Representaciones de Facebook: nomenclaturas de vida ante la ley, la amistad y la muerte

Rodrigo Iván Liceaga Mendoza

Facebook, denominada sin más como "red social", cuenta con el mayor número de miembros a nivel mundial. A pesar de tal mérito, esta plataforma parece no haber sido objeto de una reflexión comprometida con respecto a su inscripción en el entramado gubernamental y corporativo. Menos aún se ha abordado su propia práctica gubernamental y dinámica de sanción y, corroboración de existencia y realidad que, como tercero y referente, ha comenzado a ocupar y con respecto a la cual parece implantarse con creciente fuerza. El presente trabajo busca, en primera instancia, afirmar la complejidad de la plataforma y su imposible reducción al entretenimiento y la comunicación; y en segundo lugar, discutir y proponer los elementos básicos de su propia práctica gubernamental, enfatizando la importancia de la representación que realiza de sus usuarios en consonancia con la representación política en las democracias liberales. Para lograr dichos objetivos, se definen las *nomenclaturas de vida* que ejerce Facebook en el ámbito jurídico, en el ámbito de la amistad y en el ámbito de la muerte. *Palabras clave: Representación, redes sociales, corporación, co-existencia, derecho, muerte, Facebook.*

Abstract: Facebook's representations: Nomenclatures of life in the eyes of the law, friendship and death. As is the case for many other websites, Facebook has simply been defined as a "social network". However,, this platform reveals itself as the most popular and populated worldwide. In spite of this, however, neither the place that this platform occupies within the governmental and corporative space nor its own governmental dynamics and capacity to increasingly sanctions and acknowledges existence and reality – as a third person – seem to have been questioned. This paper intends, on the one hand, to assert the complexity of the platform and to neglect the assumption of its practice mainly as entertainment and communication and on the other, it intends to discuss and propose the basic elements that constitute its own governmental practice, highlighting the representation it employs over its users in relation with political representation in liberal democracies. In order to achieve these goals, it describes the life nomenclatures that Facebook employs in a juridical aspect, in friendship and in death. Keywords: Representation, social networks, corporation, co-existence, rights, death.

* Licenciado en Relaciones Internacionales por la Universidad Nacional Autónoma de México y maestro en Comunicación y Política por la Universidad Autónoma Metropolitana. Ha participado en proyectos de investigación y ha impartido diversas conferencias sobre el pensamiento hegemónico de los Estados Unidos, principalmente desde una crítica filosófica guiada por el pensamiento de Giorgio Agamben y apoyada en diversos recursos del psicoanálisis (ivanliceaga@riseup.net)

Se autoriza la copia, distribución y comunicación pública de la obra, reconociendo la autoría, sin fines comerciales y sin autorización para alterar, transformar o generar una obra derivada. Bajo licencia creative commons 2.5 México
http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/mx/

Facebook ha gozado de la predilección de los usuarios de "redes sociales" al concentrar diversas posibilidades para establecer contacto, mantener y crear vínculos con otros, y hacer uso de diversos recursos para la interacción. Es un espacio de renovación constante de contenidos y en el cual el usuario puede modelar algunos aspectos de su apariencia como sujeto. La plataforma, por tanto, ha destacado como herramienta tecnológica capaz de acelerar las transacciones y los recursos a disposición, facilitando el intercambio de mensajes de texto, comentarios, noticias, videos, audios, fotografías e información personal, que van desde los datos más elementales hasta la publicidad de estados de ánimo e interacciones sentimentales y sexuales, junto con la oportunidad de conformar grupos a partir de intereses comunes.

Uno de sus aspectos más llamativos es que permite cierto control sobre la construcción del "perfil", de la identidad del individuo y la información que provee, así como de la impresión que genera en determinadas audiencias: una performatividad de la persona en línea y la posibilidad de trastocar perspectivas sobre sí mismo en los demás, lo que conlleva efectos fuera de la plataforma (Grimmelmann, 2008; Zhao, Grasmuck & Martin, 2008).

Como señala Javier Serrano-Puche, "completar de un modo u otro esta información es un modo claro de expresión controlada del usuario: será él quien decida qué datos proporciona al resto de usuarios", lo que es caracterizado por el mismo autor —desde la perspectiva de Erving Goffman y el interaccionismo simbólico— como un ejercicio en el que "el individuo escoge una máscara que se ajuste al contexto de la interacción y a las impresiones que quiere causar en los demás", con la particularidad de que, a diferencia de las relaciones *offline*, "en línea se puede realizar con mayor facilidad y rapidez" (Serrano-Puche, 2012: 4-6). De igual manera, la apariencia y conducta de los "amigos" puede influir sobre la imagen que los demás tienen de nosotros, por lo que la elección de qué amigos mantener en la red también se relaciona con la construcción de la imagen de uno mismo (Walther *et al*., 2008).

Además, la interacción en la plataforma permite, en ocasiones, hacer nuevos amigos y profundizar la relación con algunos de los que ya se tenían (Grimmelmann, 2008: 1154). Sin olvidar también, que ha colaborado a mantener en contacto y acercar a aquellos que están lejos por razones socio-económicas y políticas[1] y por razones de falta de interacción cotidiana —a pesar de que las distancias no sean tan significativas (como en el caso se excompañeros de escuela, trabajo, etc.), salvando las distancias físicas dentro de la plataforma—. Incluso, se ha llegado a notar la capacidad para fomentar los lazos comunitarios y el desarrollo de capital social a partir de la conformación de grupos en línea, aunque con base en comunidades preexistentes,[2] y la posibilidad de ayudar a trastocar modelos de enseñanza tradicionales.[3]

Ahora bien, a pesar de las oportunidades que salen a relucir desde la experiencia estética, al hablar del sitio más visitado en todo el mundo, "Facebook", pudiese tratarse no sólo de un éxito más entre las llamadas "redes sociales", sino de algo con mayores implicaciones en nuestros hábitos y cercanía como sociedad. Si bien las capacidades y la inmediatez de los beneficios que ofrece para establecer

1 Así se observa en el mantenimiento de lazos entre miembros de una misma comunidad en un ámbito transnacional. Como señala Johannes Kniffki, para el caso de inmigrantes mexicanos, centroamericanos y turcos, las redes de información juegan un papel crucial en la posibilidad de mantener lazos —aunque fuertemente modificados— con sus comunidades de origen, al ser capaces de mantener un "mundo social" gracias al establecimiento de "vínculos estrechos de forma constante". En el caso de inmigrantes turcos en Berlín, las "relaciones se mantienen a través de visitas, por teléfono, vía Facebook y demás medios interactivos y de comunicación" (Kniffki, 2013: 34).

2 Véase por ejemplo Ellison, Steinfield & Lampe (2007) quienes realizaron un estudio —reconociendo una tendencia fuera de línea a en línea (*offline to online trend*)— sobre la relación entre el uso de Facebook y la formación y mantenimiento de capital social, además de explorar la capacidad para mantener contacto con miembros de una comunidad habitada previamente. La muestra constó de 286 encuestas a estudiantes de la Universidad Estatal de Michigan. Se concluyó que "hay una relación positiva entre algunos usos de Facebook y el mantenimiento y creación de capital social", aunque sin poder señalar si uno es el precedente del otro.

3 Es el caso de Proyecto Facebook, proyecto de educación participativa llevado a cabo en el 2009 en Buenos Aires, con colabordores que "comparten una idea central: el desafío va más allá de la incorporación o no de la tecnología en el aula: reside en la innovación de las prácticas pedagógicas", ya que "el eje debe pasar de las herramientas a las prácticas y de las palabras a las imágenes", tomando en cuenta que "lo que importa no son tanto los contenidos ni los medios o soportes", sino la "reingeniería dramática del espacio áulico" y un "reempoderamiento de los alumnos" (Piscitelli *et al.*, 2010: XV-XX).

contacto entre individuos y grupos es destacable a nivel local —de tu propia red social en la plataforma—, a nivel de la dinámica corporativa y gubernamental, incluso geopolítica y política en cuanto a decisiones concretas de gran alcance, sus posibilidades e incidencia son mucho menores.

Desde una perspectiva crítica, es presumible que el uso de la plataforma tenga implicaciones que profundicen algunos de los inconvenientes generalizados en la práctica política occidental y su noción de *representación política*, como lo son el creciente desconocimiento y la mera administración del ciudadano, a quien el gobierno relega y limita al tiempo que invita constantemente a participar por medio de los canales que ya se le han asignado, sin que haya tomado parte en dicha asignación. En última instancia, podría implicar la consecución de los imperativos hegemónicos de corporaciones extranjeras a nivel mundial y la asimilación a patrones culturales ajenos pertenecientes a determinada estrategia geopolítica.

En continuidad con otro escrito sobre el tema (Liceaga, 2011), en el que se resaltó la correspondencia entre los patrones culturales del sitio y los impulsados hegemónicamente por Estados Unidos (entiéndase la democracia liberal) —al igual que se abordaba la forma de personalización que se nos otorga al momento de ingresar al sitio como miembro—, interesa, en este caso, indagar un poco sobre la corroboración de existencia y realidad que el sitio, como tercero y referente, ha comenzado a ocupar y con respecto a lo cual parece implantarse con creciente fuerza a través de su dinámica corporativa y gubernamental.

Es importante señalar que los posibles atributos de la experiencia estética y las oportunidades de interacción no son pormenorizadas, sino, por el contrario, son consideradas cruciales al dar cuenta de que todo aquel potencial de relación sea administrado por una corporación de las características de Facebook. La cual norma la completud misma de un perfil —a partir de una barra que señala el porcentaje en el que ha sido completado y mensajes que indican las deficiencias de sociabilidad—, estableciendo parámetros de va-

loración y normalización administrativa en relación a lo que debe contener como información y relaciones mínimas.

Por *representaciones de* Facebook no aludimos a una cierta disposición de la plataforma al ser representada por sus usuarios individuales, sino por el contrario, a una aproximación a la huidiza mirada y consideración, a los conocimientos y las actividades que hacen inteligibles a los usuarios para aquellos que operan en los linderos de visibilidad establecidos por la misma. Con todas las dificultades que supone dibujar la representación que se hace una tercera persona —que no es un individuo y que como corporación comprende entramados corporativos y gubernamentales complejos—, habremos de abordar de manera crítica dicha representación y reflexionar en un ámbito filosófico desde el pensamiento de Guy Le Gaufey —en torno a la *representación* (2000)— y de Giorgio Agamben (2005; 2007) —en cuanto a la amistad y la relación entre vida y derecho—, siguiendo el camino de las *nomenclaturas de vida* que ejerce Facebook para, finalmente, aproximar los contornos de la práctica gubernamental en la que se inscribe.

El presente escrito plantea y discute las *nomenclaturas de vida* que ejerce Facebook, primero, sobre los usuarios como datos y objetos de administración; segundo, como espacio de ordenamiento y consolidación de la relación entre vida y derecho a partir de la disposición y formación de relaciones sociales por parte de un tercero —en general, gubernamental y, en particular, hegemónico; y por último, como referente existencial en la amistad y en la muerte. Dichas nomenclaturas nos permitirán aproximar la práctica de administración y gobierno que subyace en Facebook y que es consecuente e, incluso, fortalece la dinámica de representación asentada en la política occidental y su modelo indiscutible de democracia liberal.

El preámbulo de la representación política

Es necesario considerar que la noción misma de *democracia representativa* ha servido para describir y dar legitimidad a un modelo político

vigente: el de la *representación*. Vigencia que generalmente ha olvidado que la noción misma de representación política obedece a cierto desenvolvimiento histórico de la constitución del Estado moderno. Como señala Guy Le Gaufey, al realizar el seguimiento y crítica de tal desenvolvimiento, "cuanto más la representación se instaló como la norma en política, tanto más la antigua cuestión de la pertenencia a sí mismo se reguló en relación con la cosa del Estado" (2000: 242).

> A partir del momento en que representar pudo significar también "actuar en nombre de algún otro", entonces, no sólo se pudo concebir ese lazo político que la teoría de los dos cuerpos del Rey había fracasado en tejer de un cuerpo con el otro, de un humano con su cargo, de una multiplicidad dispersa con su unidad soberana, sino que en la intimidad de una relación dual, se tramó un nuevo equilibrio de la personación en el "sujeto". Si el *cogito* cartesiano fue en efecto contemporáneo del gran encierro de los locos, lo fue también de esta ampliación y de esta trivialización del concepto de "representación", debido a la introducción —en el campo filosófico primero— de la noción de representación jurídica, luego política. Por ella en efecto, la representación mental podía, por su parte, desprenderse cada vez más del objeto que ella representaba en la medida en que no tenía ya que respetar las mismas construcciones miméticas: también se le volvía permitido representar sin demasiada preocupación por la semejanza (2000: 241-242).

Se representa lo que está ausente y al desprenderse cada vez más de aquellos a quienes representa, las democracias occidentales han normalizado la acción a distancia por medio de la representación, toda vez que uno puede "participar" eligiendo a su representante y dando fe, así, del vínculo con el poder estatal.

Como supone Guy Le Gaufey,

> … el Estado se construyó como el tercero por excelencia, el que preside el reconocimiento de todos los otros, que determina a todos los otros como otras tantas "personas" que hablan y actúan en su nombre o en el nombre del prójimo. Llegado el caso, lleva a la existencia en tanto persona igualmente a todas esas "otras cosas"

> que, sin él, no habrían podido ser consideradas como sujeto de derecho (2000: 240).

Todas esas "otras cosas" inanimadas cuyo ejemplo son las corporaciones, los hospitales, las universidades, etc. que no son sujetos de derecho como tampoco lo son, en su momento, las mujeres, los niños, los locos, los extranjeros, e incluso cualquier individuo pendiente del reconocimiento de su subjetividad en el derecho.

Pero además de dicha construcción como tercero por parte del Estado, la representación política supone una asimilación siempre incompleta del individuo y una dualidad —la de *hombre-ciudadano*— con respecto a sí mismo y a su representación contenida en su representante (Le Gaufey, 2000: 134-135). El individuo está, supuestamente, ya siempre contenido en la decisión del Estado y de sus múltiples aparatos, es representado, pero a la vez, mantiene su vida y su práctica a cierta distancia como inasimilable de tal representación. El problema parece ser que el Estado, así como algunas corporaciones como Facebook, reducen la identidad del individuo a aquella que ellos sancionan: buscan asimilar sus vidas a la identidad que ellos les brindan, buscan cada vez una mayor asimilación en la representación que ellos cifran.[4]

Al tomar en cuenta que el concepto de representación liga a cada uno de los ciudadanos con el Estado como *tercero*, podemos aproximar que cada una de las nomenclaturas de vida que Facebook pone en funcionamiento y a las que daremos mención y reflexión en adelante, remite a la duplicidad del individuo en su representación política y a su afán por asimilarlo en esa misma representación.

4 Dentro de la trayectoria de la representación sería preciso —debido a la petinencia de su análisis— mencionar la necesidad de una posterior reflexión con respecto a las *sociedades de control* que describe Guilles Deleuze. Quien señala que en estas sociedades "lo esencial ya no es una marca ni un número, sino una cifra: la cifra es una contraseña" y "el lenguaje numérico de control se compone de cifras que marcan o prohíben el acceso a la información. Ya no estamos —señala el mismo autor— ante el par 'individuo—masa'. Los individuos han devenido 'dividuales' y las masas se han convertido en indicadores, datos, mercados o 'bancos'" (Deleuze, 1996: 277-286). La doble condición de los usuarios como datos y representación —como se describirá en adelante— es la condición general del gobierno de la plataforma y del Estado, ligado al "marketing" como "instrumento de control social" y a la empresa como régimen de dominación —como los describe Deleuze (ibíd.)

Si hoy en día se ha normalizado sin más la existencia y coexistencia de ese Estado que "está allí —no desde la eternidad, eso sería decir demasiado— solamente 'desde siempre'" (*ibíd:* 245), si se ha naturalizado su existencia y su ley, así como su capacidad de disponer de recursos, de ciudadanos y de cierto monopolio de la fuerza —olvidando que tiene una historia—, podríamos hoy ser partícipes de la expansión de sus atributos no por medio de instituciones formales, sino por medio de la profundización de la dinámica de representación que ya antaño le permitió actuar a distancia de quienes se supone representa.

Expresada ahora en una "nueva" dinámica corporativa y gubernamental, las implicaciones que dicha naturalización puede tener recaen directamente en la mayor *disposición* de cuerpos dóciles y administración de subjetividades, además de repercutir en la noción de "responsabilidad" adjudicable a los terceros que ejercen dicha dinámica corporativa y gubernamental. Pues si hoy ya es complicado hacer responsables a los representantes políticos y a las corporaciones y hacerles comparecer ante algún tipo de justicia, la dinámica de representación que se abre hoy con plataformas como Facebook podría exacerbar esa distancia y dificultar esa deseable "responsabilidad" de los terceros implicados.

Si —como veremos más adelante— de un lado tenemos a los terceros que actúan y administran a distancia una representación e identidad que se quiere única aunque sea doble, por otro, encontramos a los "usuarios", quienes siguen inmersos en el "dar la cara" y el cuerpo al identificarse como tales bajo diversas prescripciones y requerimientos. Estas prescripciones comprenden lo que se puede denominar las *representaciones de* Facebook. Presentes en la construcción como usuario-dato de los miembros, que se realiza tomando en cuenta su información para administrarlos al representarlos, personalizarlos y explotarlos. En la atribución de vigilancia y la consolidación de la realidad jurídica del usuario. Y en general, en la construcción de realidad y de mundo que el sitio se abroga de manera sutil y sigilosa y que se da en consonancia con una dinámica de fortalecimiento del nexo entre vida y derecho y de la sanción misma

de existencia como sujeto, con la particularidad de que no se trata sólo de la vida biológica sino de su ámbito simbólico e intersubjetivo, entendido desde la "amistad", y que es capaz de mantener más allá de la muerte de los usuarios.

El Dato: Ultraje a la privacidad o "Facebook" te conoce mejor de lo que tú lo haces

Lori Andrews,[5] en su artículo titulado "Facebook te está usando" (2012), arroja una interesante mirada sobre las atribuciones de personalización, vigilancia y discriminación que el sitio, como facilitador y medio, realiza junto con las compañías de publicidad de las corporaciones en Estados Unidos. "Los estereotipos están vivos y coleando en la agregación de datos", señala Andrews, mientras ilustra algunos casos en los que la información se sale de las manos de aquellos que creían ser los usuarios del sitio.

> Avisos que salten en la pantalla —comenta Andrews— pueden parecer útiles o, en su peor versión, una molestia. Pero son mucho más que eso. Los bits y *bytes* sobre su vida pueden ser fácilmente utilizados en su contra. Obtener un trabajo, un crédito o un seguro puede depender de su doble digital —y usted puede no enterarse jamás de por qué lo rechazaron (Andrews, 2012).

Se trata de la personalización de la identidad en los medios digitales, como fijación estable de algunos "atributos" para el individuo por parte de corporaciones, que ha permitido consagrarnos como objeto y objetivo de venta. Nos venden en números como mercado y nos convierten en consumidores para quienes nos han visto como datos. "Haz publicidad en Facebook. Más de mil millones de personas. Te ayudaremos a comunicarte con las adecuadas" son las frases con las que Facebook invita a ser parte de esta dinámica (Facebook, 2014) que le dejó para el año 2013 ingresos por publicidad de 2.34

5 Profesora en el Chicago-Kent College of Law y autora de: Andrews, 2011.

mil millones de dólares (76% más respecto al año anterior) e ingresos netos por 1.5 mil millones de dólares (PR *Newswire*, 2014).

En una investigación del *Wall Street Journal* acerca de casi mil de los sitios más visitados en la red, se encontró que el 75% de ellos incluía un código de "redes sociales" —tal como el "like" de Facebook y el "tweet" de Twitter— que...

> ... puede relacionar las identidades de las personas con sus actividades de búsqueda en la red a una escala sin precedentes y pueden incluso rastrear la llegada de una persona a una página en caso de que el botón no haya sido presionado". Lo que conlleva decir que el "uso de identidades reales a lo largo de la Web se está volviendo rápidamente la tendencia principal (Valentino-Devries & Singer-Vine, 2012).

Toda vez que los supuestos usuarios no caen en cuenta de que su información no es adscrita a un sujeto sino a una identidad —que se carece de cualquier interrelación directa con el administrador del sitio— y que su información puede ser utilizada con distintos fines y tras diversas interpretaciones, podríamos decir que el "usuario" vive su condición de *dato* y de "objeto".

Es muy probable que el sitio no considere "usuarios", ni siquiera quizás "clientes", sino datos y objetos de venta y de administración. Si pensamos que Facebook pretende decir quién eres y pretende vender lo que eres —vale decir: te "representa" y "personaliza"— podemos afirmar que el sitio da continuidad y consolida la dinámica de desconocimiento que inició con un Estado-nación que sabe tu nombre y conoce tu rostro —he ahí las identificaciones con fotografía— pero no sabe quién eres y no sabe nada de tu vida, más allá de los datos y fragmentos que administra al construir aquel doble de los documentos y archivos oficiales (Liceaga, 2011: 186-187). Lo que en el caso de Facebook deviene en el *doble digital*, como lo llama Andrews (2012), y que —podríamos presumir— perfecciona la dinámica de desconocimiento al volverle gozosa para las "personas".

No es extraño entonces que los estereotipos y atributos se exacerben en la práctica de venta de datos que atraviesa al sitio, tanto

al ser *público objeto* para los anuncios como al ser datos para la venta de información a corporaciones externas, respondiendo siempre al encuadre que las corporaciones hacen de las personas que entran y consolidando su definición cada vez que deciden qué objetos de consumo les corresponden.

Si se trata de una mujer joven de ingreso medio y soltera, se le cataloga y administra según la imagen estereotipada —o correspondiente a una presunción socioeconómica específica— que se tiene de los gustos y capacidades de consumo supuestamente coincidentes a dicho rango. Desde universidades y música hasta hoteles y planeación de bodas, los anuncios que se le harán llegar a esta chica no sólo le usaron como dato sino que además le restringen a la imagen que ellos le adjudican como persona al rodearle de anuncios y de mensajes persuadiéndole lo que ella es y lo que le corresponde comprar y comportar. Frente a esto, como una exposición continua a un entorno en el cual se "sugieren" determinados comportamientos y representaciones de manera constante y al catalogarse este mismo espacio como "red social" —adjudicándose así el espacio de publicidad y comunicación social—, es difícil oponer la libertad del individuo para decidir qué comprar y qué no comprar, toda vez que la exposición a la publicidad mercantil y la presión por otorgar información no son opcionales.

Lo inmediatamente alarmante es que además de la dinámica de entretenimiento y "contacto con los amigos" así como de delimitación de gustos y objetos de consumo, podemos observar —como señala Andrews— una "práctica de negar oportunidades a la gente en base a (*sic*.) sus identidades digitales" (2012). Ya que la práctica de relacionar la identidad de una persona con sus hábitos en línea[6] —y

6 Es el denominado *behavioral advertising*, una forma de publicidad "dirigida" sobre el que pocas personas están enteradas pero que ha marcado la tendencia general de las compañías en su práctica en la red. Como señalan Aleecia M. McDonald & Lorrie Cranor en una investigación empírica titulada "Americans' Attitudes About Internet Behavioral Advertising Practices", el *behavioral advertising* "es la práctica de recolección de datos de las actividades en línea de los individuos para su uso en la selección de qué publicidad desplegar. La "publicidad conductual" crea perfiles para los usuarios de internet con base en una variedad de tipos diferentes de datos e inferencias realizadas a partir de esos mismos datos" (2010: 1). Véase también la conferencia sobre los resultados de dicha investigación empírica: McDonald, 2011.

fuera de ella— se utiliza, por ejemplo, para la entrega de créditos, ahora sujeta a nuevas prácticas de las compañías crediticias. Como American Express que, arbitrariamente, redujo la línea de crédito a Kevin Johnson, de Atlanta, tras consumir en un restaurante cuyo historial de consumidores era de alto riesgo para la compañía y pese a que su propio historial era impecable (Cuomo *et al.*, 2009).

Otro ejemplo del uso que se da a dicha práctica de relacionar la identidad con los hábitos es cuando se niega la cobertura de un seguro. Como le ocurrió a Nathalie Blanchard de Quebec, quien perdió los beneficios de su seguro de discapacidad por depresión en Manulife Financial al publicar fotos en Facebook "divirtiéndose" en la playa y en un club nocturno (Fowler, 2012).

Ahora bien, si se puede hablar de la información que es utilizada por los *agregadores de datos*,[7] quienes —"dado que ninguna ley regula qué tipo de información pueden reunir" (Andrews, 2012)— deciden soberanamente qué personalidad corresponde a la información en cuestión y esta "personalización" incide para otorgar créditos, seguros de vida o incluso contrataciones laborales y custodias. El dilema no termina ahí.

Como bien señala la profesora del *Chicago-Kent College of Law*, los ingresos publicitarios de Facebook pueden ser moderados (3, 200 millones de dólares en 2011) comparados con los de Google (36, 500 millones de dólares en el mismo año —Andrews, 2012—). Pero lo que inquieta no es sólo cuánto obtienen sino cómo lo hacen y qué hábitos están consecuentando.

No es necesario hablar de todo el tiempo que muchas personas "desperdician" en el sitio, que no es poca cosa. La cuestión central es el lugar que se nos atribuye como "personas" en un asentamiento de la realidad en el que crecientemente nos vemos despojados de decisión y agencia. Para decirlo fácilmente: el sitio no sólo parece presumir que nos conoce mejor de lo que nosotros mismos lo hacemos —al ofrecernos como objeto seguro para la publicidad dirigida— sino que da muestra de ello al corroborar que la información

7 Toda persona encargada de recabar información sobre determinados individuos a fin de inscribirla en la dinámica mercantil y la obtención de ganancias.

que nos adjudica es la que tiene cada vez mayores repercusiones y, más aún, que es capaz de sancionar nuestra personalidad y nuestros lazos sociales y afectivos, en el sitio y fuera de él.

Los usuarios como *datos* podrían ser un paso más en la dinámica de representación política y de identificación, ahora extensiva a la dinámica social. Las redes de identidades virtuales son, hoy sin más, "redes sociales" con implicaciones "reales". Lo que se debe, particularmente, a que "Facebook está comprometido con el principio de una identidad para sus usuarios" (Fowler, 2012). Política de identidad que nos permite establecer una continuidad entre la dinámica —que se podría suponer externa— de las corporaciones y de las instituciones gubernamentales y la representación e identificación que lleva a cabo el sitio.

> La compañía —señala Fowler— ha cancelado cuentas de personas que usaban seudónimos y cuentas múltiples, incluyendo aquellas de disidentes y protestantes en China y Egipto. La compañía dice que su compromiso con los "nombres reales" hace más seguro al sitio para sus usuarios. Lo cual también está en el centro del servicio que vende a publicistas, llámese, acceso al tú real (Fowler, 2012).

La práctica de la plataforma aparece así como administración de identidades y de datos reales[8] que permiten un cálculo que pretende ser lo más exacto posible: *una práctica de gobierno*.

La Ley y la Estrategia: asentando la realidad y la hegemonía sobre el espacio (¿virtual?)

Respecto a la práctica de Facebook como una práctica de gobierno, de administración y representación de identidades y datos, es ne-

8 Aquí es importante la alusión y distinción que realiza el estudio de Zhao, Grasmuck & Martin (2008) entre los entornos en línea anonimos (*anonymous*) reportados con anterioridad a Facebook, y esta última plataforma que se caracteriza como nónima (*nonymous*). En el entorno nónimo de Facebook —señalan Zhao *et al.*— los usuarios claman su identidad de manera implícita y ésta se involucra con identidades de grupo y de consumo más que con identidades personalmente narradas.

cesario señalar ahora las implicaciones jurídicas, gubernamentales —en términos estatales— y espaciales del mismo, comprendidas dentro de la sanción de realidad que la plataforma posibilita.

Tomemos dos casos que parecen paradigmáticos y que, podríamos señalar, ilustran la naturaleza jurídica —violenta— del sitio y su relación con el poder estatal como poder último de decisión: la vigilancia y consideración legal de la información y la decisión sobre la vida y la muerte de sus usuarios.

Primero, como señala Junichi P. Semitsu para el caso de los 133 millones de usuarios estadounidenses en Facebook (en 2011) —y seguramente no sólo para ellos—, éstos "carecen de una razonable expectativa de privacidad con respecto a la vigilancia del gobierno que se ejerce en prácticamente todo lo que hacen en línea" (Semitsu, 2011: 291). Por lo cual, es notable la imposibilidad de evitar que la información que "suben" ellos y sus amigos sea utilizada en contra de ellos mismos en la Corte. Esto engloba desde casos de divorcio hasta casos de condena criminal.[9]

Aun cuando el análisis de Semitsu trata principalmente de los Estados Unidos, cabe enfatizar la hegemonía que este país ejerce actualmente y los distintos andamiajes "culturales" que constituyen parte central de sus inquietudes y ocupaciones policiacas (Véase: Brzezinski, Zbigniew, 2004), lo que le permite marcar pauta en la política internacional (Valenzuela, 2011: 87-91). Así, podemos observar hoy que México ha solicitado información a Facebook en lo referente a 127 usuarios, siguiendo la tendencia generalizada de otros 74 gobiernos y, principalmente, de Estados Unidos (Proceso, 2013), mientras se develan también los casos de espionaje y vigilancia "virtual" a lo largo y ancho de todo el mundo y cuyo centro operativo es la Agencia de Seguridad Nacional (*National Security Agency, NSA* por sus siglas en inglés) de este último país.

9 Semitsu busca demostrar que aún cuando Facebook adoptara las medidas de privacidad más rígidas —cosa que por supuesto no hace— carecerían de expectativas razonables de privacidad bajo la ley federal. Primero, las Cortes federales no han sabido adaptar la Cuarta Enmienda a la arquitectura de Facebook y segundo, el Congreso no ha revisado el Acta de Privacidad para Comunicaciones Electrónicas (ECPA por sus siglas en inglés).

Es el caso del Programa de Vigilancia Electrónica de Seguridad Nacional (PRISM), operado por la NSA desde 2007 y que fue revelado en junio de 2013 por Edward Snowden, quien fungiera como contratista para la Agencia. El 9 de junio del mismo año, Snowden reconoció ser fuente de las revelaciones publicadas aquella semana en los periódicos *The Guardian* y *The Washington Post*. A partir de los datos aportados, se conoce que PRISM es un programa de vigilancia de la NSA que recibe un financiamiento de 20 millones de dólares al año y ofrece a la agencia acceso a la información de sus objetivos desde los servidores de algunas de las más grandes compañías de tecnología de Estados Unidos: Google, Apple, Microsoft, Facebook, AOL, PalTalk y Yahoo (*The Guardian,* 2013). De manera conjunta, Reino Unido, Canadá, Nueva Zelanda y Australia se cuentan entre los gobiernos con acceso a la información concentrada por la NSA, en lo que apunta a ser un programa de acceso total a la información (Ingersoll, 2013; Ng, 2013; Neal, 2013).

Si bien el programa no es nuevo en sus intenciones y obedece a una larga trayectoria por recabar información privada a favor de la seguridad de los Estados Unidos, tiene su pasado próximo en la intención de George W. Bush de un programa secreto de vigilancia doméstica sin garantías. Si bien este programa fue obstaculizado por diversas razones, en el año 2007 sería aceptada por el Congreso el Acta "Proteger América" (*Protect America Act*). Lo particular de esta Acta es que vuelve "inmunes a las compañías privadas que cooperaron voluntariamente con la recolección de inteligencia de los Estados Unidos" (Gellman & Poitras, 2013), por lo que podemos decir enfatiza una relación estrecha entre la gubernamentalidad estatal y el gobierno que las compañías ejercen sobre los datos e identidades de sus usuarios.

Ligada a la práctica gubernamental está la capacidad para sancionar la realidad y el estado de cosas. No es difícil asegurar que la expansión de la vigilancia de los Estados Unidos y su expansión cultural va ligada definitivamente a su *nomos,*[10] como decisión soberana y definición jurídica del mundo, posible de aproximar con mayor

10 Véase en general: Valenzuela, 2011.

claridad en el documento SIGINT 2012-2016[11] que Risen & Poitras (2013) comentan.

Esa misma definición jurídica del mundo obedece no sólo a las normas asentadas por procedimientos reconocidos como legales, sino por mecanismos de facto y por la posibilidad de establecer un "estado de excepción" en el cual dicho país es capaz de instaurar y reinstaurar su orden, desde las condiciones específicas en que se encuentre y que no están comprendidas dentro del ordenamiento jurídico explícito. Vale decir: que se instaura desde la *anomia*. En palabras de Giorgio Agamben:

> … el estado de excepción es el dispositivo que debe, en última instancia, articular y mantener unidos a los dos aspectos de la máquina jurídico política, instituyendo un umbral de indecidibilidad entre *anomia* y *nomos*, entre vida y derecho, entre *auctoritas* y *potestas*. Esto se funda sobre la ficción esencial por la cual la anomia —en la forma de la *auctoritas*, de la ley viviente o de la fuerza de ley— está todavía en relación con el orden jurídico y el poder de suspender la norma es presa inmediata de la vida (Agamben, 2007: 154).

Se trata de un orden jurídico que recae sobre la confusión entre la norma y su suspensión, que se relaciona directamente con la vida misma de quien decide en cada caso y que diluye los límites entre el derecho y la vida. Se trata de la convergencia con "la tradición del pensamiento jurídico que, en último análisis, consideraba al derecho idéntico a la vida o inmediatamente articulado con ella" (*ibíd:* 153).

Para decirlo de manera sencilla: Facebook parece colaborar en dicho mecanismo al articular la vida "social" en sí —como "red social"— con los mecanismos de ejecución de la ley, sancionando la realidad y confundiendo lo que es de la vida con lo que es del derecho y viendo esta primera siempre como instancia dependiente de la ley o de su propia pauta de normalidad. Ahora bien, no se trata únicamente de la ley específica de cada nación o de la norma en

11 El documento se puede consultar en: http://cryptome.org/2013/11/nsa-sigint-strategy-2012-2016.pdf y en: http://www.nytimes.com/2013/11/23/us/politics/nsa-report-outlined-goals-for-more-power.html?_r=0

Facebook, sino en última instancia de la ley y ordenamiento hegemónico de la potencia mundial.

Como señala el Colectivo Riseup, formado en 1999 en Seattle, en su página de Internet en el apartado "¿Por qué es necesario Riseup?", la estrategia estadounidense trata de la "construcción de un mapa del mundo entero a partir de los vínculos comunicativos de todo correo electrónico, chat y transacción financiera", acentuando que el problema es que "este mapa les cuenta una historia, a ellos, de todos nosotros" (*Riseup Collective,* 2013). Una historia —podemos agregar— en la que no tenemos más voz que la que ellos nos quieran otorgar en un discurso de expansión y vigilancia, y de negocios y dominio sobre los recursos de la Tierra. De ahí que podamos decir que dicho mapa implica la configuración de un *nomos* como ordenamiento y reordenamiento de los vínculos y transacciones en las, ahora, "redes sociales", sujeto a un poder de decisión ajeno y que considera a sus miembros como información a ser analizada,[12] como materia prima para la *inteligencia* y como medio a administrar para la consecución de fines estratégicamente determinados.[13]

Respecto a Facebook, resulta representativo de tal discurso y del entramado de negocios y estrategia en que se inscribe la supuesta "red social", el caso de Max Kelly, exjefe de seguridad de Facebook, quien ahora trabaja para la Agencia de Seguridad Nacional (NSA) de Estados Unidos y quien expone la manera común en que estas dos corporaciones ven la vida (Greenfield, 2013). Tomando esto en consideración, más que desentrañar los nombres específicos de los

12 Sobre los alcances de la información y la posibilidad de establecer algoritmos y lecturas en un mapa global, véase Ugander *et al.* (2011), quienes describen el "grafo social" de Facebook y las distribuciones de las relaciones, siguiendo las dispersiones y concentraciones tanto locales como globales, demostrando sólo una parte de los alcances que los algoritmos pueden tener sobre el aprovechamiento de la información contenida en la plataforma. Entre ellos, que la red está practicamente conectada en un solo gran componente, mostrando además que mientras el grafo de Facebok como un todo puede ser escaso, el grafo de localidades de usuarios puede contener una estructura sorprendentemente densa. Por último, caracterizan los patrones de clasificabilidad presentes en el grafo al estudiar las propiedades demográficas básicas y de la red de los usuarios, lo que muestra la enorme capacidad para establecer patrones de clasificación sobre los perfiles.

13 Véase como ejemplo: Bruce Riedel (2013), "A New Model for Defense Intelligence", Brookings Institution, 20 de noviembre de 2013. En http://www.brookings.edu/events/2013/11/20-new-model-defense-intelligence

jugadores y sus intereses particulares, cabe enfatizar que lo que se deja ver como una simple "red social", espacio de entretenimiento y comunicación, conlleva elementos y prácticas gubernamentales y administrativas poco transparentes.

No es posible ya establecer una distinción clara entre lo que concierne a las instituciones gubernamentales y corporativas externas a Facebook y lo que atañe a la práctica específica de esta última. Facebook desempeña labores de gobierno,[14] ha obtenido tal participación en la toma de decisiones a nivel internacional que es posible considerarlo un espacio gubernamental. Lo que se expresa en el caso de la reunión de Mark Zuckerberg con el primer ministro inglés David Cameron para discutir algunas formas en que las "redes sociales" podrían "hacerse cargo de algunas labores gubernamentales e informar sobre la construcción de políticas públicas" y su participación con un asiento asegurado en la reunión de mayo del 2011 del G8[15] (Andrews, 2011: 1).

A la luz de la cooperación que establece Facebook, al facilitar información a los gobiernos, parece que no deberíamos hacernos a la idea de que lo hace frente a una exigencia y manejo externo a su dinámica y práctica propia, sino que cabe pensar que lo hace en términos "diplomáticos", lo que sugiere la relación entre distintos sistemas gubernamentales.

Podemos ahora decir que no se trata de simples usos "equívocos" de las herramientas tecnológicas, ya que el origen mismo de Facebook podría develar su condición elemental. Como revela el artículo "With friends like this" de Tom Hodgkinson (2008), los principales inversionistas de la compañía se distinguen por un comprometido pensamiento neoconservador —una combinación de excepcionalismo religioso y fundamentalismo capitalista. Es el caso de Peter Thiel, detractor del liberalismo y del multiculturalismo (Thiel, 1998), con respecto al cual Hodgkinson afirma que tiene un mar-

14 Lori Andrews se refiere a Facebook como si se tratara de una "Nación", considerando su relación con otros gobiernos e instituciones, sus sistemas de resolución de conflictos, su economía y su población. Preguntando incluso: ¿Qué tipo de gobierno rige en Facebook? (2011: 1-16)

15 Reunión de los jefes de Estado de las ocho economías más fuertes del mundo.

cado interés por la conformación de espacios alejados del vínculo con la naturaleza y conformados en un mundo virtual, en el cual la naturaleza ya ha sido conquistada y el valor se atribuye a cosas imaginarias: en caso extremo a las mismas relaciones humanas. Sobre todo esto no cabe hacerse esperanzas acerca de un romanticismo humanista, ya que una vez descartada la buena voluntad de una valoración de la dignidad humana al estilo kantiano, nos deja únicamente con la valorización del capital y las fantasmagorías del capitalismo financiero en el cual Facebook habita con exacerbada familiaridad; toda vez que obtiene dinero de la explotación de las relaciones de "amistad" —o lo que sea que esto refiera en cada persona una vez que Facebook lo ha traducido para ella—.

A partir de las mencionadas inclinaciones de Thiel y de las formas administrativas y estratégicas de Estados Unidos, cabe plantear una idea central que podría arrojar muchos mayores detalles: el abandono del vínculo con el entorno físico o, por lo menos, su redimensionamiento espacial.

Internet es una infraestructura, la Web un *topos*, eminentemente antropocéntrico por sus elementos centrales en la imagen y la palabra, como abstracciones cuyo sentido se da a conocer para aquellos alfabetizados en su uso. Es un espacio diseñado por el "hombre" —o por lo menos unos pocos que con toda certeza se adjudicarían la voz de la humanidad— y para la apariencia de "hombre" que se han creado. Lo que es lo mismo: es un espacio de relaciones "humanas", antropocéntrico y antropomorfizante, que en sus más arrolladoras evidencias de privatización hace olvidar el soporte real del mundo en su versión capitalista: la relación concreta con la naturaleza y su disposición como recurso para una infinita acumulación. Esto no debería extrañar, pues como menciona Hodgkinson en su semblanza de Thiel, el mundo digital[16] y sus relaciones virtuales son capaces de dar a las corporaciones mayor seguridad, toda vez que no se puede montar con la misma facilidad una revolución capaz de tomar por asalto un banco que no está físicamente disponible

16 Catalogado hoy, sorprendentemente, como "Smart" o inteligente y que rebasa a la Web o a la Internet en tanto busca insertarse como convergencia y concentración de toda comunicación social y no solamente como espacio de información.

(Hodgkinson, 2008). De igual manera, debemos considerar que es más fácil explotar un espacio y disponer de sus recursos cuando no está presente en la vida "social" de las personas; cuando no dispone de visibilidad y no tiene lazos prácticos con nosotros.

No sólo como cuestión de salvaguardas financieras frente a la revolución, el espacio es un tema vital, y "posponer" o "separar" las relaciones "humanas" de ese mismo espacio como constitución de mundo y suelo ha tenido y tendrá un costo inmenso que sólo pocos pueden vislumbrar. Incluso el activismo que utiliza el sitio como espacio de comunicación arriesga la concreción de sus acciones y su interconexión con espacios reales[17] —intersubjetivos— a cambio de una proliferación de señales (diferida por un tercero) a ser reconocidas al interior de la práctica administrativa[18] y sus patrones preestablecidos de personación y amistad, que no es poca cosa, como veremos más adelante.

Se trata, además de la separación espacial en términos físicos, de una disposición del espacio informático, para el cual —como señala Tim Berners-Lee con respecto a la World Wide Web de la cual es fundador— Facebook, Linkedln y otros sitios de "redes sociales" representan una de muchas amenazas. El problema, nos dice Berners-Lee es que por el contrario de la Web —que suponía un espacio de libre acceso a la información y que aspiraba a que todo el mundo disfrutara de ello— se trata de sitios que no permiten a los usuarios extraer la información que ellos mismos pusieron ahí y que restringen y administran importantes nichos de información. Esto significa que la red "se ha roto en islas fragmentadas" y que no podremos acceder a muchos sitios, al mismo tiempo que los gobiernos

17 "Real", además de señalar la no limitación al ámbito lógico-racional, señala aquí aquello que forzosamente ha de recurrir o volver, y que tiene, y tendrá, implicaciones en nuestra práctica como constituyente de nuestro mundo. Tampoco resultaría ajena la perspectiva de Gayatri Spivak con respecto a la noción de representación en Marx y la necesaria consideración de una lectura marxista con respecto a los soportes materiales de la estrategia geopolítica y las determinaciones que esta misma ejerce sobre la construcción de sujetos y del "Sujeto" de Occidente (Spivak, 2003).

18 Cabe señalar que mientras los cálculos e incidencia de las decisiones de la plataforma se ubican en un plano global, las luchas que la plataforma puede facilitar como medio de organización no son capaces de superar el ámbito local o nacional ni en cálculo ni en incidencia y no por inconsciencia o incapacidad sino por la disimetría de las posiciones que ocupan.

y las corporaciones pervierten el valor de igualdad en que se basaba la red (Berners-Lee, 2010).

El mismo accionista ruso de Facebook, Yuri Milner —quien posee el 10% de la compañía—, afirma que es el "sitio Web más grande que ha existido, tan grande que no es un sitio Web en absoluto". Lo que se suma a que ya para el 2010, el contenido de búsqueda —o la información abierta para los buscadores— constituía menos del 25% del tráfico en Internet y continuaba disminuyendo (Anderson & Wolf, 2010).

El problema, desde esta perspectiva, es que cada vez que Facebook se expande, la Web se contrae. Cada vez que uno accede a la red desde un sitio centralizado —una plataforma central como Facebook— sólo puede conectarse con determinados sitios. Además —elemento primordial—, sólo puedes acceder a la información después de la validación por parte de un "gobierno central". Es como estar atrapado en un solo mundo, o en una sola tienda, a los que un tercero puede negarte el acceso, creyendo y convenciéndonos continuamente —al tiempo que le asentamos y reconocemos con nuestra práctica cotidiana— que la red digital es "el mundo" y ahí se juega "lo social", o, en el mejor de los casos, que "lo social" ha de hacer referencia obligada a esta plataforma, cuando en realidad hay mucho más afuera que no depende de ella.[19]

Se trata, por lo tanto, como afirma Semitsu (2011: 293) de un "ecosistema controlado que inspira a sus habitantes a compartir información personal y revelar pensamientos íntimos" y, cabe agregar, que sabe sacar provecho de ello, no sólo mercantil sino políticamente. Por lo cual, se trata de un modelo de formación de las relaciones "sociales", de un continuo dar forma a la interpretación del espacio, a la normalización de la clausura en el flujo de información y de la apropiación sobre la información "pública"; de una constante per-

19 Al respecto, es interesante notar como se desplazan los espacios comerciales hacia este mundo digital, ya que las empresas se ven forzadas por la dinámica de mercado a aparecer en Facebook. Las instituciones, al igual que muchos individuos, poseen su doble digital y buscan relacionarse como tal en términos productivos. Ejemplos más alarmantes son aquellos donde instancias de educación superior y de impartición de justicia buscan dar inicio a trámites escolares y averiguaciones penales, respectivamente, por medio de un perfil de Facebook, requiriéndole en primera instancia.

suasión hacia la publicidad controlada y explotada por un tercero y, sobre todo, de una atribución de gobierno para sancionar la realidad de sus "sujetos" y sus alcances de "mundo", influyendo cada vez más no sólo en su entorno sino en su concepción del mismo.

Facebook ¿es tu amigo? O la tercera persona como una falla en la interlocución

La revisión de múltiples casos en los que las publicaciones forzosamente tienen un correlato y un peso de realidad, cuyas implicaciones no miden sus "usuarios", es ilustrativa de la expropiación de confianza que el sitio lleva a cabo.[20]

El caso de una mujer en la India, Shaheen Dhada de 21 años, es un caso generalizado. Shaheen fue arrestada por publicar un comentario señalando su disgusto con el cierre temporal de negocios debido al funeral de un político, ya que en su opinión el acatamiento de la indicación y el cierre de los negocios era "debido al miedo, no debido al respeto", agregando que el "respeto es ganado y definitivamente no forzado" (Martin, 2012).

Sin tener que tomar en cuenta el entorno específico de la publicación —la India—, ni únicamente la respuesta concreta por parte del gobierno —el arresto—, es importante notar que se confunde al interlocutor —un supuesto amigo o amigos en el mejor de los casos— con un tercero que está siempre presente y que es el mediador y sanción de toda publicación: Facebook. Por tanto, Shaheen no sólo cometió el error de ignorar los efectos que podría tener su publicación y el lugar que es Facebook como potencial panóptico de vigilancia oficial o simple publicidad descontrolada, su primer error y el que cometen la enorme mayoría de los "usuarios" del sitio[21]

20 Caso extremo sería el de Phoebe Prince, quien cometiera suicidio después de casi tres meses de acoso por parte de sus compañeros de escuela en South Hadley y por medio de la pltaforma (Wheeler, 2011).

21 El caso de Shaheen es sólo uno entre muchos que se presentan con gran frecuencia y no sólo en países calificados por la mayoría de los medios como autoritarios. Otro caso interesante es el de Alexander McQuarrie de 16 años, quien fue arrestado por la policía de Glasgow por incentivar a otros a realizar un motín que nunca tuvo

—valga llamarlos ahora *usuarios-dato*—, es confundir el conjunto y singularidad de sus "amigos" con la presencia e interlocución de un mediador permanente —quien te solicita una contraseña para entrar y con eso da fe de tu personalidad y quien decide si es cierta o no tu identidad imponiendo políticas de todo tipo—. Cuando uno publica algo, no lo hace para sus "amigos", aunque de buena fe uno piense lo contrario: que el sitio es sólo eso, un lugar donde aparecen comunicaciones y mensajes entre "amigos". Toda publicación pasa a través de una fantasmagoría de amistad; de una ilusión de hogar y confiabilidad que alude a la confusión de ámbitos de la realidad de convivencia y que nos lleva a preguntar qué significa la amistad y quién es un amigo.

Como el mismo Agamben piensa en un artículo titulado "La Amistad",

> … "amigo" pertenece a aquella clase de términos que los lingüistas definen como no-predicativos, es decir, términos a partir de los cuales no es posible construir una clase de objetos en la cual inscribir los entes a los que se atribuye el predicado en cuestión. "Blanco", "duro", "caliente" son por cierto términos predicativos; pero ¿es posible decir que "amigo" defina en este sentido una clase consistente? (Agamben, 2005).

Si preguntamos a los millones de miembros de Facebook es posible que en su gran mayoría nos encontremos con gran dificultad para responder y más en la forma en que se desempeña la categoría en este "mundo virtual". Sin embargo, se trata de una categoría central de dicha red y uno de sus recursos más preciados, pues se le defina de la manera en que se le defina, se sabe que dicha denominación garantiza cierta proximidad y ciertos vínculos interpersonales, por más que hoy en día parezca ser sólo una gran agenda de contactos que rebasa los cientos de "amigos".

lugar y por "perturbar la paz pública" al crear un grupo en Facebook (Protalinski, 2011). Más recientemente, 11 presuntos islamistas fueron apresados por el gobierno de Egipto debido a su actividad en Facebook (Michael, 2014).

> ¿Qué es, en efecto, la amistad, si no una proximidad tal que no es posible hacer de ella ni una representación ni un concepto? Reconocer a alguien como amigo significa no poderlo reconocer como "algo". No se puede decir "amigo" como se dice "blanco", "italiano", "caliente" —la amistad no es una propiedad o una cualidad de un sujeto— (*ibíd.*)

La especificidad del amigo se ilustra en el pensamiento de Agamben a partir de la lectura de un pasaje de Aristóteles, quien en la *Ética para Nicómaco* (1170 a 28 - 1171 b 35) afirma:

> Vivir es deseable, sobre todo para los buenos, ya que para ellos existir es un bien y una cosa dulce. Con-sintiendo, prueban la dulzura por el bien en sí, y lo que el hombre bueno prueba con respecto a sí, también lo prueba con respecto al amigo: el amigo es, en efecto, un otro sí mismo. Y como, para cada uno, el hecho mismo de existir es deseable, así —o casi— es para el amigo (*ibíd.*)

Para Agamben,

> ... en esta sensación de existir insiste otra sensación, específicamente humana, que tiene la forma de un con-sentir la existencia del amigo. La amistad es la instancia de este con-sentimiento de la existencia del amigo en el sentimiento de la existencia propia.

De ahí que pueda afirmar que para Aristóteles

> ... la amistad tiene un rango ontológico y, al mismo tiempo, político. La sensación del ser está, de hecho, siempre re-partida y compartida y la amistad nombra este compartir (*ibíd.*)

Esta misma sensación del ser es la que ha desempeñado un invaluable papel en la expansión de la red. El atractivo de la amistad y del mostrarse al "amigo" ha permitido extraer la sensación compartida del ser y llevarla a otro registro en el cual se le confisca de cierta manera (aquí vale recordar las implicaciones identitarias y espaciales señaladas en los apartados anteriores). De manera esquemática

podríamos hablar de dos momentos: el primero, en el cual se toma la amistad en lo relativo a consentir la existencia y se le explota a manera de obtención de "usuarios-dato" (y es aquí inevitable referir a todos aquellos que ingresan a la red motivados por sus amigos cercanos[22]); y el segundo, en el cual es evidente la insuficiencia de dicho compartir y consentir en su dinámica espectacular, tendiendo a la permanente agregación de "amigos" a manera ya sea de simples "conocidos", en una dinámica de exhibición o —más alarmante— a manera de necesidad "laboral" y de subsistencia, ya que crecientemente las relaciones de producción y de servicios tienden a ser mediados por el administrador —desde una entrevista de trabajo hasta la publicación de empleos y la contratación de servicios—.

La plataforma parece dejar de lado que la amistad,

> … pertenece al *protè philosophía*, porque lo que en ella está en cuestión concierne a la misma experiencia, la misma "sensación" del ser. Se comprende entonces por qué "amigo" no puede ser un predicado real, que se suma a un concepto para inscribirlo en una cierta clase. En términos modernos, se podría decir que "amigo" es un existencial y no un categorial. Pero este existencial —como tal, no conceptualizable— está atravesado sin embargo por una intensidad que lo carga de algo así como una potencia política. Esta intensidad es el *syn*, el "con" que reparte, disemina y vuelve compartible la misma sensación, la misma dulzura de existir (*ibíd.*)

La denominación de la amistad y su puesta en práctica por el sitio no atañe a un aspecto insignificante de nuestra experiencia compartida, atañe directa aunque sutilmente a nuestro sentimiento de co-existencia. Y con ello, involucra e inscribe con creciente fuerza la dinámica de nuestro compartir y comprender la existencia misma, que rebasa los límites del mero entretenimiento "ingenuo".

22 Como señalan Ross *et. al.* (2009) la dinámica de Facebook corresponde a la tendencia fuera de línea-a-en línea (*offline-to-online*), es decir, la mayoría de amigos en Facebook es conocida fuera de línea y después agregada a la red en línea. De manera similar, Lampe, Ellison & Steinfeld (2006) aseguran —en un estudio realizado por medio de dos grandes encuestas con una muestra de casi 2,500 estudiantes de la Universidad Estatal de Michigan— que la mayoría de los usuarios utiliza la plataforma para saber más de la gente que conocen fuera-de-línea.

Una vez que se ha tendido el anzuelo de la conceptualización de la coexistencia, que se ha enarbolado la bandera de la amistad como un existencial —a manera de chantaje—, y que se han desplazado numerosos procesos de la misma, podemos decir que se ha intentado capturar su "potencia política" y que una vez despojados de esta intensidad,[23] a nuestros "amigos" se les construye como objetos, se les atribuyen características estables y se les hace coexistir con las "personas morales", con "entes" pertenecientes al mundo de la fantasía y que conocemos bajo el nombre de corporaciones. Entes que, a pesar de aparecer en el mismo entorno de personación que nuestros "amigos", no están sujetos jurídica ni penalmente de igual manera que una "persona física", pues al ser producto de la fantasía —una suerte de abstracción jurídica y fetiche capitalista— no poseen un cuerpo biológico responsable que cargue con las consecuencias de su accionar. Y, más aún, si se piensa la amistad como un existencial, ¿en qué momento y cómo podemos decir que con-sentimos la experiencia de las corporaciones, que compartimos la "sensación" del ser con una marca de refrescos, con una tienda de productos de belleza o con un supermercado? Quizás, en el momento en que existen en tanto poseen una carta legal de constitución otorgada por el Estado, que "lleva a la existencia en tanto persona igualmente a todas esas 'otras cosas' que, sin él, no habrían podido ser consideradas como sujeto de derecho" (Le Gaufey, 2000:240) y en el

23 No es extraño que para Carl Schmitt —jurista alemán del siglo XX— la "específica distinción política a la cual es posible referir las acciones y los motivos políticos es la distinción de amigo [*Freund*] y enemigo [*Fiend*]", autónoma de cualquier distinción moral, estética o económica. Para Schmitt, el significado de tal distinción es el de "indicar el extremo grado de intensidad de una unión o una separación, de una asociación o una disociación". De manera contundente, el mismo autor afirma que "los conceptos de amigo y enemigo deben ser tomados en su significado concreto, existencial, y no como metáforas o símbolos", no deben "ser entendidos en sentido individualista-privado". El enemigo no es el competidor ni el adversario en general —como pretende el liberalismo— sino el enemigo público (Schmitt, 1985: 22-25). Si pensamos en Facebook, hay un modo descrito y determinado de establecer el vínculo de amistad, hay una coexistencia asentada y una labor administrativa o gubernamental y no política. Incluso podríamos decir que al ser "amigo" la única categoría disponible en Facebook —junto con la manifestación de agrado "Like"— se esté obliterando la decisión política por excelencia que sugiere Schmitt. Así, se estaría negando la posible conformación de grupos políticos al inhibir la publicidad del enemigo y exacerbar la publicidad administrada del amigo.

momento en que poseen un perfil otorgado por Facebook y que le permite "enunciar".

Si analizamos esta cuestión de personación en el sitio, podemos decir que lo que el sitio opera o en lo que se constituye para la "persona física" es un dispositivo de subjetivación a partir de un *grafo* y de una imagen. Los principales elementos son quizás tres: la contraseña, la foto y el nombre. La primera, en términos operativos, permite asentar la limitación de toda personación a un preajuste o coincidencia en la realidad, una supuesta correspondencia a un sujeto "corporal", que no nos atreveríamos siquiera a llamar "humano". La segunda es el asentamiento de esa corporalidad como correspondencia imaginaria, un índice que apunta a una "persona concreta" y con ello a todas sus relaciones "sociales", antes de "amistad". Y la tercera es el eje tradicional y jurídico de reconocimiento y nexo —junto con la fotografía— para la imputabilidad de los actos cometidos a un *cuerpo*. Los tres forman un dispositivo de consolidación de la corporalidad para el mercado y para el control gubernamental, cuya base por excelencia yace en el Estado.

Lo alarmante de personalizarse y de establecer sus relaciones "sociales" por esta mediación es que se confunde a las personas, como convivencia compleja, con un simple *grafo* —el nombre jurídicamente asentado o habitualmente empleado (un sobrenombre) que "habla" por la persona y le vuelve reconocible— y un índice —que es sólo eso, un indicador de *algo más que no es en sí*. Intercambiar mensajes con un perfil en Facebook no es únicamente, por más que se imagine, hablar con otra persona y menos aún con un "amigo".

Verdad y muerte como confusión de ámbitos y decisión en Facebook

Como hemos intentado señalar, en la plataforma opera una práctica gubernamental y de representación que desborda lo virtual y expresa diversas implicaciones políticas. Desde la identificación y administración de perfiles y de sujetos como datos con "nombres reales", con implicaciones jurídicas y sociales dentro de una práctica

de gobierno propia —e incluso con relaciones diplomáticas sobre el manejo de la información y sus labores gubernamentales delegadas—, hasta las implicaciones espaciales y de coexistencia en la amistad, podemos reiterar el enorme papel que Facebook desempeña para asentar cierta "realidad".

No sólo por aquello de la personación, sino también por la exigencia de verdad que inunda los parajes de la verosimilitud. No se trata de que todo lo que se publique se asiente como verdadero (aunque crecientemente así parece suceder), o de que todo sea susceptible de utilizarse jurídicamente (como ya mencionamos), sino que lo complejo de la co-existencia misma y el intercambio entre sujetos se quiera hacer pasar por ahí, lo que implica que el sentido mismo de los acercamientos intersubjetivos sea reducido a un mediador que vela por el mantenimiento de una distancia permanente entre los sujetos.

En muchos lugares los procesos institucionales se apegan cada vez más a la dinámica de Facebook. Incluso en espacios académicos se le pretende utilizar "simplemente como herramienta". Los procedimientos administrativos de instituciones ingenuamente se desplazan al sitio con la idea de agilizar procesos pero sin detenerse a pensar en lo que están empleando. El "ya no nos vemos, lo arreglamos por Facebook" o el "no te enteraste porque no tienes Facebook", como ejemplo burdo, es un alarmante signo de revocación de correspondencias vivas que, sin embargo, se queda corto frente a los coqueteos del procedimiento penal en México por utilizar la información de los perfiles como base para sus averiguaciones.

Una vez más, es necesario llamar la atención sobre el compromiso de Facebook con el principio de "una identidad para sus usuarios" (Fowler, 2012), íntimamente ligado a la práctica gubernamental y política que desempeña el sitio, como realidad que corre no ya por el ejercicio jurídico "externo" que le utiliza como recurso de pruebas, sino por las políticas mismas del sitio con respecto a la veracidad de la información. Las políticas del sitio exigen una persona y un nombre "real", una atribución de veracidad en los datos, justamente lo que vuelve al dato lucrativo y administrable. Por otra parte, una vez

que los datos entran en el sitio, su dispersión y control por parte de quien les introdujo es inevitable y entra en una dinámica autónoma con respecto al *usuario-dato*, la cual reafirma la soberanía de la plataforma, del Estado y de las corporaciones. Inclusive la creación de perfiles alternos o "falsos" se limita en sus alcances y en su inserción al no ser "reconocidos" por los demás usuarios, quienes al realizar una búsqueda, en su mayoría, lo harán atendiendo a los nombres jurídicamente reconocidos. De esta forma, no resulta difícil desechar los perfiles como "no verdaderos" cuando no cuentan con un determinado patrón de uso.

La concreción de su aseveración de verdad es evidente en la capacidad para definir relaciones sociales, tanto uniones como rupturas.[24] Pero el caso más interesante, parece ser hasta ahora, la capacidad para mantener aquella misma *duplicidad en la persona del usuario,* que se hacía presente en su identificación tanto corporativa como legal, para aferrar y sancionar su presencia, esta vez, asentando su permanencia o desaparición más allá del ámbito biológico. Se trata de la *muerte*.

No es extraño conocer numerosos casos en los que usuarios fallecidos se mantienen vivos en su duplicidad digital gracias a la plataforma de Facebook,[25] quien le *representa* y permite al difunto —como perfil— permanecer en la instancia de la enunciación como segunda persona (tú) y recibir mensajes como si fuese interlocutor de los demás usuarios.[26] Este fenómeno, por naturalizado que esté hoy en

24 Para el año 2010, la Asociación Americana de Abogados Matrimoniales realizó una encuesta en la que el 81% de los abogados señaló haber visto un incremento en las evidencias obtenidas de redes sociales. De dicho porcentaje, el 66% mencionó a Facebook como la principal fuente (AAML, 2010). Los datos actuales al respecto suelen variar y en muchas ocasiones las notas periodísticas carecen de fuentes acequibles. Presumiblemente, en México el 30% de los usuarios ha tenido problemas con su pareja debido a la plataforma (Arce & Barrera, 2013). Por otro lado, es posible encontrar numerosos estudios de caso sobre la materia (e.g. Marshall, 2012; Russell, Nagurney & Smith, 2013).

25 Véase por ejemplo: Melber, A . (2008, February 11) "Does Facebook own you forever?" y Kaleem, J. (2012, December 7), "Death On Facebook Now Common As 'Dead Profiles' Create Vast Virtual Cemetery".

26 La única investigación empírica de estos casos de la que se tiene conocimiento corresponde a una tesis de la licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Autónoma Metropolitana- Xochimilco, titulada *Fantasmas Virtuales. La resignificación de la muerte en las redes sociales* (Cabrera *et. al*., 2011). En los ocho casos que se analizan la enunciación se realiza predominantemente de primera a segunda persona.

día, no es un acontecimiento menor. Bastaría con decir a algún conocido, familiar o amigo que seguimos manteniendo charlas de tú a tú con un difunto —fuera de la plataforma, digamos por ejemplo en nuestra alcoba— para que aconsejen medidas para mitigar la melancolía[27].

No cabe argumentar la conciencia de los usuarios del carácter imaginario del perfil del fallecido, toda vez que lo que resalta es que, en la generalidad de los casos, los mensajes son escritos de una primera a una segunda persona y no hacia una tercera (de un "yo" a un "tú" y no hacia un "él"), presumiblemente incapaz de tomar parte en la enunciación. Lo excepcional del caso es que Facebook hace presente como sujeto al fallecido y le hace hablar en los demás usuarios. Como tercero, Facebook es capaz de generar la confianza y el entorno para garantizar una existencia en su mera representación, así como el Estado —a decir de Guy Le Gaufey— puede hacer "hablar" a esas "otras cosas" como sujetos de derecho.

Con respecto a la muerte, el asentamiento existencial y la construcción de realidad y de mundo —que el sitio se abroga de manera sutil y sigilosa— es comprensible en consonancia con una dinámica jurídico-política de fortalecimiento del nexo entre vida y derecho, de norma como *nomos*; esta vez como "formar parte" de la vida en la red social —tras una inicial duplicidad que permite la representación— y bajo un orden establecido. La vida ha de ser comprendida cada vez con mayor intensidad a partir de su sentido vital normado y fijado por mediación de este tercero. Dicho en otras palabras, con la particularidad de que ya no se trata sólo de la vida biológica sino de su ámbito simbólico e intersubjetivo, entendido como "co-existencia" y "amistad" y sujeta a los limites que "soberanamente" parece adjudicarse Facebook —y otras instancias gubernamentales—, como corporación que hace hablar incluso a los muertos.

Lo interesante de la ejecución de la ley, por su nexo con la vida, es que pone en apuros a los usuarios de Facebook en su individua-

27 Si se plantea la posible semejanza con aquellos casos en que se habla con fotografías en altares religiosos o fotografías en el hogar, lo que se distingue en Facebook es que no se le habla solamente sino que se le escribe y se le publica, se plasma y se le inscribe en una dinámica más compleja pero quizá más religiosa.

lidad y propensión —o quizá docilidad— ante la ley y ante la muerte. Elementos, estos últimos, constitutivos del mecanismo jurídico-político —como lo ha señalado Giorgio Agamben y que tienen su antecedente en Hobbes y en toda la tradición jurídica que ha vuelto omnipotente a la ley y al "Estado de Derecho"—. Ahí donde la soberanía observa a la vida natural como incondicionalmente expuesta a una amenaza de muerte (Agamben, 2002: 15-16) y el cuerpo dócil de la administración legal es obligado a responder en tanto tal, como persona "física".

De igual manera, aquel hacer "sobrevivir" a los perfiles y a sus usuarios, como una atribución de decisión sobre la vida y la muerte, destaca como capaz de establecer una excepción a la consideración jurídica de la vida en tanto vida biológica expuesta a la muerte. No se trata sólo de la vida biológica normada sino de la "supervivencia" simbólica adjudicada. Es aquí donde se podría ver con mayor claridad la autonomía en la función gubernamental y política —en cuanto a la atribución de amistad y a la confirmación de existencia— que desempeña la plataforma y corporación que es Facebook.

De la compleja dinámica gubernamental que hemos atribuido a la plataforma a lo largo del presente trabajo, podemos concluir que es muy probable que los principales actores en la arquitectura de Facebook y fuera de ella no son los *usuarios-dato*, sino los administradores, como toda tercera persona capaz de decidir sobre la existencia y relación de los perfiles con respecto a un sujeto jurídico y político. Todos aquellos terceros que de manera excepcional ejercen dentro y fuera del sitio la atribución de *persona,* sin que ellos puedan ser expuestos a tal naturaleza jurídica. Se trata de la "persona moral", de la corporación y de las potestades jurídicas para el ejercicio del derecho. Estas "personas" que no están expuestas como cuerpo biológico a encerrar en una prisión o a recibir muerte, que no responden a las mismas obligaciones que los ciudadanos "de a pié" y que gozan de un estatuto jurídico-político diferente al de los simples mortales.

Las implicaciones de la convivencia y co-existencia de personas físicas con personas morales en una plataforma como Facebook han

de ser pensadas con mucha mayor profundidad, dado que la dinámica de "hacer hablar" y "hacer valer" la voz de alguien como sujeto, en este caso ya de las corporaciones, obedece a una larga trayectoria filosófica, política y jurídica.

Guy Le Gaufey (2000) ha señalado la duplicidad a la que se ha expuesto al ciudadano en la práctica representativa del Estado moderno y ofrece mayores pistas para pensar el recorrido de la representación que hace posible la co-existencia entre personas físicas y personas morales, a partir de su mutua construcción como *personas ficticias* desde la filosofía de Hobbes. Resta reflexionar sobre los virajes que se presentan hoy en día, pues las corporaciones como personas morales y ficticias gozan de mayores prerrogativas que las personas físicas, que —como observamos en el caso de Facebook— ocupan el lugar de terceros, capaces de "hacer hablar", "hacer valer" e incluso "hacer sobrevivir".

Referencias

Agamben, Giorgio (2002). *Moyens sans fins*. France, Éditions Payot & Rivages. 153 pp.

___ (2003). *Estado de excepción. Homo sacer II, I*. Buenos Aires, Adriana Hidalgo. 171 pp.

___ (2005). "La amistad". En *La Nación. Suplemento Cultura*, edición impresa, domingo 25 de septiembre del 2005.

American Academy of Matrimonial Lawyers (2010, February 10). "Big Surge in Social Networking Evidence Says Survey of Nation's Top Divorce Lawyers". En: http://www.aaml.org/about-the-academy/press/press-releases/e-discovery/big-surge-social-networking-evidence-says-survey-

Anderson, Chris & Wolff, Michael (2010, August 17). "The Web is Dead. Long Live the Internet", *Wired Magazine*, En: http://www.wired.com/magazine/2010/08/ff_webrip/all/1.

Andrews, Lori (2011). *I Know Who You Are and I Saw What You Did: Social Networks and the Death of Privacy*. New York, Free Press. 260 pp.

___ (2012, Febrero 6). "Facebook te está usando". En *El puercoespín*.. Argentina. En: http://www.elpuercoespin.com.ar/2012/02/06/Facebook-te-esta-usando-por-lori-andrews/

Arce, Hugo & Barrera, Yuriko (2013, Junio 28). "Redes sociales: asesinas de relaciones". *El Universal*. En: http://www.eluniversal.com.mx/notas/932586.html

Berners-Lee, Tim (2010). "Long live the Web: A call for continous open standards and Neutrality". En *Scientific American*. 22 de noviembre del 2010. En http://www.scientificamerican.com/article.cfm?id=long-live-the-web (consultada el 29 de septiembre de 2013).

Brzezinski, Zbigniew (2004). *The Choice. Global Domination or Global Leadership*. Nueva York, Basic Books, Perseus Books Group.

Cabrera, Daniel; Ortiz, Adrián; Pérez, Verónica; Vargas, Gabriela & Zaldívar, Al-Frida (2011). *Fantasmas Virtuales. La resignificación de la muerte en las redes sociales*. Tesis de licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco.

Clayton, Russell; Nagurney, Alexander & Smith, Jessica R. (2013). "Cheating, Breakup, and Divorce: Is Facebook Use to Blame?". *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. October 2013, Vol. 16, Issue 10. pp. 717-720.

Cuomo, Chris; Shaylor, Jay; McGuirt, Mary & Francescani, Chris (2009, January 29) "'GMA' Gets Answers: Some Credit Card Companies Financially Profiling Customers". *ABC News*.

Ellison, Nicole B.; Steinfield, Charles & Lampe, Cliff (2007). "The Benefits of Facebook "Friends:" Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites". *Journal of Computer-Mediated Communication,* Vol. 12, Issue 4, pp. 1143—1168, July 2007.

Facebook (2014). *Haz publicidad en* Facebook. En: https://www.facebook.com/advertising/?campaign_id=402047449186&placement=pflo&extra_1=not-admgr-user

Fowler, Geoffrey A. (2012, October 13). "When the Most Personal Secrets Get Outed on Facebook". *The Wall Street Journal*. En: http://online.wsj.com/news/articles/SB10000872396390444165804578008740578200224?mg=reno64-wsj&url=http%3A%2F%2Fonline.wsj.com%2Farticle%2FSB10000872396390444165804578008740578200224.html

Gellman, Barton & Poitras, Laura (2013, June 6). "U.S., British intelligence mining data from nine U.S. Internet companies in broad secret program". *The Washington Post*. En: http://www.washingtonpost.com/investigations/us-intelligence-mining-data-from-nine-us-internet-companies-in-broad-secret-program/2013/06/06/3a0c0da8-cebf-11e2-8845-d970ccb04497_story.html

Greenfield, Rebecca (2013, June 2013) "Facebook's Former Security Chief Now Works for the NSA". En *The Atlantic Wire*. En: http://www.theatlanticwire.com/technology/2013/06/Facebooks-former-security-chief-now-works-nsa/66432/

Hodgkinson, Tom (2008, January 14). "With friends like this…". En *The Guardian*. 14 de enero de 2008. (Consultado el 12 de septiembre de 2013). En: http://www.theguardian.com/technology/2008/jan/14/Facebook

Ingersoll, Geofrey (2013, August 23). "New Zealand police used NSA Prism data to nab Kim Dotcom". En *Business Insider*. (Consultado el 25 noviembre 2013). En: http://www.businessinsider.com/new-zealand-police-kim-dotcom-prism-nsa-2013-8

Kaleem, J. (2012, December 7), "Death On Facebook Now Common As 'Dead Profiles' Create Vast Virtual Cemetery". *The Huffington Post*. En: http://www.huffingtonpost.com/2012/12/07/death-Facebook-dead-profiles_n_2245397.html

Kniffki, Johannes (2013). "Transnacionalidad y Comunidad: un enfoque construccionista y discursivo". *Espacios Transnacionales*. Revista latinoamericana-europea de pensamiento y acción social. Vol 1. Octubre 2013. Pp. 30-43.

La Redacción, *Proceso* (27 de agosto de 2013). Consultado en: http://www.proceso.com.mx/?p=351175

Lampe, C., Ellison, N. & Steinfield, C. (2006). "A Face(book) in the crowd: Social searching vs. social browsing". *VV.AA. CSCW '06: Proceedings of the 2006 20th anniversary conference on Computer supported cooperative work*. Nueva York, ACM Press, pp. 167-170.

Le Gaufey, Guy (2000). *Anatomía de la tercera persona*. México, Editorial Psicoanalítica de la Letra, A.C. 259 pp.

Liceaga, Rodrigo (2011) "Facebook ¿Evidencia democrática o exacerbación del espectáculo?" En Orozco, José Luis (coord.) (2011) *Democracia Fallida, Seguridad Fallida*, pp. 181-199. México, Fontamara-Universidad Nacional Autónoma Metropolitana. 222 pp.

Marshall, Tara C. (2012). "Facebook Surveillance of Former Romantic Partners: Associations with PostBreakup Recovery and Personal Growth". *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. October 2012, Vol. 15, Issue 10. Pp. 521-526.

Martin, Sami K. (2012, November 20) "Woman Arrested for Facebook Like, Divides Country", *Christian Post*. En: http://global.christianpost.com/news/woman-arrested-for-Facebook-like-divides-country-85261/#gzLwFpEpBAtSSGhp.99

McDonald, Aleecia M. (2011). *User Perceptions of Online Advertising*. Yale ISP Conference, March 25-26. En: http://www.law.yale.edu/documents/pdf/ISP/Aleecia_McDonald.pdf

McDonald, Aleecia M. & Cranor, Lorrie F. (2010, October 4). "Americans´Attitudes About Internet Behavioral Advertising Practices". *WPES'10*. Chicago, Illinois, USA. En: http://www.aleecia.com/authors-drafts/wpes-behav-AV.pdf

Melber, A . (2008, February 11). 'Does Facebook own you forever?', *The Huffington Post*. En: http://www.huffingtonpost.com/ari-melber/does-Facebook-own-you-for_b_86115.html

Michael, Maggie (2014, January 30). "Egypt arrests 11 Islamists for Facebook activity". *AP*- Yahoo news. En: http://news.yahoo.com/egypt-arrests-11-islamists-Facebook-activity-134940458.html

Neal, Dave (2013, August 23) "NSA used PRISM surveillance on Kim Dotcom". En *The Inquirer*. Disponible en: http://www.

theinquirer.net/inquirer/news/2290663/nsa-used-prism-surveillance-on-kim-dotcom

Ng, Keith (2013, August 22). "Ich bin ein Cyberpunk". En *On Point*. (Consultado el 23 noviembre de 2013). En: http://publicaddress.net/onpoint/ich-bin-ein-cyberpunk/

Piscitelli, A.; Adaime, I. & Binder, I. (2010) *El* Proyecto Facebook *y la posuniversidad. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje*. Buenos Aires, Ariel-Fundación Telefónica. 239 pp.

Protalinski, Emil (2011, August 10). "Two teenagers arrested for Facebook posts inciting UK riots". *ZD Net*. En: http://www.zdnet.com/blog/Facebook/two-teenagers-arrested-for-facebook-posts-inciting-uk-riots/2466

PR Newswire (2014, January 29). "Facebook Reports Fourth Quarter and Full Year 2013 Results". MENLO PARK, Calif., Jan. 29, 2014 /PRNewswire/ -- Facebook, Inc. (NASDAQ: FB) today reported financial results for the fourth quarter and full year ended December 31, 2013. En: http://www.prnewswire.com/news-releases/Facebook-reports-fourth-quarter-and-full-year-2013-results-242637731.html

Riedel, Bruce (2013), "A New Model for Defense Intelligence", *Brookings Institution*, 20 de noviembre de 2013. En: http://www.brookings.edu/events/2013/11/20-new-model-defense-intelligence (consultado el 10 de enero del 2014).

Riseup Collective (2013). En: https://help.riseup.net/en/about-us (Consultado el 5 de diciembre de 2013).

Risen, James & Poitras, Laura (2013, November 22). "N.S.A. Report Outlined Goals for More Power". *The New York Times*. En: http://www.nytimes.com/2013/11/23/us/politics/nsa-report-outlined-goals-for-more-power.html?_r=1&

Ross, Craig; Orr, Emily S.; Sisic, Mia; Arseneault, Jaime M.; Simmering, Mary G. & Orr, R. Robert (2009). "Personality and motivations associated with Facebook use". *Computers in Human Behavior,* Vol. 25. January, 2009. Pp. 578—586. Elsevier.

Sacks, David & Thiel, Peter A. (1998) *The Diversity Myth. Multiculturalism and political intolerance in campus*. United States, Independent Institute.

Schmitt, Carl (1985). *El Concepto de lo Político*. México, Folios Ediciones. 188 pp.

Semitsu, Junichi P. (2011). "From Facebook to Mug Shot: How the Dearth of Social Networking Privacy Rights Revolutionized Online Government Surveillance". *Pace Law Review*. Vol. 31, Issue 1. Pp. 291-382.

Serrano-Puche, Javier (2012). "La presentación de la persona en las redes sociales: una aproximación desde la obra de Erving Goffman". En *Análisi*. Vol. 46. Pp. 1-17.

Spivak, Gayatri (2003). ¿Puede hablar el subalterno? En *Revista Colombiana de Antropología*, Vol. 39, enero-diciembre, pp. 297-364, Colombia: Instituto Colombiano de Antropología e Historia.

The Guardian (2013) Consultado en: http://www.theguardian.com/world/the-nsa-files

Ugander, Johan; Backstrom, Lars; Karrer, Brian & Marlow, Cameron (2011). *The Anatomy of the* Facebook *Social Graph*. Cornell University Library. November 2011. arXiv:1111.4503v1

Valentino-Devries, Jennifer & Singer-Vine, Jeremy (2012, December 7). "They Know What You're Shopping For. 'You're looking at the premium package, right?' Companies today are increasingly tying people's real-life identities to their online browsing habits". *The Wall Street Journal*. En:http://online.wsj.com/news/articles/SB10001424127887324784404578143144132736214?mod=WSJ_WhatTheyKnowPrivacy_LeftTopNews&mg=reno64-wsj&url=http%3A%2F%2Fonline.wsj.com%2Farticle%2FSB10001424127887324784404578143144132736214.html%3Fmod%3DWSJ_WhatTheyKnowPrivacy_LeftTopNews

Valenzuela, Miguel A. (2011). "Sobre el nomos del siglo XXI: Sofismas, contradicciones y vacíos de la democracia". En Orozco, José Luis (coord.)(2011) *Democracia Fallida, Seguridad Fallida*, pp. 85-105. México, Fontamara-Universidad Nacional Autónoma de México. 222 pp.

Walther, Joseph B.; Van Der Heide, Brandon; Kim, Sang-Yeon; Westerman, David & Tom Tong, Stephanie (2008). "The Role of Friends' Appearance and Behavior on Evaluations of Individuals on Facebook: Are We Known by the Company We

Keep?". *Human Communication Research*. Vol. 34 (2008), pp. 28—49. International Communication Association.

Wheeler, Thomas (2011). "Facebook Fatalities: Students, Social Networking, and the First Amendment". *Pace Law Review*. Vol. 31, Issue 1. Pp. 182-227.

Zhao, Shanyang; Grasmuck, Sherri & Martin, Jason (2008). "Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships". *Computers in Human Behavior*. Vol. 24, Issue 5. September, 2008. Pp. 1816—1836. Elsevier.