre muchos asiduos usuarios de las redes —fundado en experiencias previas por cierto— es que una norma específica sea creada principalmente con un motivo partidista de control de las opiniones ciudadanas y persecución de los rivales políticos.

Para regular un ámbito específico se necesita comprenderlo previamente. Así, no podemos regular a una escuela con las reglas de una cárcel. Las redes sociales *online* no deben ser reguladas como “medios de comunicación”; no están a la par de la televisión, la radio y la prensa; y no tienen los mismos deberes que éstos. Es un espacio donde lo espontáneo, impreciso y contradictorio de la vida misma debe preservarse, imponiendo regulaciones jurídicas sólo para casos extremos.

Conclusión

En nuestro país existen crecientes procesos de informacionalización y reticularización en la sociedad civil. En ello las redes sociales *online* son las protagonistas. Estas no deben ser conceptualizadas como medios de comunicación en sentido estrecho. Proceder

15 Pueden verse aquí: <https://es-la.facebook.com/communitystandards>.

así llevaría a pensar las redes sociales *online* son instrumentos de comunicación, lo que suele llevar a pensarlos como medio de comunicación de masas y luego como medio que informa para llegar al extremo de medio que debe dar “información verídica”. Las redes sociales *online* deben ser pensadas más bien como espacios sociales, donde habitamos e interactuamos, en buena parte como lo hacemos en la vida diaria.

Como se ha mostrado a lo largo del artículo, existe una gran variedad de formas de habitar las redes sociales *online*. No se trata sólo de “decir cosas” en ellas, y que estas cosas sean evaluadas como “falsas” o “verdaderas” desde algún supercentro de poder, más bien se las asume como auténticos espacios donde se proyectan nuestras formas de vida. Son espacios que habitamos con nuestras identidades, agencias, normas, valores, fines, y sus interacciones. Se trasladan algunos fenómenos, otros se potencian o debilitan, y se crean otros semi-nuevos.

Al plantear que las redes sociales son más espacios sociales que medios de comunicación queremos comprender de forma más amplia los procesos sociales que se dan allí. Ésta es una visión más orgánica de las redes. Si procedemos de esta manera, estamos habilitados a usar todo el aparato conceptual y metodológico de la sociología para el estudio de las redes sociales *online*. Lo que nos amplía el horizonte de comprensión de este tiempo.

Bibliografía

ATT (2015). *Estado de situación del Internet en Bolivia*. La Paz: ATT. Disponible en: <https://www.att.gob.bo/content/situacion-del-internet-en-bolivia> (Acceso: 01/03/2016)

Aguado, Juan Miguel (2004). *Introducción a las teorías de la comunicación y la información*. Murcia: Universidad de Murcia

ABI (2016). “Ministra de Comunicación anuncia debate sobre regulación de redes sociales” (2-03-2016). Disponible en: <http://www3.abi.bo/abi/?i=344847> (Acceso: 01/03/2016)

boyd, danah; Ellison, Nicole (2007). “Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship”. *Journal of Computer-Mediated Communication* 13(1): 210–230.

Castells, Manuel (2001). *La era de la información, vol. 1. La sociedad red*. Madrid: Alianza.

Castells, Manuel (2010). “Informacionalismo, redes y sociedad red: Una propuesta teórica”. En: *La sociedad red. Una visión global*.

Castells, Manuel (2013). “La era de la información es nuestra era”. En *Baronti.Net*. Disponible en: <http://baronti.net/textos/266-manuel-castells-la-era-de-la-informaci%C3%B3n-es-nuestra-era.html> (Acceso: 01/03/2016)

CIS (Centro de Investigación Social de la Vicepresidencia) (2015). *Principales indicadores TIC en Bolivia*. Disponible en: <http://www.cis.gob.bo/wp-content/uploads/2015/08/Indicadores-TIC-Bolivia-versi%C3%B3n-light.pdf> (Acceso: 01/03/2016)

El Deber (2015). “Santa Cruz, Cochabamba y La Paz marcharon ‘por los Simp-

son” (6-02-2015). Disponible en: <http://www.eldeber.com.bo/escenas/cientos-marcharon-apoyando-simpson.html> (Acceso: 01/03/2016)

Exeni, José Luis (2016). “‘Memetización’ de la política”. En: *Animal Politico. La Razon* (7-03-2016). Disponible en: http://www.la-razon.com/suplementos/animal_politico/Memetizacion-politica_0_2448355156.html (Acceso: 01/03/2016)

Facebook for Developers (2016). *Graph API Overview*. Disponible en: <https://developers.facebook.com/docs/graph-api/overview> (Acceso: 01/03/2016)

Freeman, Linton (2012). *El desarrollo del Análisis de Redes Sociales. Un estudio de sociología de la ciencia*. Bloomington, IN: Palibrio.

Gutiérrez-Rubí, Antoni (2014). *Tecnopolítica*. España: Grafiko.

INE (2012). *Bolivia. Características de población y vivienda Censo Nacional de Población y Vivienda 2012*. La Paz: INE.

La Pública (2014a). “Un año de ciberactivismo”. Disponible en: <https://storify.com/LaPublicaBO/anuario-de-ciberactivismo-bolivia-2014> (Acceso: 01/03/2016)

La Pública (2014b). “Reportaje Mensual: Ciberactivismo”. <http://www.lapublica.org.bo/reportaje-mensual/ciberactivismo> (Acceso: 01/03/2016)

Owloo (2016). *Análisis demográfico de Bolivia en Facebook*. Disponible en: <https://www.owloo.com/facebook-stats/countries/bolivia> (Acceso: 01/03/2016)

Rheingold, Howard (2002). *Smart Mobs: The Next Social Revolution*. Basic Books.

Rojas, Maria Cristina; Rojas, Eduardo (2013). *Por un abordaje trasndisciplinario de las violencias con enfoque de género en la sociedad de la información boliviana*. La Paz: Fundación Redes.

Scolari, Carlos (2008). *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.

Toret, Javier (2013). *Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.