



Institución Universitaria

**La identidad personal en las redes sociales.
Estudio con adolescentes de la I.E. «Vida
Para Todos» en Medellín**

Claudia Restrepo Cuervo

Instituto Tecnológico Metropolitano
Facultad de Artes y Humanidades
Maestría en Estudios de Ciencia Tecnología, Sociedad e Innovación
Medellín, Colombia

2020

La identidad personal en las redes sociales. Estudio con adolescentes de la I.E. «Vida Para Todos» en Medellín

Claudia Restrepo Cuervo

Monografía presentada como requisito parcial para optar al título de:
Magister en Estudios de ciencia, tecnología, sociedad e innovación

Director.

Álvaro David Monterroza Ríos

Línea de Investigación:

Estudios CTS

Instituto Tecnológico Metropolitano
Facultad de Artes y Humanidades
Maestría en Estudios de Ciencia Tecnología, Sociedad e Innovación
Medellín, Colombia

2020

Agradecimientos

Quiero agradecer a mi asesor de trabajo de grado Álvaro David Monterroza Ríos por su dedicación y compromiso, por estar siempre dispuesto a apoyarme y orientarme en todo lo referente a este trabajo.

A los docentes de la maestría en Estudios de Ciencia Tecnología, Sociedad e Innovación del ITM por todos los conocimientos impartidos y su orientación durante las clases.

A mi familia por su apoyo y paciencia en el tiempo que duró este proceso.

Muchas gracias a todos.

Resumen

En este trabajo se aborda el tema de la identidad personal. Partimos de la tesis de que ésta va más allá de nuestra presencia corporal y se distribuye en un entorno culturizado, del cual participan los nuevos entornos digitales, en los que apoyamos gran parte de lo que somos y queremos ser. Para ello se hace una revisión teórica acerca de los trabajos que han tratado este concepto; vemos que la identidad ha sido abordada desde diversas disciplinas y ha ido cambiando a través de la historia, dando como resultado que ésta se va construyendo a partir de diferentes elementos y de las relaciones con los otros; encontramos que en el medio digital se generan nuevas formas de interacción; y éste entra a ser parte de los diferentes entornos en los cuales el ser humano habita cotidianamente. Por supuesto, estos nuevos medios digitales han hecho surgir problemas que son muy evidentes, en especial con los adolescentes, lo que muestra que todo avance tecnológico trae consecuencias imprevistas e indeseables, como lo ha analizado la postura del enfoque CTS. Para corroborar parte de las ideas discutidas en los primeros capítulos se hace un trabajo aplicado con estudiantes adolescentes de la institución educativa «Vida Para Todos» de la ciudad de Medellín, con edades comprendidas entre los 15 y los 19 años. Así se pretende describir de qué manera en particular los adolescentes extienden sus identidades a través de las redes sociales. Se concluye finalmente que la construcción de la identidad personal está atravesada por la tecnología digital, es decir, que se construye y se distribuye en los diferentes entornos que habitamos, incluyendo el digital.

Palabras clave: identidad, entorno digital, redes sociales, adolescentes, identidad personal.

Abstract

This work addresses the issue of personal identity. We start from the thesis that it goes beyond our bodily presence and is distributed in a cultured environment, where the new digital environments participate, in which we support a significant part of who we are and what we want to be. For this purpose, a theoretical review is made about the works that have addressed this concept; We see that identity has been approached from various disciplines and has been changing throughout history, resulting in it being built from different elements and relationships with others; We find that new forms of interaction are generated in the digital environment; and this becomes part of the different environments in which humans live on a daily basis. Of course, these new digital media have raised problems that are very evident, especially with adolescents, which shows that all technological advances bring unforeseen and undesirable consequences, as the position of the STS approach has analyzed. To corroborate part of the ideas discussed in the first chapters, an applied work is carried out with adolescent students from the educational institution "Vida Para Todos" in the city of Medellín, aged between 15 and 19 years. This is to describe how adolescents extend their identities through social networks. It is finally concluded that the construction of personal identity is traversed by digital technology, in other words, that it is built and distributed in the different environments we inhabit, including the digital one.

Key words: identity, digital environment, social networks, teenagers, personal identity.

Tabla de contenido

Agradecimientos	iii
Resumen	iv
Abstract	v
Tabla de contenido	vi
Lista de gráficos	vii
Lista de tablas	viii
Introducción	1
Capítulo 1. Identidades distribuidas	4
1.1 ¿Qué es la identidad personal?	4
1.2 Identidad como sujeto.....	6
1.3 Identidad como ser social	11
1.4 Ideas contemporáneas sobre identidad	13
1.5 La identidad se distribuye.....	15
Capítulo 2. El entorno digital y las redes sociales	20
2.1 El entorno digital.....	20
2.2 La sociabilidad está conformada en redes	27
2.3 Los adolescentes y las redes sociales.....	32
2.4 Nuevas tecnologías, nuevos problemas	38
2.4.1. La idealización de estereotipos.....	38
2.4.2. El posturoo.....	39
2.4.3. Síndrome del miedo a perderse de algo (FOMO)	40
2.4.4. Dependencia y adicción.....	41
2.4.5. Pérdida de la privacidad.....	42
2.4.6. El ciberbullying	43
2.4.7. La polarización social y política.....	45
2.5 Las redes sociales no son neutrales.....	45
Capítulo 3. Trabajo con estudiantes de la I.E. «Vida Para Todos»	47
3.1 Contextualización.....	47
3.2 Justificación	48
3.3 Objetivos.....	49
3.4 Metodología.....	49
3.5 Aplicación de encuesta.....	54
3.6 Análisis de resultados.....	55
Conclusiones	70
Recomendaciones	74

Referencias Bibliográficas	75
---	-----------

Anexos	79
---------------------	-----------

Anexo 1. Consentimiento informado	79
---	----

Anexo 2. Encuesta sobre Redes Sociales.....	80
---	----

Lista de gráficos

Gráfico 1. Red social que más utilizan los adolescentes encuestados.....	57
--	----

Gráfico 2. ¿Por qué prefieren más esa red social?	58
---	----

Gráfico 3. Usos que más les dan a las redes sociales.....	59
---	----

Gráfico 4. ¿Qué es lo que más publican en sus redes sociales?	60
---	----

Gráfico 5. Lo que les gusta que sus contactos conozcan de ellos.....	62
--	----

Gráfico 6. Lo que les molesta que sus contactos conozcan de ellos.....	64
--	----

Gráfico 7. Cada cuánto publican en redes sociales.	65
---	----

Gráfico 8. La reacción que más les importa al hacer publicaciones.....	66
--	----

Gráfico 9. Cantidad de contactos que tienen en la red social que más utilizan.....	67
--	----

Gráfico 10. Cantidad de contactos de sus redes sociales que conocen personalmente.	68
---	----

Gráfico 11. Medio por el cual prefieren comunicarse con sus amigos.....	69
---	----

Lista de tablas

Tabla 1. Cualidades del tercer entorno con respecto a los otros dos	23
Tabla 2. Preguntas de la encuesta y su propósito para el trabajo.....	51

Introducción

La identidad es uno de los conceptos que han tenido una larga historia en diferentes disciplinas, entre las que están la filosofía, la psicología, la sociología, etc. En este trabajo veremos que, a pesar de no ser un término muy común en nuestro tiempo, estudiar la identidad personal (y su relación con la identidad colectiva) es importante porque contribuye notablemente a la comprensión del desarrollo de la personalidad de los adolescentes, pues las preguntas que surgen acerca de ¿quién soy? nacen en esta particular etapa de nuestro desarrollo como personas.

La adolescencia es un período vital del ser humano y en él la influencia de la sociedad, la familia y las amistades tiene una gran relevancia para el desarrollo de la identidad, ya que es en estas relaciones donde se originan discusiones acerca de formas de ser, de pensar y de actuar del sujeto. Pero, por lo general, las dinámicas sociales y culturales que son utilizadas para influir en el adolescente se encauzan casi exclusivamente en el ámbito académico y proyección profesional dejando de lado muchos aspectos importantes en la formación del adolescente como ser integral. (Miranda Coello , Tubay Moreira , & Albán, 2018, pág. 52)

La identidad posee mucho valor por ser un elemento normativo en el sentido de que tenemos cierta exigencia de diferenciación, de reconocimiento, de capacidad de autopresentación, en un espacio social que es plural, para entender nuestras propias motivaciones y darles sentido nuestros planes de vida (Broncano, 2013, pág. 23). Así, el estudio de la identidad personal es una forma de aumentar nuestra comprensión de lo que somos y de cómo nos autopercebimos. Esto nos puede dar luces para entender las motivaciones y planes de los demás, en especial la manera en que nuestros adolescentes crean nuevos espacios de relaciones en el mundo digital.

La tesis de este trabajo es que la identidad personal es algo que va más allá de nuestra presencia corporal y se distribuye en un entorno culturizado soportado por las nuevas tecnologías. Esto es, los nuevos entornos digitales sirven de andamio en los que apoyamos gran parte de lo que somos y queremos ser. No obstante, este proceso se ha vuelto inconsciente, y en algunos casos dañino, pues han condicionado fuertemente los ideales, planes y formas de ser de muchos adolescentes. Este trabajo, sin embargo, no se dedicará a emitir juicios de valor acerca de las nuevas tecnologías digitales sino a tratar de comprender la manera en que algunos jóvenes apoyan en éstas la construcción de su identidad personal.

Por otro lado, este es un tema pertinente para los estudios CTS, pues trata de las relaciones bidireccionales entre las tecnologías digitales y los diferentes grupos que conforman algunos adolescentes de secundaria en una Institución Educativa de la ciudad de Medellín. El caso estudiado en la Institución Educativa «Vida para Todos» es un ejercicio para poner a prueba parte de los presupuestos teóricos en los cuales nos apoyamos para leer el fenómeno de la identidad personal de los jóvenes. Esto consiste en un trabajo más teórico que práctico porque creemos que así puede tener más alcance en el tiempo e inspirar a nuevos investigadores sobre el tema.

En el capítulo uno mostraremos cómo el concepto de identidad (personal o colectiva) se ha abordado a lo largo del tiempo por diferentes autores desde distintas disciplinas. Encontramos que el ser humano siempre ha intentado comprender cómo nos perciben los otros y cómo nos percibimos nosotros mismos, tratando de encontrar nuestra mejor versión. intentaremos mostrar que la identidad personal va más allá de nuestro cuerpo biológico, y se distribuye en los diferentes entornos, prácticos y colectivos, que habitamos. Por eso el capítulo se llama «identidades distribuidas».

En el capítulo dos se habla del entorno digital, del cual hacen parte las redes sociales; encontramos que, en este entorno, que es relativamente nuevo, se generan nuevas formas de interacción humana, las cuales se incorporan a las formas tradicionales; se plantea la existencia de diferentes espacios sociales en los que habitamos simultáneamente y en los cuales se distribuyen las identidades. Los entornos digitales no solo cambian las maneras tradicionales de vivir y relacionarse con los otros; también se modifican los valores, las normas, el comportamiento y muchos otros aspectos que se distribuyen en todos los espacios que habitamos, tanto físicos como virtuales, sin olvidar que siempre se debe tener una duda razonable y una actitud crítica frente a estos entornos digitales.

En el capítulo tres se pone en práctica un ejercicio con estudiantes adolescentes de la I.E. «Vida para Todos», en el cual se pretende corroborar varias de las hipótesis sobre la identidad personal y las redes sociales discutidas en los capítulos anteriores, por medio de una encuesta acerca del uso de las redes sociales.

Con estos tres capítulos, el trabajo de grado pretende cumplir con sus objetivos de identificar de qué manera los adolescentes construyen y manifiestan su identidad personal en las redes sociales, indagando acerca de qué los motiva para conectarse a éstas, cuál es el papel que juegan las redes sociales en la manera de relacionarse y en la construcción de su identidad, y en qué medida la identidad de los jóvenes con los que realizaremos este trabajo se distribuye en las redes sociales.

Capítulo 1. Identidades distribuidas

En este capítulo examinaremos el concepto de identidad explorando qué se ha escrito sobre el tema. Con lo cual encontramos que hay dos polos de tensión entre la idea de una identidad personal asociada a un sujeto autónomo y la de identidad como ser social. Al final defenderemos que la identidad es algo intermedio entre estos dos polos y que el entorno juega también un papel importante, es decir, que la identidad va más allá de la presencia corporal y se apoya en el entorno material culturizado y las relaciones con los otros.

1.1 ¿Qué es la identidad personal?

Cuando pensamos en la identidad, generalmente la concebimos como el conjunto de características inherentes a una persona, que posibilitan su diferenciación del mundo, y que es fundamental para la interacción con otros seres humanos. Usualmente, no pensamos en la identidad más allá de nuestro cuerpo, cuando en realidad se compone de un conjunto de características que permiten al individuo desenvolverse y relacionarse correctamente con los otros en diferentes espacios y situaciones, lo cual implica cambios de comportamientos asociados a éstos. Como dice Erving Goffman «cuando el individuo se presenta ante otros, su actuación tenderá a incorporar y ejemplificar los valores oficialmente acreditados de la sociedad, tanto más, en realidad, de lo que lo hace su conducta general» (2001, pág. 21).

Ernest Tugendhat afirma que existen dos formas de identidad personal: «una que se entiende como puramente personal o egoísta, indiferente hacia los otros, y otra que es ética y en la que nos identificamos con los demás» (Tugendhat, 1996, pág. 3). El autor tiene una postura psicológica al definir la identidad, planteando que cuando nos referimos a este problema no debemos

centrarnos en identidades cualitativas objetivas como el género o la estatura, sino más bien a cualidades subjetivas, esto es, aquellas que tiene una persona en virtud de sus acciones, en aquellas que depende de nuestra voluntad. Tugendhat nos dice que esto genera una ambigüedad, ya que, en cierta medida, todo lo que queremos ser está parcialmente determinado. A pesar de ello, Tugendhat nos dice que no todas nuestras acciones están definidas y podemos darles dirección para lograr nuestros objetivos, es decir que, de cierto modo, casi todo lo que queramos ser depende de nosotros. (Tugendhat, 1996, pág. 8). Según Tugendhat, la identidad personal puede ser orientada por cosas tales como: las disposiciones técnicas, como el hecho de tocar un instrumento; la pertenencia a una colectividad, como ser judío; la de desempeñar un papel social como el de ser padre o ser profesor, y también por «aquellas disposiciones que son cualidades de carácter, las así llamadas virtudes y vicios, como el ser valiente o el ser generoso» (Tugendhat, 1996, pág. 9). Aunque existan cualidades que son dadas y no dependan de nuestra voluntad, como una pertenencia colectiva, sí puede cambiarse la forma de identificarse con este papel. Lo que evidencia que «la mayoría de estas cualidades, a saber, [...] siempre dependen en parte de algo que ya está ahí, del pasado, y sin embargo ellas mismas son algo en el futuro y dependen de nosotros» (Tugendhat, 1996, pág. 9).

En consecuencia, la identidad se comienza a construir desde el nacimiento y en ésta influyen tanto las condiciones físicas o propias del ser como las condiciones externas a éste. Podría decirse entonces que cada ser humano tiene una gran cantidad de elementos que conforman su identidad, configurada a partir de la interacción con el medio, con los otros y con la historia personal del propio sujeto. El sociólogo Stuart Hall nos presenta la identidad como una intersección de lo que venimos siendo con lo que queremos ser:

... las identidades tienen que ver con las cuestiones referidas al uso de los recursos de la historia, la lengua y la cultura en el proceso de devenir y no de ser; no «quiénes somos» o «de dónde venimos»

sino en qué podríamos convertirnos, cómo nos han representado y cómo atañe ello al modo como podríamos representarnos. Las identidades, en consecuencia, se constituyen dentro de la representación y no fuera de ella. (Hall, 2003, págs. 17, 18)

Así, las identidades se deben considerar en el interior de las distintas prácticas discursivas; además surgen en las diversas modalidades de poder, por lo cual son más el resultado de lo que nos hace diferentes que de lo que nos hace naturalmente iguales, esto es, «las identidades se construyen a través de la diferencia, no al margen de ella» (Hall, 2003, pág. 18). Esto implica que la identidad solo se puede construir en la relación con los otros.

Por ello, existen múltiples factores que influyen en la formación de la identidad personal, tales como: las relaciones personales que se tienen, las experiencias vividas, los objetos y medios que nos rodean, los diferentes cambios de la sociedad, entre otros. O sea que la identidad no está determinada por un aspecto en particular, ya que, si bien éstos influyen en su construcción, van cambiando a lo largo de la historia personal.

Ahora bien, el estudio de la identidad personal no siempre se ha concebido de la misma forma en la historia, sino que se ha trabajado desde diferentes enfoques y disciplinas. Describiremos las dos grandes corrientes que la estudian como un sujeto individual y como un sujeto que refleja parcialmente las estructuras sociales.

1.2 Identidad como sujeto

Una de las disciplinas que ha teorizado sobre el tema de la identidad es la filosofía y acá podemos encontrar una rica tradición que va desde la Grecia Antigua hasta pensadores contemporáneos. José Ramón Torregrosa plantea que este tema atraviesa toda la historia del pensamiento

filosófico, ya que siempre está en una doble realidad entre lo material y lo simbólico. Los temas referentes a la identidad personal han sido asunto de análisis para los filósofos de la acción, quienes consideran que la identidad contiene elementos tan dispares como: el cuerpo, los movimientos físicos, los símbolos, los contenidos mentales, las emociones, las intenciones, la conciencia y justificación de los actos, el lenguaje, las reglas y normas, la capacidad de iniciar un cambio y controlar cómo se hace, la conciencia de cosas diferentes a sí mismo y la conciencia de esa conciencia. Para esta tradición, todo ello en su conjunto sería «tener una identidad personal» (Torregrosa Peris, 1983, pág. 221).

Rodrigo Guerra hace un breve recorrido por la filosofía clásica, y afirma que, en los primeros debates filosóficos del mundo griego, apareció la noción de identidad como tema. El autor menciona el pensamiento de varios filósofos clásicos respecto a ello y comienza refiriéndose a Parménides, el cual pensaba que la realidad del ser era consistente consigo misma a tal punto que no era más que una, necesaria e idéntica. Después, habla de Platón, quien decía que existe una realidad más allá de las ideas, y afirma que «lo que hace decaer al universo sensible de la condición de ser es la falta de identidad que el cambio implica» (Guerra López, 2010, pág. 117). Para Platón, lo que está en constante movimiento no puede mantenerse idéntico a sí mismo y termina inmerso en el mundo de lo que «no es». Para Aristóteles, la identidad se refiere a la noción primaria de especie y de género, es decir, aquellas entidades que por su especie o por su género se dicen idénticas; para él, entonces, la identidad es cierta unidad.

Si bien la subjetividad en la antigüedad había llamado la atención de diferentes filósofos, es en la edad moderna cuando se aborda la subjetividad como tema central, principalmente con René Descartes, quien consiguió ponerla en el debate filosófico.

Descartes es muy elocuente cuando dice pocas líneas después de advertir el “pienso, luego soy” que el “yo” es una sustancia pensante radicalmente heterogénea al cuerpo. El dualismo cartesiano abrirá un itinerario de problematización cuyas consecuencias se advierten hasta el día de hoy. Nociones como la de “sustancia” o la mismísima presencia del “yo” se debilitarán como fundamento de la identidad personal, ya sea formalizándose al máximo (el yo trascendental kantiano, por ejemplo) o diluyéndose en el flujo de las actividades mentales (la tradición empirista). (Guerra López, 2010, pág. 119)

También encontramos referencias en filósofos como Hegel, quien critica la idea de una identidad abstracta, refiriéndose a ésta como «una mera tautología», al igual que Wittgenstein, que califica como un sinsentido el hecho de decir que dos cosas son idénticas (ibidem). Rodrigo Guerra también cita a Martin Heidegger, quien sugiere que hablar de identidad nos posibilita la reflexión acerca de la mismidad, lo que evidencia que, «en la modernidad, el tema de la identidad resultó enriquecido con la amplia reflexión desarrollada en torno a la experiencia peculiar del ser que sabe del ser, es decir, en torno a la subjetividad» (Guerra López, 2010, pág. 119). Por otra parte, Jacinto Choza hace referencia a las diferencias entre las nociones de persona, sujeto, yo, y sí-mismo:

La noción de sujeto aparece en la filosofía griega en la cual el término hypokeimenon (literalmente lo que está debajo, lo que soporta todo lo demás) y el término hypóstasis (lo que está debajo y que se mantiene firme) se utilizan para designar, según el significado etimológico, aquello en lo que en último término se apoyan las realidades caracterizadas como sustancias. Y como la sustancia se definía como “aquello que existe en sí y no en otro”, [...] Por otra parte, también en la filosofía griega, y, más en concreto, en la lógica aristotélica y en la postaristotélica, el término sujeto se utiliza para designar, en una proposición o juicio, el elemento indeterminado que resulta determinado por el otro elemento. (Choza, 1988, pág. 404)

La noción de persona aparece en el derecho romano y después en la teología cristiana. Ésta se encuentra ligada al nombre que recibimos después del nacimiento, con el cual el que lo recibe queda reconocido como miembro de una sociedad, con los roles que lo facultan para cumplir las funciones sociales. Entonces, en el derecho, ser persona implica ser reconocido por los otros como parte de una sociedad, lo cual supone tener la capacidad de actuar respecto a los demás. «Ser persona es ser ciudadano de Roma, estar investido de los derechos que la ley romana reconoce» (Choza, 1988, pág. 405).

La noción que en el derecho romano se corresponde en cierto modo con las nociones filosóficas de hypokeimenon y de sujeto de la proposición en tanto que individuo indeterminado es la de caput ("cabeza"). Caput es individuo indeterminado en cuanto que no tiene nombre ni voz, en cuanto que no tiene ni voz ni voto -diríamos con expresión del lenguaje ordinario contemporáneo-, porque precisamente tener nombre y voz, llamar a y ser llamado por otros, es lo que constituye la personalidad, el ser persona... Caput, "cabeza", es lo indeterminado que está detrás de la "máscara", persona, que es lo que resulta concreto en virtud de la relación intersubjetiva con otras personas. Se es persona humana en la medida en que se establecen relaciones humanas con otras personas humanas. (Choza, 1988, pág. 405)

El tipo de configuración de la identidad personal a través de las relaciones sociales, al cual hace referencia el derecho romano, es la forma en la que la mayoría de las culturas concibe la identidad personal.

Posteriormente, aparece la noción de «yo» el cual, en el pensamiento contemporáneo, se utiliza para hacer referencia al sujeto. Por otra parte, en el psicoanálisis este término es usado como sinónimo de conciencia, y en el ámbito de la antropología sociocultural y la sociología se emplea el vocablo «yo» en un sentido similar al que se utiliza el de sujeto en el derecho romano.

Finalmente, aparece la noción de «sí mismo», el cual es utilizado en algunas escuelas de psicología para hacer referencia al «conjunto de fuerzas vitales del sujeto en su pureza biológica o bien moduladas por la cultura, incluyendo también la corporalidad» (Choza, 1988, pág. 409).

Por otro lado, de acuerdo con Juliana Marcus, especialista en sociología de la cultura, históricamente se han dado cambios en la forma como se entiende la identidad personal. En un inicio, se piensa en un sujeto centrado y con capacidades de razón, conciencia y acción, con una identidad como esencia fija. Después se habla de un sujeto social, en el que ya no es solo un individuo. Se considera el sujeto, entonces, como producto de una construcción social. «Por último, se configura un sujeto posmoderno descentralizado, sin identidad fija y permanente sino fragmentado y compuesto de una variedad de identidades que son contradictorias o no resueltas» (Marcús, 2011, pág. 107) . Esta autora plantea que la construcción de la identidad es un proceso dinámico, que ésta no es inmóvil ni fija; además es múltiple e inestable y siempre se construye en relación con otro.

La identidad no es un producto estático cuya esencia sería inamovible, definida de una vez y para siempre por el sistema cultural y social ésta varía y se va configurando a partir de procesos de negociación en el curso de las interacciones cotidianas. (Marcús, 2011, pág. 108)

Lo que nos muestra es que por mucho tiempo la noción de identidad estuvo relacionada de manera implícita o explícita con el concepto de individuo o de sujeto (que es una idea cartesiana). No obstante, más adelante empieza a tomar fuerza la idea de que la identidad puede ser el resultado no sólo de un sujeto pensante y autodeterminado sino producto de las relaciones sociales, las cuales terminan aportando la mayor parte de lo que constituye nuestras identidades.

1.3 Identidad como ser social

La identidad como producto de las relaciones con los demás, suele ser conocida como el interaccionismo simbólico, y se basa en el estudio de los símbolos y la interacción para entender la identidad individual y la organización social. Esta corriente teórica surge en un inicio desde la sociología, pero luego es acogida por la antropología y la psicología, y plantea que las personas se definen de acuerdo con el contexto social, lo que depende de las interacciones que el individuo tenga con otros.

Aquí se evidencia más claramente la identidad personal concebida como identidad social, partiendo del planteamiento del sociólogo Herbert Blumer acerca de que el interaccionismo simbólico se basa en tres supuestos: 1 - que los seres humanos se relacionan con las cosas y con ellos mismos, de acuerdo con los significados que los objetos y las personas tienen para ellos. 2 - que esos significados son producto del proceso de interacción social. 3 - que las personas seleccionan, utilizan y modifican esos significados, y esto se produce a través de un proceso activo de interpretación personal al tener que tratar con los objetos de su entorno. «El énfasis en la comunicación, el carácter procesual de la realidad social, así como el papel mediador y constructivo de las representaciones, se desprenden de inmediato de esos supuestos» (Torregrosa Peris, 1983, pág. 225) Así que se puede entender la identidad personal como resultante de un proceso social. Por otro lado, en el concepto del yo-reflejado en otro, el sociólogo Cooley plantea que una autoidea parece tener tres elementos principales:

[...] la idea de nuestra apariencia a la otra persona; la imagen de su valoración de esta apariencia, y cierto tipo de sentimiento sobre sí mismo, como orgullo o mortificación. La comparación con el espejo apenas sugiere el segundo elemento, que resulta fundamental, la imagen de la valoración del otro. Lo que nos mueve al orgullo o la vergüenza no es el reflejo mecánico de nosotros mismos, sino

un sentimiento atribuido, el efecto imaginado de este reflejo en la mente de la otra persona. Esto es evidente por el hecho de que el carácter y el peso de ese otro, en cuya mente nos vemos, hace toda la diferencia con nuestros sentimientos. Nos da vergüenza parecer evasivos en presencia de un hombre directo, cobarde en presencia de uno valiente, asqueroso a los ojos de uno refinado, etc. Siempre imaginamos, y al imaginar compartimos los juicios y valoraciones de la otra mente. (Cooley, 1902, pág. 184)

Otro de los pensadores relevantes en la historia del interaccionismo simbólico es George Herbert Mead quien plantea que lo social se antepone a lo individual; para él, el individuo como lo conocemos sería inconcebible sin un grupo social preexistente; es el grupo social el que posibilita el desarrollo de la autoconciencia humana. Antes de identificarnos con nuestro cuerpo o nuestro nombre somos identificados por nuestros padres, a través de ellos; la identidad personal es antes una identidad para otros, es desde y a través de los otros que nos conocemos. «Es precisamente esta alteridad inicial de nuestro propio yo lo que hace que la realidad radical de nuestra identidad personal no sea nuestro cuerpo, en el que obviamente tiene que apoyarse, sino las relaciones específicas con que hemos estado respecto de los otros» (Torregrosa Peris, 1983, pág. 223).

Entonces, si bien, como ya se había dicho, el concepto de identidad es visto de diferentes maneras a través del tiempo y abordado desde diversas disciplinas y, además, tiene que ver con tantos aspectos, al hablar de identificación no se hace solo referencia a querer ser como otros o a la identificación con, sino a esa identificación desde los otros.

Desde este punto de vista, la identidad está mediada no solo por los aspectos propios del ser humano sino también por las condiciones externas a éste, y solamente se puede construir a partir de la relación con el otro, pudiendo entender aquí a ese otro no solo como los demás sino también como todo el entorno cultural en el cual nos desenvolvemos; así, este entorno se convierte en un

espacio de accesos funcionales materiales y simbólicos compartidos con otros y a la vez un espacio de reconstrucción de significados.

1.4 Ideas contemporáneas sobre identidad

Fernando Broncano hace un análisis de las diferentes categorías en las cuales se agrupan conceptos de identidad personal desde la tradición académica contemporánea. En estas categorías se muestran varios enfoques de la manera en que se entiende la identidad, desde las concepciones centradas en la mente hasta las centradas en la acción. En una de ellas aparece la idea de Locke de que la identidad la confirma una mente particular; ésta establece que lo que hace que las personas sean seres idénticos «es que sus estados mentales son conjuntos particulares ligados por pertenecer a una mente» (Broncano, 2013, pág. 169). La mente está en continua transformación, con lo cual se evidencia que hay un flujo dinámico de estados, y la identidad se preserva solo si hay continuidad de éstos, ya que cada nuevo estado sería el resultado causal de la dinámica de los anteriores. Aquí Broncano menciona que este criterio fue propuesto por Locke, quien no admite la idea de un yo como una cosa separada del flujo mental; éste plantea que una persona es un ser autoconsciente, capaz de representarse a sí mismo (Locke, 1980).

También está el concepto de «el animal humano», que hace referencia a que la identidad personal «consiste en la particularidad que concede un cuerpo o bien, en forma extendida en el tiempo, que concede un cuerpo continuante en su historia vital» (Broncano, 2013, pág. 169). Un cuerpo es cambiante en el tiempo, por lo cual es el resultado de una historia, y cada cuerpo pertenece a una sola persona, lo cual implica esa particularidad de cada individuo. Eric T. Olson hace una crítica a diferentes planteamientos que hay acerca de la identidad personal, afirmando que el ser humano es un organismo biológico, que el contenido de la mente no es necesario para que este

organismo viva, y que en cambio esas relaciones mentales no podrían existir sin ese soporte biológico (Olson, 1999).

Por otro lado, se ha propuesto la teoría constitutiva que plantea que una persona es un sistema constituido por elementos heterogéneos como una mente y un cuerpo. Aunque esta teoría, a diferencia de las dos anteriores, implica tanto la mente como el cuerpo, aduce también que una persona es cambiante a través de su vida, lo cual implica que dependiendo del momento en el que esté, cada persona puede ser o no la misma.

En la teoría escéptica, hay una posición radical que afirma que la identidad personal no tiene importancia. Esta afirmación se debe a Derek Parfit, el cual plantea desde su tesis reduccionista que el hecho de que una persona persista en el tiempo no es por otra razón diferente a que tiene un cuerpo o componente físico y una mente o psique; y que hay diversos procesos físicos y mentales que se relacionan; lo cual implica que la identidad personal queda reducida a eso. Además, para que la identidad tenga importancia, tendríamos que afirmar que existe algo más, como un alma que trasciende la mente y el cuerpo; lo cual es una idea que, aunque no se hace del todo consciente, tenemos muy interiorizada y esto permea nuestra concepción de identidad (Parfit, 2004).

También está la teoría pragmática que defiende Carol Rovane quien plantea que una persona debe estar orientada en el espacio moral, es decir, que la identidad debe tener elementos que permitan diferenciar entre lo que es bueno o malo. Además, toda identidad se encuentra inmersa en una sociedad y tiene conciencia temporal, pues cada persona es un agente responsable de sus acciones y, por lo tanto, no puede desligarse de éstas.

Por otra parte, Paul Ricoeur habla de una identidad narrativa, la cual plantea que nuestra identidad se construye a partir de las acciones narradas, es decir que, al igual que en el planteamiento de Carol Rovane, no podemos desligarnos de nuestras acciones. Las personas narran sus vidas en términos de acciones, y en este sentido conservan a lo largo de toda la historia una identidad consecuente con la historia misma (Ricoeur, 2006, pág. 142).

Podemos ver entonces que la identidad personal es abordada desde distintas miradas, cada una de ellas con enfoques diferentes. Algunas de estas teorías se inclinan más hacia el cuerpo y otras hacia la mente como sus factores determinantes, pero todas concuerdan en que el ser humano está compuesto por una parte material y una simbólica (mente y cuerpo), y además en que estas partes son sustancialmente modificadas por el tiempo y por el espacio en el que habita la persona, lo cual sugiere que se forma un sistema entre cuerpo, mente y cultura. Esta es la idea que vamos a explorar a continuación, donde la identidad presenta un continuo entre mente, cuerpo, prótesis y entornos que se distribuye más allá de la presencia física, una identidad distribuida.

1.5 La identidad se distribuye

Hasta ahora hemos consolidado la idea de que la identidad personal es el resultado de un proceso de interacción que el ser humano tiene consigo mismo, con los otros y con su entorno (natural y artificial). El entorno cultural es constituyente, pues es el hábitat en el cual realizamos nuestras prácticas más distintivas como individuos o como sociedad. Ese entorno está conformado por redes de artefactos y hacia allá apunta la idea de que nuestra identidad se apoya y se distribuye en dicho entorno.

[...] el entorno técnico de la acción establece el marco de la acción. Nuestra forma de identidad más primaria está mediada por la conciencia sensoriomotora que surge de la distinción dentro/fuera

[...], y que crea los primeros esquemas corporales, el estar del cuerpo en el espacio. Ya desde este nivel primario, el espacio se configura técnicamente por el medio y la distancia de nuestras acciones. (Broncano, 2006, pág. 28)

Nuestros diferentes entornos son los escenarios en los cuales actuamos, y es imposible desligarnos de éstos, ya que el espacio se configura de acuerdo con nuestras acciones y nuestra identidad se va moldeando en esos escenarios.

En ese sentido, Álvaro Monterroza Ríos plantea que la cultura debe entenderse como un hábitat en el cual las personas transforman su cultura (material y simbólica) y la cultura a la vez transforma la identidad de los grupos humanos:

La cultura [...] sería un «ecosistema» de dispositivos materiales y simbólicos que generan efectos causales sobre sus individuos y que es creada por la agencia «extendida» de los seres humanos [...] si bien los arreglos de la cultura son creados por la capacidad agente de humanos, el entorno de artefactos y símbolos se revierten sobre la agencia humana y la configuran nuevamente; por esto hablamos de una agencia «extendida», esto es, una agencia mediada por artefactos y reconfigurada con la interacción de demás agentes humanos y el entorno artefactual [...]. De esta manera, un símbolo o un artefacto (ambos plasmados en sustratos materiales) son capaces de activar la mente y el cuerpo e iniciar una nueva cadena causal de acciones. Abren posibilidades que antes no eran viables, transmite experiencias e invitan a interactuar, pero también transforman en el tiempo la capacidad de actuar intencionalmente”. (Monterroza Ríos, 2018, págs. 107-108)

Esto nos indica que la cultura es algo más que lo meramente simbólico, y nos plantea una idea de ella basada en una red compleja de relaciones en las cuales personas, artefactos y símbolos realizan prácticas culturales de todo tipo, que son las prácticas identitarias de todos los grupos humanos. En tal sentido, las identidades o maneras de diferenciarnos están mediadas por los

artefactos y símbolos del entorno cultural, de los cuales nos hemos apropiado y corporizado. De esto se resalta que existe un soporte de objetos que establece las condiciones materiales para la posibilidad de dichas prácticas, además de ser también repositorios de una memoria colectiva.

Ahora bien, afirmamos que la identidad personal de un individuo está distribuida entre su presencia corporal (con sus modos de andar, hablar, gesticular, etc.); sus artefactos «incorporados» (vestimentas, accesorios, peinados, maquillajes, tatuajes, etc.); sus relaciones familiares y sociales; sus historias contadas; y los diferentes rastros de existencia en registros materiales (sus documentos públicos, sus creaciones técnicas y artísticas, sus imágenes, sus textos, sus videos, etc.). Es decir, la identidad personal es una «identidad distribuida» que se manifiesta de múltiples maneras en el espacio y tiempo.

Al hablar de identidad distribuida nos referimos a la relación que tienen los seres humanos con los diferentes entornos en los que habitan cotidianamente, alejándonos de la concepción tradicional que separa lo artificial y lo natural, lo espiritual y lo material. Según Diego Parente y Andrés Pablo Vaccari la experiencia no solo está condicionada por el entorno artificial, sino que es producto de la interacción entre seres humanos y artefactos.

Los logros cognitivos de nuestra especie no pueden ser explicados considerando solamente lo que ocurre dentro de nuestras cabezas; debemos estudiar además los roles cognitivos que cumplen los mundos materiales y sociales. Asimismo, el estatuto de los artefactos o sistemas técnicos que permiten la conservación de información no es el de simples “amplificadores” de una función ya instanciada biológicamente sino, más bien, el de reorganizadores holísticos de las capacidades cognitivas. (Parente & Vaccari, 2019, pág. 286)

Si bien estos dos autores están haciendo referencia a la capacidad cognitiva de los seres humanos, esto mismo sucede con la identidad, ya que los conocimientos del individuo forman parte de ella al igual que muchos otros aspectos. Podría decirse entonces que el ser humano ya no es aquel que se percibe como el sujeto biológico, ajeno a las mediaciones materiales, pues «se convierte en un nudo que coordina exitosamente medios externos e internos» (Parente & Vaccari, 2019, pág. 286). Esta idea ya había sido planteada unos años antes por Andy Clark, quien afirma que los seres humanos somos ciborgs, como sistemas humanos – tecnológicos «cuya mente e identidad se extiende a la totalidad del sistema biológico y del sistema de circuitos no biológicos» (Clark, 2007, pág. 104). Con esto se evidencia que la naturaleza del ser humano es híbrida entre lo biológico y lo tecnológico, ya que las tecnologías que se encuentran en nuestro entorno, no solo posibilitan el almacenamiento externo o transmiten ideas, sino que generan verdaderos cambios en nuestra capacidad mental, y esto lleva a que nuestras identidades estén «cada vez más entremezcladas en una matriz de máquinas, herramientas, accesorios, códigos y objetos diarios semiinteligentes» (Clark, 2007, pág. 105).

Como especie nos hemos adaptado siempre, tanto física como mentalmente, a las herramientas disponibles en los entornos, pero las herramientas, con los cambios en sus diseños, también se amoldan a nosotros, existiendo una línea muy delgada entre el ser humano y éstas, hasta el punto de que las tecnologías dejan de ser una herramienta y se convierten en parte de la estructura mental del individuo.

...Continuarán siendo herramientas sólo en el débil y, en definitiva, paradójico sentido en el que mis propias estructuras neuronales que funcionan en el nivel inconsciente (el hipotálamo, el córtex parietal posterior) son herramientas. No es que yo "use" realmente el cerebro, sino que el funcionamiento del cerebro forma parte de lo que me hace ser quien soy y como soy. Lo mismo sucede con estas nuevas olas de tecnologías perceptivas e interactivas; a medida que nuestros

mundos se vuelven más perspicaces y van conociéndonos cada vez mejor, es cada vez más difícil precisar dónde acaba el mundo y dónde empieza la persona. (Clark, 2007, pág. 106)

Para concluir, podemos ver cómo el concepto de identidad (personal o colectiva) se ha abordado a lo largo del tiempo por diferentes autores y ha sido trabajado desde distintas disciplinas, sobre todo desde la filosofía. Encontramos que el ser humano siempre está en busca de comprender cómo nos perciben los otros y cómo nos percibimos nosotros mismos, tratando de encontrar siempre nuestra mejor versión. En este capítulo se evidencia que la identidad personal va más allá de nuestro cuerpo biológico, y se distribuye en los diferentes entornos que habitamos.

Se puede decir entonces, que la identidad personal está distribuida entre la presencia corporal y las relaciones con uno mismo y con los demás en los entornos (1) natural, (2) cultural y (3) digital. Como lo plantea Javier Echeverría (Echeverría Ezponda, 1999) (Echeverría Ezponda & Sanchez Almendros, 2020), en el primer entorno como seres físico-biológicos; en el segundo entorno como ciudadanos, y desde hace algún tiempo, también, como «tecnopersonas», «cuyas acciones se desarrollan en un nuevo espacio - tiempo social posibilitado por las tecnologías digitales, al que denominamos tercer entorno, para marcar su relevancia y sus diferencias respecto a los entornos humanos tradicionales» (Echeverría Ezponda & Sanchez Almendros, 2020, pág. 90). Así, el mundo está conformado por una gran cantidad de elementos tanto materiales como simbólicos, y éstos forman parte de nuestras vidas todos los días. Por lo tanto, no se podría pensar a un ser humano desconectado de esta realidad, de todo ese entramado que se genera entre artefactos, símbolos, naturaleza y cuerpo biológico.

Capítulo 2. El entorno digital y las redes sociales

En este capítulo se examina el entorno digital como un nuevo espacio social para la presentación de las identidades personales; entendiéndose que el ciberespacio, en la construcción de la identidad, no es solo una extensión sino incluso constitutivo. Por supuesto, ese espacio social no es neutral y ha generado nuevos problemas, de los cuales presentaremos algunos de ellos, los más comunes entre la población que nos interesa en este trabajo de grado, la de los adolescentes.

2.1 El entorno digital

Dentro del entorno cultural en el cual se distribuyen las identidades personales ha emergido uno en particular que por sus cualidades y características telemáticas redimensionan el espacio y el tiempo; éste es el llamado entorno digital (el ciberespacio), el cual, aunque tiene un sustrato material (servidores, redes, conmutadores, etc.,) se manifiesta principalmente con elementos simbólicos informacionales que hacen parte constitutiva de los entornos culturales contemporáneos. La idea de este entorno (tercer entorno) es tomada de Javier Echeverría (1999) y nos servirá para comprender de qué manera el entorno digital se ha vuelto constitutivo en las identidades personales, en especial para los más jóvenes debido a la familiaridad con la que interactúan.

En efecto, Javier Echeverría plantea la existencia de diferentes espacios sociales o «entornos» en los cuales habitamos simultáneamente. Según él, los humanos nos hemos adaptado e interactuado tradicionalmente a lo largo de la historia en dos grandes entornos: el entorno natural y el entorno urbano, que denomina de manera resumida: Naturaleza y Ciudad (Echeverría Ezponda, 1998). El primer entorno refiere al entorno natural:

El primer entorno ... sería aquel que gira alrededor del ambiente natural al ser humano: el cuerpo humano, el clan, la familia, la tribu, las costumbres, los ritos, las técnicas de producción, la lengua, la propiedad ... serían algunas de las formas humanas y sociales características del primer entorno. (Echeverría Ezponda, 1999, pág. 28)

Para los propósitos de comprender la identidad, consideramos que el cuerpo desnudo y las relaciones familiares y de grupo serían la parte de ésta que se encuentra en el primer entorno. Es decir, el conjunto de características distintivas como nuestra raza, altura, el sexo, color de piel, familia, etc., que heredamos.

El segundo entorno se refiere al espacio social de una ciudad o un pueblo, el cual contiene una serie de elementos culturales, que abre un nicho para que la vida social sea posible como tradicionalmente la conocemos.

El segundo entorno ... sería aquel que gira alrededor del ambiente social de la ciudad y del pueblo, es un entorno urbano, es un entorno social y cultural. Los espacios urbanos han desarrollado diversas formas sociales constitutivas de las maneras del segundo entorno: el vestido, el mercado, el taller, la empresa, la industria, la ciudad, el estado, la nación, el poder, la iglesia, la economía, ... y donde la sociedad industrial sería su forma más desarrollada. (Echeverría Ezponda, 1999, pág. 42)

Como lo interpretamos, el segundo entorno nos provee el conjunto de elementos culturales que también sostienen nuestra identidad, como los objetos de uso cotidiano, los vestidos, el género, las ciudades y barrios dónde vivimos, las habilidades, las normas de conducta, la educación recibida, las creencias religiosas, el nombre recibido, el número de documento de identidad, la nacionalidad, etc. Ya en 1999, Javier Echeverría estaba planteando un «tercer entorno» como

espacio social, basado en las tecnologías de la información y las comunicaciones y la, todavía incipiente, Internet de la época. Según él:

Diversas tecnologías de interrelación a distancia han posibilitado en el siglo XX la aparición de un Tercer Entorno, que rompe con esas estructuras topológicas y métricas, instituyendo ámbitos reticulares, transterritoriales e incluso transtemporales de interacción a distancia... (Echeverría Ezponda, 1998, pág. 8)

Este tercer entorno, dice, crea una ciudad planetaria que se superpone a los otros dos entornos y genera nuevas formas de interrelación humana y social, que se añaden a las previamente establecidas y que, ocasionalmente, entran en conflicto entre ellas.

[...] el tercer entorno es un nuevo espacio-tiempo social. Su estructura influye sobre las actividades que se producen en él y por ello es imprescindible adaptarse a esta estructura, diferenciándola muy claramente de otros espacios sociales tradicionales, como los escenarios del primer y segundo entorno ... Por tanto, el cambio tecnológico es un factor de cambio estructural en el tercer entorno. De ahí el ritmo vertiginoso de transformación experimentado por ese espacio en las últimas décadas. (Echeverría Ezponda, 1999, pág. 155)

Desde entonces, el tamaño y variedad de estos entornos digitales han ido creciendo geométricamente hasta transformar gran parte de nuestra vida social, con consecuencias que apenas estamos empezando a comprender. A continuación, presentamos una serie de cualidades distintivas del tercer entorno que Echeverría planteó en 1999 (Echeverría Ezponda, 1999, pág. 145), y que clasificó en cualidades matemáticas, físicas, epistémicas y sociales entre los diferentes entornos.

Tabla 1. Cualidades del tercer entorno con respecto a los otros dos

PRIMER Y SEGUNDO ENTORNO (E1 Y E2)	TERCER ENTORNO (E3)
Proximal	Distal
Recintual	Reticular
Material	Informacional
Presencial	Representacional
Natural	Artificial
Sincrónico	Multicrónico
Extensión	Compresión
Movilidad física	Fluencia electrónica
Circulación lenta	Circulación rápida
Asentamiento en tierra	Asentamiento en el aire
Estabilidad	Inestabilidad
Localidad	Globalidad
Pentasensorial	Bisensorial
Memoria natural interna	Memoria natural externa
Analógico	Digital
Diversificación semiótica	Integración semiótica
Homogeneidad	Heterogeneidad
Nacionalidad	Transnacionalidad
Autosuficiencia	Interdependencia
Producción	Consumo

Estas cualidades no son del todo precisas y algunas son bastante confusas; por ejemplo, su distinción natural/artificial o el «asentamiento en tierra»/«asentamiento en el aire» que, para nuestro concepto, dan a entender cierta incomprensión de parte del funcionamiento de las tecnologías digitales. Aunque en 1998 Javier Echeverría habló de tecnologías como el teléfono, la televisión, el dinero electrónico, sostuvo que Internet era la calle mayor de Telépolis en fase de pavimentación, ampliación y expansión (Echeverría Ezponda, 1998, pág. 9). En perspectiva consideramos que se quedó corto porque, al final, Internet terminó subsumiendo en ella a las demás tecnologías, digitalizándolas en línea. En nuestro concepto, el tercer entorno es, casi

literalmente, el entorno digital que emerge de los otros dos entornos y crea un espacio cultural, social y político a escala global.

Las redes sociales hacen parte de ese entorno digital, conformado por dispositivos informáticos, servidores, rúters, redes, etc., y considerado no sólo un espacio informático ciberespacial sino un nuevo espacio social en el que participan de múltiples maneras personas conectadas en todo momento sin importar prácticamente el lugar de conexión. En este espacio cambia la forma en que nos relacionamos con el mundo, las maneras de comunicarnos, de interactuar con los otros, de adquirir información y conocimiento, de divertirnos, etc., sin que sea necesario, como en el pasado, ir a un lugar físico.

En consecuencia, la identidad también se distribuye en este tercer entorno y se manifiesta en nuestras fotos compartidas, comentarios, me gusta, perfiles de redes sociales, blogs, escritos, videos compartidos, publicaciones hechas (académicas o no), etc. Si pudiéramos hacer la investigación de una persona nacida en un entorno urbano, podríamos reconstruir gran parte de su identidad con la información pública personal compartida en la web y las redes sociales.

Javier Echeverría y Dolores Sánchez han propuesto recientemente la noción de «tecnoentornos» (Echeverría Ezponda & Sanchez Almendros, 2020, pág. 22) para los entornos digitalizados, y las «tecnopersonas» para las personas con «máscaras digitales» que usan los usuarios de internet y de las redes sociales:

[...] las personas son entidades relacionales que surgen a partir de interacciones humanas basadas en el uso de diversas máscaras por parte de cada sujeto, sea este individual o colectivo. Maquillarse y vestirse han sido y son formas cotidianas de personificarse, es decir, de verse a sí mismo como persona ante el espejo y de presentarse así a los demás para interactuar y hacer lo que corresponda. (Echeverría Ezponda & Sanchez Almendros, 2020, pág. 20)

Consideramos que los autores tienen razón en su afirmación, pero no estamos seguros de que el término «máscara» sea el más adecuado, porque supone que existe una identidad real detrás de la «máscara». Para nuestro concepto, no hay máscaras porque incluso nuestros perfiles públicos digitales hacen parte de la identidad.

[...] su identidad viene marcada en primera instancia por la mismidad de las acciones, no de las personas. Al estar interrelacionadas mediante dispositivos tecnológicos, y al hacer lo mismo, o cosas muy parecidas, surgen las tecnopersonas colectivas, sin perjuicio de que cada persona concreta tenga sus propias intenciones y objetivos al teclear en pantalla. Se trata de una identidad basada en el uso de las tecnologías y en la interrelación informatizada, no en la conciencia de formar parte de un colectivo de tecnopersonas. (Echeverría Ezponda & Sánchez Almendros, 2020, pág. 86)

Tampoco estamos seguros de qué tan pertinente sea llamar a las personas con vida activa en el mundo digital «tecnopersonas», pues, alude a un nuevo tipo de persona sin tener claro cuándo y dónde empieza la división. En nuestro concepto somos las mismas personas, simplemente que tenemos acceso masivo a nuevos andamios digitales y creamos una vida pública más allá de la presencia corporal.

También es cierto que en el entorno digital surgen nuevos «lenguajes digitales», con nuevas nociones de espacio y tiempo, que llegan para unirse a los lenguajes que conocemos tradicionalmente. Este entorno es un ámbito en el cual se encuentran las personas más allá de sus cuerpos físicos y de sus formas tradicionales de relacionarse y presentarse ante los otros; allí podemos reencontrarnos con viejas relaciones y seguir construyendo nuevos vínculos; pero, además de ser espacios de socialización, son espacios de autodescubrimiento y expresión. Allí

surgen comunidades que se crean de acuerdo con ideologías, tendencias, gustos, intereses particulares en lo académico, entretenimiento, consumo, relaciones, etc.

Estas comunidades virtuales han entrado a ser parte fundamental de la interacción de millones de personas a nivel mundial, cambiando las prácticas sociales y formas de comunicación interpersonal tradicionales, generando nuevos lenguajes y formas de socialización, así como nuevas maneras de identificarnos y representarnos a nosotros mismos (Aguilar Rodríguez & Said Hung, 2010, pág. 192). En este sentido, se puede observar que estamos ante un fenómeno social muy importante, ya que las posibilidades que brinda el acceso a internet hacen que cada vez más jóvenes y adolescentes vivan una gran parte de sus vidas en estos entornos. No es que existan comunidades virtuales como comunidades por fuera de «lo real», es la realidad misma.

Quando hablamos de “lo virtual” no lo hacemos en contraposición a “lo real”, sino como un adjetivo que alude a un tipo de realidad “inmaterial” surgida de la interacción a través del ordenador, pero que también involucra a objetos y sujetos de carácter “material”. Dichos sujetos se valen de una plataforma tecnológica interconectada y con funciones informáticas para establecer diversos tipos de interacción dentro de un espacio abierto, fragmentado y, sobre todo, dinámico (Arcila Calderón, 2010, pág. 71).

Algunos debates sobre el medio digital giran en torno a que si estos espacios son sólo nuevos medios de comunicación o si son un tipo de soporte al cual adaptamos nuestros sistemas de comunicación e interacción.

En este debate, puede ser útil ubicarse en uno de los extremos del análisis socio-tecnológico, por ejemplo, en la posición McLuhiana, para entender que la plataforma digital, más que un mero soporte, constituye un medio capaz de fungir como una extensión de nuestro cuerpo, específicamente de nuestro sistema nervioso. Veamos, cada vez que hacemos clic sobre el ratón,

tecleamos un “intro”, tocamos una pantalla sensible o accionamos un dispositivo por voz, caemos en un intercambio en donde el medio digital es el vehículo de nuestras intenciones para convertirlas en acciones, concretando así la prolongación de nuestras facultades en el intercambio sujeto-medio (Arcila Calderón, 2010, pág. 72).

También habría que mencionar que la rápida masificación del acceso a Internet en la última década no se dio sólo a través de puntos fijos con los computadores, sino que los dispositivos móviles de bajo costo y de bajo consumo, como los «smartphones» y las «tabletas», abarataron y posibilitaron el acceso de muchas personas que no tenían ni la posibilidad económica ni los conocimientos y habilidades que se requerían para manejar los típicos dispositivos fijos de cómputo. Meritxell Pérez nos da unos apuntes sobre esto:

La capacidad de interacción de los ordenadores, clave de la masificación de los medios y el uso de las tecnologías, fue posible gracias al avance en las telecomunicaciones y redes informáticas. Pero si hay un elemento que ha sido crucial para desarrollar esta cultura digital, son los dispositivos portátiles, como el teléfono móvil y en especial su evolución a los Smartphones o teléfonos móviles inteligentes. Lo que hizo posible, no sólo permitir la comunicación a través de llamadas, sino, acceder a Internet desde estos aparatos en cualquier momento y lugar de nuestra vida (Pérez, 2017, pág. 1).

En síntesis, el entorno digital no es ya ése al que sólo se podía acceder con conocimientos y equipos costosos de principios del siglo XX, sino que su masificación ha hecho realidad un tercer entorno cotidiano en el que millones de personas tenemos un espacio social en que hacemos prácticas que ya nos parecen cotidianas.

2.2 La sociabilidad está conformada en redes

El concepto «redes sociales» existe desde mucho antes que la Internet y el entorno digital como lo conocemos hoy en día. Las redes sociales son las comunidades en las que los seres humanos se han agrupado siempre para desempeñar determinadas actividades que tienen en común ya sea por gusto o necesidad. Son el resultado de relacionarnos con el otro, construir diferentes vínculos, etc., es decir, esas redes que nos permiten vivir en comunidad. Por supuesto, dichas comunidades no son estáticas, sino que experimentan cambios a través del tiempo, dependiendo de las exigencias culturales y sociales de cada época. Desde nuestro nacimiento estamos inmersos en «redes sociales» como lo son la familia, los amigos, la escuela, etc., en las que mantenemos diferentes relaciones afectivas o de conveniencia, que surgen dependiendo de los intereses que tengamos en común.

En la actualidad, al referirnos a las redes sociales aludimos a las redes sostenidas en plataformas digitales, conformadas por comunidades que se relacionan telemáticamente con otras personas dependiendo de sus intereses. Las personas siempre han necesitado ese vínculo con los otros y siempre han buscado la aprobación de éstos, por lo que se configuran los roles y se va construyendo su identidad para mostrarse en esos diferentes espacios de socialización en los cuales debe desenvolverse cotidianamente. Como vemos aquí, esos espacios ya no son solo físicos; con el paso del tiempo el ritmo de vida ha cambiado, y han surgido necesidades de interactuar con los otros de manera casi instantánea con nuevas formas de relacionarse y nuevos espacios de socialización, comunicación, trabajo, educación, entretenimiento, que no serían posibles con los medios tradicionales.

El origen de las redes sociales virtuales (de ahora en adelante, sólo «redes sociales») se remonta a los últimos años de la década de 1990:

Algunas fuentes sitúan el origen de las redes sociales en Internet en el año 1995, cuando se crea classmates.com, una red diseñada con el objetivo de que los usuarios pudiesen localizar y mantener el contacto con antiguos compañeros de estudios. En el año 2002 comienzan a aparecer sitios Web que promocionan las redes de círculos de amigos en línea, adquiriendo popularidad en el año 2003. Lo que se inició como una forma de búsqueda nostálgica se ha extendido de tal manera que, en la actualidad, redes como MySpace, Tuenti o Facebook permiten que millones de jóvenes, y no tan jóvenes, se comuniquen en todo el mundo a través de ellas (Espinar Ruiz & González Río, 2009, pág. 90).

Oscar Giovanni Fonseca Mantilla (2015, pág. 76) cita a diversos autores que han definido las redes sociales como un fenómeno social desde su disciplina. Carlos Lozares, por ejemplo, dice que «las redes sociales pueden definirse como un conjunto bien delimitado de actores (individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales, etc.) vinculados unos a otros a través de una relación o un conjunto de relaciones sociales» (Lozares, 1996, pág. 108). Carlos Barriuso Ruiz habla de que «cada una de las distintas redes sociales [...] segmenta grupos de población con un interés o afinidad común que los caracteriza». Tejiéndose y ampliándose «con personas que comparten ideas, necesidades, aficiones, intereses, objetivos o gustos afines y específicos» (Barriuso Ruiz, 2009, pág. 303).

Para David Caldevilla Domínguez, las redes sociales son las grandes protagonistas actuales de la sociedad digital; además las describe como generadoras de nuevas formaciones mundiales y hace énfasis en el gran poder y la importancia que están adquiriendo (Caldevilla Domínguez, 2010, pág. 46). Por otro lado, Danah M. Boyd y Nicole B. Ellison definen las redes sociales como sitios que proveen servicios basados en la web que permiten a las personas construir un perfil público o semipúblico dentro de este sistema; además pueden articular una lista de otros usuarios con quienes comparten una conexión, y ver y recorrer su inventario de conexiones y las realizadas por otros dentro del sistema (Boyd & Ellison, 2007, pág. 210). Juan José de Haro dice que «las redes

sociales son estructuras compuestas por personas u otras entidades humanas las cuales están conectadas por una o varias relaciones que pueden ser de amistad, laboral, intercambios económicos o cualquier otro interés común» (de Haro, 2010, pág. 204).

Así, podemos encontrar muchos otros que nos dan definiciones acerca de las redes sociales, y aunque hay algunas diferencias, todos apuntan a lo mismo: éstas son espacios virtuales, en los cuales se crean comunidades de personas que se relacionan según sus intereses, que nos permiten estar conectados con los otros y que forman parte del entorno digital.

Ahora bien, después de haber visto algunas definiciones que hay acerca de lo que son las redes sociales virtuales, podemos decir entonces que, con la llegada de Internet, también llega la posibilidad de extender nuestras actividades cotidianas, nuestras relaciones sociales; en otras palabras, nuestra identidad. La creación de comunidades o redes virtuales nos genera una cantidad de cambios no solo en la manera de vivir sino también en la forma como nos percibimos nosotros mismos, cómo nos perciben los demás usuarios de las redes sociales, y cómo queremos que nos perciban. La aparición de estas plataformas ha modificado el comportamiento de los seres humanos; se rompen barreras culturales, económicas, sociales, geográficas, lingüísticas, a escala global. Los individuos pueden incluso trabajar desde un país diferente al que pertenece la empresa para la cual laboran.

De acuerdo con Meritxell Pérez, se generan vínculos, «se multiplican, comparten, configuran y desconfiguran. Los usuarios se convierten en emisores y receptores a la vez, ya que tienen la capacidad de participar e intervenir de forma activa en los mensajes del resto de miembros [...]» (Pérez, 2017, pág. 2). Así se van generando escenarios en los cuales se configuran conversaciones, intenciones, significados, interpretaciones, que se nutren a partir de imágenes y palabras que los usuarios intercambian constantemente.

Dentro de este panorama social virtual existen una serie de normas que influyen en su configuración como, por ejemplo: el acceso y pertenencia, la sencillez, su carácter público, la inmediatez, las capacidades comunicativas y expresivas, etc. Estos entornos, aparte de tener un gran potencial social y comunicativo, son un gran escenario para la educación, el arte, la publicidad y el marketing, pero, sobre todo, para la creación de nuevas identidades (Pérez, 2017, pág. 2).

No sólo los jóvenes, cada vez más personas de todas las edades y condiciones habitan estos espacios virtuales en los que pueden vivir su vida cotidiana en un mundo que les permite tener una vida social, laboral, escolar, etc.

Dentro de este nuevo universo en el que los individuos pueden intervenir de forma directa y activa en la Red, surge la necesidad de extrapolar y transportar las comunidades a las que pertenecemos en el mundo físico al virtual, así como la inquietud por querer descubrir, pertenecer y participar en nuevas comunidades hasta ahora inaccesibles debido a limitaciones geográficas. Lo más importante y lo que es el pilar angular de una comunidad virtual es que los miembros sientan que pertenecen y se identifiquen como un elemento importante en su desarrollo y como parte indiscutible de ella ante otros miembros (Pérez, 2017, pág. 50)

Aunque las redes sociales no son espacios físicos, nos permiten habitar en ellas y construir relaciones cuasiestables que pueden llegar a materializarse en el mundo físico; nos ponemos en contacto con comunidades que ya existían físicamente, pero también se crean otras que solo existen en el plano virtual. Las redes sociales, «han potenciado el poder de las comunidades, permitiendo que personas en diferentes lugares del mundo puedan colaborar e integrar su propia comunidad, cosa que hasta entonces era imposible, o ineficiente y complicado». (Gallego Vázquez, 2012, pág. 14).

Así, las redes sociales se han convertido en un entorno en el que se posibilita un nuevo método de auto presentación; mediante ellas, los adolescentes encuentran múltiples posibilidades de mostrarse, y pueden brindar información acerca de sí mismos de muchas maneras (a través de comentarios, fotografías, me gusta, reacciones, etc.). Los usuarios de redes sociales, «toman como referencia los modelos que se presentan (sus contactos, entre otros) y van modulando su interacción a partir del tipo de feedback recibido» (Renau, Xavier , & Ursula , 2012, pág. 98). En estos espacios virtuales, la imagen de sí mismo es determinante en los procesos de socialización y construcción de identidad.

Las redes sociales, como espacios que permiten a los usuarios relacionarse, compartir información, mantenerse en contacto, entre muchas otras acciones, son la nueva forma en que se representa gran parte de nuestra vida social, «pero también son el modo en el que se construye nuestra identidad *on-line* y el cauce mediante el que se agrega y comparte nuestra actividad en la red» (Orihuela, 2008, pág. 58).

Además, el hecho de que la tecnología sea móvil implica que la información casi siempre está al alcance y permite estar en contacto instantáneo con otros todo el tiempo y desde cualquier lugar, es decir, que las relaciones a través de las redes sociales virtuales no tienen un lugar geográfico específico.

2.3 Los adolescentes y las redes sociales

Las interacciones de los adolescentes a través de las redes sociales se acoplan con las formas tradicionales; éstos las utilizan para la autopresentación, con la facilidad de estar conectados todo el tiempo debido a las conexiones inalámbricas y a los dispositivos móviles, lo cual contribuye a la creación de comunidades virtuales sin una localización geográfica definida. Los jóvenes y

adolescentes hacen uso de las redes sociales para generar sentido de pertenencia y definir su identidad como colectivo.

Tal y como sucede en los espacios presenciales, en los entornos virtuales los rasgos de nuestra identidad nos proporcionan pistas acerca de lo que debemos o no debemos comunicar, para que dicha comunicación sea acorde con la representación que tenemos de nosotros mismos y con la que esperamos que tenga “el-otro” de nosotros. Asimismo, aquello que conocemos de nuestro alter comunicante (su identidad) nos obliga a adaptar nuestro repertorio a sus intereses y a las expectativas que él tenga de nosotros. Es una relación meramente recursiva, en la que la infraestructura (el medio digital) actúa como mediadora, pero la representación de “sí-mismo” (identidad) adquiere una especial importancia por ser generadora de contenidos y de relaciones que buscan negociar la interacción comunicativa que se establece (Arcila Calderón, 2010, pág. 70).

Ahora bien, el ser humano necesita responder preguntas de sí mismo como por ejemplo ¿quién soy yo?, para lo cual es necesaria la construcción de la identidad personal. «[...] La conformación del “yo” es un proceso complejo en el que intervienen diversos factores: desde predisposiciones personales e individuales, hasta el desarrollo de diversas habilidades suscitadas en los procesos educativos, sociales y del entorno» (Pérez, 2017, pág. 3). De esta manera, en las redes sociales la construcción de identidad es uno de los ejes principales de toda interacción. Estas identidades pueden tener elementos reales, pero también elementos ficticios, los cuales se vuelven reales debido al efecto que generan en los demás. Así, la identidad de *instagramer*, por ejemplo, está constituida tanto por sus rasgos físicos, sus gustos, su nombre y su modo de vestir, como también por los filtros y la paleta de color que utiliza frecuentemente en las imágenes que comparte. La frontera entre lo real y lo ficticio se vuelve débil en el mundo digital, precisamente porque las identidades se distribuyen y se apoyan en elementos exógenos digitales.

Pérez también afirma que en los perfiles profesionales, por ejemplo, la construcción de la identidad se rige por una actitud más formal, que se requiere para atraer la atención de empresas que pueden ofrecer una oportunidad laboral; en cambio, en los perfiles personales la identidad se rige por normas más informales, con el fin de presentar una imagen más familiar y cercana a los demás miembros; el cuerpo físico, entonces, «queda relegado o materializado a través de la imagen dentro de las Redes Sociales y la Red en general» (Pérez, 2017, pág. 3).

Si bien, como se dijo en el capítulo uno, en la construcción de la identidad personal influyen tanto las condiciones físicas propias del individuo como las condiciones externas a éste, en las redes virtuales, «[...] se amplifican los factores que intervienen a la hora de construir y gestionar una identidad digital. Dichos elementos que construyen la identidad online dependen de estímulos visuales, el lenguaje y la propia forma de interactuar en estas plataformas». (Pérez, 2017, pág. 121) Más aún, las herramientas que nos proporciona el mundo digital nos otorgan capacidades que no teníamos antes, ya que surgen nuevas posibilidades de estar conectados permanentemente, lo cual genera una extensión en el espacio y en el tiempo de elementos distintivos propios, es decir, de nuestra identidad.

En este sentido, el concepto de identidad se hace múltiple, fluido, distribuido y heterogéneo. Incluso el concepto que cada persona tiene de sí misma se integra como una pieza más en una red más amplia que es donde cobra sentido. Y es que cuando se incorpora la informática ubicua al individuo de manera permanente cambia el propio sentido de uno mismo. Incluso muchos objetos digitales terminan siendo extensiones de la construcción mental de un pensamiento (Telefónica, Fundación, 2013, pág. 14).

De este modo, al tener acceso en tiempo real a gran cantidad de información, pensamientos, imágenes, noticias, sentimientos, etc., se va construyendo y configurando la identidad de los

individuos. «Los perfiles creados dentro de las Redes Sociales, son el equivalente a una ventana a través de la cual nos damos a conocer dentro de estas plataformas virtuales» (Pérez, 2017, pág. 122). Aquí, las personas y en este caso específico los adolescentes, se presentan como quieren que los otros los vean o como creen que los otros los quieren ver, por lo cual, debido a la necesidad de hacer parte de o ser aceptados por, se esfuerzan en construir una identidad acorde a los estándares aprobados por cada comunidad o red virtual y así lograr una mayor visibilidad y ser influyentes dentro de dicha comunidad.

Por otro lado, está la socialización dentro de las redes sociales. Cuando hablamos de socialización, hacemos referencia al proceso mediante el cual la persona aprende durante su vida elementos sociales y culturales del medio en el que habita. Éstos se convierten en parte de su identidad mediante la influencia de las personas y las experiencias significativas, lo cual propicia que el individuo se adapte y entre a formar parte del nuevo entorno social.

Según Carlos Arcila Calderón, los lazos sociales que un individuo establece tanto en los aspectos relacionados con normas y regulaciones, como con las capacidades de los sujetos para establecer una interacción social, «refieren a las necesidades del ser humano de involucrarse con su entorno en términos de pertenencia, cuya base motor es la creación de relaciones para la convivencia» (Arcila Calderón, 2010, pág. 99).

Debido a la necesidad del ser humano de pertenecer a un grupo, surgen condiciones asociadas a nuestro lugar en éste, lo cual es necesario en el proceso de interacción social, ya que facilita las formas de socialización. Dichos procesos, mediante los cuales, los adolescentes se relacionan con los otros, se dan mediados necesariamente por la comunicación, y es a partir de allí donde éstos adquieren elementos necesarios para interpretar el mundo en el que están inmersos. Esto reafirma lo que hemos dicho en secciones anteriores, que la identidad de los adolescentes se va

construyendo mediante la interacción con los otros y el mundo que los rodea; lo cual nos lleva a entender las redes sociales como un agente de socialización que influye en los procesos de construcción de identidad. Al igual que en los espacios tradicionales de socialización, en el entorno digital existen relaciones de: competencia, conflictos, cooperación, solidaridad, entre otras. Es decir que, «los entornos virtuales se convierten en nuevos espacios para el intercambio humano, para el modelamiento mutuo entre las reglas que se imponen desde la “estructura” y la capacidad de “acción-en-el-mundo” que poseen los actores» (Arcila Calderón, 2010, pág. 100).

En cualquier caso, lo que es necesario reconocer es que las interacciones virtuales pueden convertirse –al igual que en los espacios de co-presencia- en *prácticas ritualizadas* que contribuyen en la formación de estructuras sociales. A través de normas, valores y posiciones sociales el sistema es capaz de marcar límites para la interacción. La diferencia entre la socialización de los sujetos (entendida como una construcción permanente) en los espacios físicos y aquella que tiene lugar en los entornos virtuales viene dada básicamente por la mediación de las herramientas informáticas que se convierten en la infraestructura de la interacción. (Arcila Calderón, 2010, pág. 101)

Las redes sociales les permiten a los adolescentes mantener vínculos de amistad, de afecto e incluso tener relaciones románticas que de otra manera no serían posibles por la distancia geográfica o por otros factores, es decir, construir relaciones significativas. Vemos entonces que «la sociabilidad virtual, no implica únicamente que las relaciones se despersonalicen, sino más bien al contrario, amplían esos modos y formas de comunicación que teníamos con la comunicación personal, o cara-a-cara» (Carrillo Pascual, 2015, pág. 153).

El caso de Facebook no es muy diferente al de las demás redes sociales, ésta, al igual que muchas otras, es uno de los escenarios donde más actividad tienen los adolescentes; ella, «permite, de manera libre, acceder a abrir una cuenta y desde ella comenzar una configuración donde el usuario empieza a elaborar un juego de roles que van a armar las vías de interacción con otros

individuos dispuestos a hacer parte del constante movimiento en redes». (Tole Santa, 2020, pág. 8)

Como se mencionó anteriormente, las redes sociales, en este caso Facebook, permiten no solo establecer relaciones, sino que también se comparten intereses de todo tipo y además facilita el presentarse ante los demás de una manera que los hace sentir más seguros que en el mundo real ya que existe la posibilidad de editar los contenidos que se comparten.

Podemos decir que Facebook es muy amigable ya que posibilita el estar en contacto con las personas que se desee, se pueden compartir detalles de nuestra vida y a la vez espiar la de los demás, y también se generan sentimientos que pueden llegar a ser muy satisfactorios al obtener reacciones o comentarios respecto a nuestras publicaciones. Allí, existen múltiples alternativas para compartir los contenidos favoritos con los demás usuarios como, por ejemplo, comentarios, fotos, memes y videos; también existe la posibilidad de hacer transmisiones en vivo, «aquí los jóvenes transmiten lo que están haciendo, imitando conductas para cumplir los estereotipos enmarcados en las redes sociales». (Cañas Castro, Gutiérrez León, & Sierra Pareja, 2017, pág. 16) y como ya se ha dicho, los adolescentes y usuarios de Facebook en general, tienen cuidado de realizar sus contenidos buscando la aceptación por parte del otro o logrando construir la autoimagen que desean mostrar.

Ahora bien, en Facebook los adolescentes diariamente se enfrentan a gran cantidad de información con la cual interactúan cuestionándola o confirmándola de acuerdo con determinados puntos de vista éticos que aprendieron de la sociedad en la cual viven. (Cañas Castro, Gutiérrez León, & Sierra Pareja, 2017, pág. 15) estas interacciones satisfacen la necesidad de relacionarse dejando de lado las limitaciones del mundo físico.

En este sentido, podemos decir que los adolescentes, en gran medida, se han vuelto dependientes de una red social, en este caso de Facebook, en la cual buscan una identidad ante la sociedad, y el reconocimiento de sus semejantes mediante un entorno virtual (Cruz Quilca & Jurado Collaguazo , 2019, pág. 1)

2.4 Nuevas tecnologías, nuevos problemas

Este nuevo espacio de interacción social se basa en plataformas comerciales que responden principalmente a intereses privados, los cuales son los que normalmente tiene cualquier corporación. Esto tiene que ver con aumentar las utilidades para sus inversionistas. La gran fuente de entrada de recursos económicos de las plataformas que soportan las redes sociales es la publicidad, lo que hace que el diseño de éstas sea para mantener el mayor tiempo posible la atención de sus usuarios y así poder ofrecer publicidad bajo los perfiles individuales de éstos. Por sí mismo ello no parece ser algo moralmente escandaloso, pero sí nos lleva a la conclusión de que puede traer problemas nuevos que ya han sido identificados por diferentes autores, problemas que no existirían si no fuera por las redes sociales.

Con lo anterior resaltamos que cuando decimos que las redes sociales son soportes de la identidad de los adolescentes, no queremos afirmar que sean plataformas neutrales, pues su concepción y algoritmos están diseñados para mantener la atención y crear nuevas adicciones. Los problemas van desde la idealización de estereotipos, la necesidad de estar conectados, la pérdida de la privacidad, hasta otros más serios, como el ciberbullying o el escrache social. Veamos a continuación algunos de estos problemas.

2.4.1. La idealización de estereotipos

La presentación del «yo» de los adolescentes en redes sociales está mediada por algunos estereotipos que cumplen con los estándares aceptados en cada uno de estos espacios, por lo que (al igual que sucede en la vida fuera de línea), la realidad de cada individuo se presenta fragmentada; por lo general se muestran solo las partes agradables, que implican alegría y bienestar en sus vidas, lo cual genera una imagen positiva ante los otros, necesaria para agradecerles, pero oculta los defectos y aspectos negativos. Cada uno de los «elementos o contenidos que se publican han sido previamente revisados, seleccionados y, en algunos casos, retocados para presentar una imagen favorecedora de nosotros mismos» (Pérez, 2017, pág. 124). Lo anterior, con el fin de adecuar la manera en que nos mostramos, teniendo en cuenta las expectativas que creemos que las personas con las cuales nos relacionamos tienen de nosotros.

¿Y qué tiene de malo presentar sólo nuestros aspectos positivos? Pues como lo hemos afirmado anteriormente, las fronteras entre lo físico y lo virtual son difusas, de la misma manera que lo real e irreal en nuestras vidas. Esto puede causar ansiedad, estrés y depresión entre los más jóvenes al no poder tener una vida como la soñada con sus referentes estereotípicos.

2.4.2. El postureo

El «postureo» es una palabra nueva para referirse a la propensión de adoptar ciertas costumbres o actividades con el fin de querer aparentar algo sin tener una auténtica convicción. El término proviene de las redes sociales y está relacionada con una necesidad casi patológica de aprobación. En las redes sociales la persona se presenta como un producto a vender y la imagen cobra mucha importancia; por eso, este fenómeno está asociado con la idealización de estereotipos .

Así entra un complicado juego de espejos con los personajes mediatizados donde se disparan procesos de identificación efímeros y fugaces, que promueven las numerosas ventajas de reciclar regularmente la propia personalidad al ser dirigida. (Fonseca Mantilla, 2015, pág. 74).

Estas posturas que los adolescentes aparentan son efímeras y cambiantes de acuerdo con las exigencias del momento, y las presiones para que proyecten una imagen según algunas reglas o códigos, y así sentir que encajan en el tejido sociocultural que son las redes sociales. El exhibicionismo moral está relacionado con el postureo, pues muchas de las publicaciones en las redes sociales hacen referencia a causas mayoritariamente nobles para así tener la aprobación al pertenecer a la mayoría moralmente correcta.

2.4.3. Síndrome del miedo a perderse de algo (FOMO)

Las redes sociales son la forma de estar conectados con el mundo todo el tiempo; la inmediatez hace que los usuarios, especialmente los jóvenes, estén informados de lo que sucede en cualquier parte, lo cual puede generar el deseo de estar enterados de todo y no perderse de nada.

El llamado síndrome FOMO es un acrónimo de la expresión inglesa *fear of missing out*, que quiere decir «miedo a perderse de algo», la expresión describe una nueva forma de ansiedad surgida con la popularización del móvil y las redes sociales, una necesidad compulsiva de estar conectados (Grupo Funcional de Seguridad Informática, UNAD, 2018); esa sensación constante de que otros están teniendo experiencias maravillosas las cuales nos estamos perdiendo, lo que genera mucha ansiedad y necesidad de estar conectados todo el tiempo para enterarse de qué están haciendo los otros, y no pasar por alto ninguna oportunidad de interacción social o alguna experiencia o evento satisfactorio.

En las redes sociales hay una cantidad de actividades de las cuales las personas podrían estar participando en todo momento, y que proporcionan múltiples oportunidades de interacciones sociales, por lo cual muchas veces son tantas las opciones que no alcanzamos a abarcarlas, y ésta es una de las situaciones que generan ansiedad, ya que se tiene la sensación de que los otros están teniendo mejores experiencias que nosotros y que nos estamos perdiendo de muchas cosas.

En casos extremos se puede perder el contacto con la realidad, y la imaginación hacer malas jugadas, ya que pasa a ser la que interpreta lo que ocurre en las redes sociales. El tener la opción de estar conectados todo el tiempo a través de los smartphones puede agravar la situación ya que es posible que el sentimiento de ansiedad se experimente las 24 horas del día, y esto nos lleve a estar siempre pendientes de las redes sociales para mostrar nuestra vida perfecta y destacarnos en éstas, lo cual puede generar dependencia o adicción.

2.4.4. Dependencia y adicción

Los usuarios de las redes sociales generalmente tienen una falsa sensación de seguridad, intimidad y conexión social más inmediata que la forma tradicional de socializar. Esto genera una desinhibición y facilita el sentirse aceptado y pensar que se pertenece a un grupo. Todas estas sensaciones que resultan ser gratificantes crean una ilusión de seguridad y tranquilidad, llegando a remplazar las relaciones fuera de línea. El sujeto entonces puede terminar inmerso en un mundo de fantasía dentro del cual las relaciones establecidas en las redes sociales pasan a remplazar las que se tienen en el mundo no virtual, sintiendo que ese entorno satisface totalmente sus necesidades sociales y afectivas. Ello cobra cada vez más importancia y lleva a que el sujeto pase mayor tiempo alejado de su entorno físico, lo que puede desencadenar un aislamiento total. «Este despoblarse del mundo real conlleva al aumento de sentimientos de soledad al desconectarse y a

la excitación de volverse a conectar, conformándose de esta forma un circuito disfuncional autopropagante propio de la conducta adictiva» (Málaga Pescador, 2017, pág. 118).

Uno de los comportamientos relacionados con esta adicción, sobre todo en los adolescentes, es el aislamiento; y éste es proporcional al grado de dependencia que tenga la persona, aunque esto podría debatirse, ya que, si bien se aíslan del mundo fuera de línea, usan las redes sociales para relacionarse con otros. Sin embargo, no deja de ser un problema, ya que el aislamiento puede generar que el joven se desconecte de entornos familiares, educativos, etc., los cuales son fundamentales en la formación de su identidad.

2.4.5. Pérdida de la privacidad

Para nadie es secreto que con la llegada de las redes sociales se ha afectado la privacidad y en ocasiones la libertad, ya que, con éstas y su masivo uso, es común que se vean expuestas vidas, incluso sin desearlo, volviéndose estas prácticas usuales y haciéndose casi imposible detenerlas. Generalmente esto ocurre sin ser notado, sin que se caiga en la cuenta de que la intimidad está siendo violada, todo lo anterior porque en la sociedad actual esto se está haciendo común y aceptable (Díaz Reyes, 2018, pág. 20). En nuestra vida ha cambiado la concepción de lo público y lo privado. En la actualidad, las personas comparten cotidianamente sus estados de ánimo, sus opiniones, lo que piensan o creen respecto a diferentes temas, sus fotografías e incluso sus relaciones amorosas y familiares; es decir, la información de su vida privada en unas plataformas que son públicas.

Podemos evidenciar entonces que las redes sociales no solo cambian la manera de relacionarnos con los otros, sino también la manera como definimos lo público y lo privado. A través de nuestras redes sociales las otras personas pueden saber lo que pensamos, nuestras tendencias, los lugares

que visitamos, quiénes son nuestros amigos y familiares, a qué nos dedicamos, qué nos agrada comer, cuál es nuestro estilo de vida, si nos gustan o no las mascotas, nuestros estados de ánimo. Todo lo que antes se consideraba parte de nuestra vida privada ahora es normal que sea público, y no solo porque nosotros mismos brindamos voluntariamente una gran cantidad de información a la cual otras personas pueden tener acceso, sino también porque nuestros contactos comentan y comparten información de nosotros que se vincula automáticamente a nuestro perfil, o publican algo en nuestro muro. Entonces perdemos el control de lo que queremos que sea público y lo que no, ya que queda sujeto a lo que hacen terceros. Vemos así que en las redes sociales la esfera de lo privado se convierte en pública, ya que todo lo que se publique en éstas no tiene restricciones de confidencialidad, por lo que, además de lo anterior, cabe decir que a esta información pueden tener acceso empresas que la utilizan con fines publicitarios o de mercadeo de sus productos, y así conseguir futuros clientes.

Por otro lado, cada vez que entramos a una red social desde el Smartphone el sitio almacena nuestra ubicación y número de teléfono; y si accedemos desde un computador, almacena la dirección IP. Se puede saber entonces qué sitios web visita el usuario, cuál es el buscador que utiliza, entre otras cosas.

Esto no es sólo un problema de los jóvenes sino de toda la sociedad en general. ¿Qué podrían hacer aquellos que tienen acceso y control de los datos detallados de la mayoría de la población? ¿qué pasaría si existiera una filtración, un hackeo masivo o si nuestra información fuera compartida? ¿qué pasaría si se analizara sin permiso con algoritmos? Las posibilidades pueden ser escalofriantes.

2.4.6. El ciberbullying

El bullying o acoso escolar está presente en todas las instituciones educativas; éste se refiere a cualquier forma de maltrato físico o verbal producido entre escolares, que sea continuo o reiterado a lo largo del tiempo. Aunque por lo general se produce dentro de las instituciones educativas, surge una nueva modalidad: el ciberbullying, en el cual se usan las nuevas tecnologías para llevar a cabo el acoso u hostigamiento a las víctimas.

Las herramientas disponibles en Internet ayudan a la propagación de ese comportamiento en el que las víctimas reciben malos tratos de sus iguales, sea a través de ridiculizaciones, amenazas, chantajes, discriminaciones, todo ello de manera anónima, para que este desconozca quien es el agresor. (Hernández Prados & Solano Fernández, 2007, pág. 24)

Cuando el cyberbullying es realizado por un acosador que ha comenzado su agresión de manera personal en la institución educativa, es fácil identificarlo; pero cuando no existen antecedentes de manera presencial y este acoso lo hace una persona totalmente anónima, es casi imposible identificar al agresor.

Esta forma de acoso, aunque presenta algunas características particulares que la diferencian de los tipos de acoso en forma presencial, también tiene similitudes con ellos, «como el hecho de ser una conducta violenta o de acoso altamente premeditada e intencionada; que se encuentra fundamentada en una relación asimétrica de control y poder sobre el otro» (Hernández Prados & Solano Fernández, 2007, pág. 24). Esta forma de acoso es más grave que el *bullying* tradicional por el alcance, pues las redes sociales superan ampliamente el ámbito escolar y puede llevar a los adolescentes incluso al suicidio.

Una modalidad parecida es el llamado «escrache» en el cual se acusa a una persona de un comportamiento inadecuado a través de redes sociales, lo que hace que se le repudie y censure en

una escala mucho mayor al ámbito en que sucedió el evento. Casos se han presentado que acaban teniendo repercusiones graves en la vida profesional y privada de las personas con resultados desastrosos.

2.4.7. La polarización social y política

Cuando estamos conectados a una red social, ésta nos arroja una cantidad de información que no hemos buscado, la cual no aparecen al azar. Ésta está dirigida por sistemas de normas de programación llamados algoritmos, los cuales se encargan de mostrarnos y sugerirnos publicaciones relacionadas con las búsquedas que hacemos o con aquello que comentamos, entre otras cosas.

Los algoritmos cambian constantemente, con el fin de ofrecer mejores contenidos o publicitar más algunos de ellos por diferentes intereses. En resumen, lo que vemos en redes sociales está dirigido por algoritmos que hacen que constantemente estemos en contacto con determinado tipo de información, y no con otra, lo que nos va direccionando hacia cierto tipo de publicaciones, ya sea porque se relaciona con búsquedas que hemos realizado anteriormente o porque el algoritmo está diseñado especialmente para que se muestren dichas publicaciones más que otras. Por lo cual no es casualidad que en las redes sociales te ofrezcan contenidos que te interesan o anuncios de algo que alguna vez buscaste .

2.5 Las redes sociales no son neutrales

En conclusión, podemos decir que, como ya se ha mencionado, internet o el mundo digital ha revolucionado al mundo histórica, social y culturalmente, rompiendo con las formas tradicionales de vivir. «Su aparición, junto con la creación y difusión de las comunidades virtuales, ha

proporcionado cierta libertad al usuario y le permite crecer y expandirse de diversas formas, a través del ciberespacio» (Pérez, 2017). No solo cambian las maneras tradicionales de vivir y relacionarse con los otros, también se modifican los valores, las normas, el comportamiento y muchos otros aspectos que se distribuyen en todos los espacios que habitamos, tanto físicos como virtuales.

No obstante, aunque sirvan de andamio para las identidades, no hay que perder de vista que las redes sociales no son neutrales y responden a intereses privados de las compañías que las han creado. Éstas pueden causar una serie de nuevos problemas imprevistos que nos obligan a tener una posición escéptica y crítica con ellas. Es necesario, entonces, ser conscientes de sus posibilidades, pero también de sus peligros, especialmente con los adolescentes que suelen no plantearse las consecuencias de sus acciones, publicaciones y reacciones en este entorno que no existía hace unos pocos años.

Capítulo 3. Trabajo con estudiantes de la I.E. «Vida Para Todos»

En este capítulo se presentará un trabajo hecho con estudiantes entre 15 y 19, años en la Institución Educativa Vida Para Todos, para el cual se aplicó una encuesta acerca del uso de las redes sociales. Aparte de la justificación, los objetivos y la metodología, el capítulo tiene el análisis de los resultados de la encuesta, con los cuales se corrobora parte de lo que se plantea en los capítulos uno y dos.

3.1 Contextualización

Este trabajo es realizado con un grupo de estudiantes de la institución educativa Vida Para Todos, ubicada en la comuna 8, en el barrio Caicedo de la ciudad de Medellín. Ésta tiene aproximadamente 1.800 estudiantes, es mixta y cuenta con tres sedes. Para este caso se trabajará con la sede de bachillerato «Sor María Luisa Courbín», que es aquella en la cual laboro.

El sector donde está ubicada la institución educativa es estrato uno y dos, el cual, no es ajeno a la problemática social que vive el país, como la violencia, pues aquí se dan los conflictos armados, barreras invisibles, el desplazamiento forzado, la drogadicción, entre otras situaciones.

La mayoría de los estudiantes pertenece a familias de escasos recursos, con madres cabeza de hogar, y en muchos casos está bajo el cuidado de los abuelos, o de sus hermanos mayores. A pesar de todo esto, la institución ha logrado posicionarse dentro de la comunidad, convirtiéndose en una posibilidad para mejorar la calidad de vida de la población.

La Organización Mundial de la Salud ha definido lo que se entiende por jóvenes, adolescentes y juventud. La «adolescencia» es una etapa del desarrollo que abarca desde los 10 a los 19 años, la «juventud» la define entre los 15 a los 24 años, y por «jóvenes» la etapa desde los 10 a los 24 años (Organización Mundial de la Salud (OMS), pág. 66). Como vemos, son términos usados frecuentemente para denotar a las personas en la edad de desarrollo a la adultez y se superponen a menudo. Ya que se trabajará con un grupo de estudiantes de 15 a 19 años, se podrá utilizar tanto el término «jóvenes» como «adolescentes» para hacer referencia a ellos.

3.2 Justificación

Esta parte del trabajo se realiza para contrastar en una población específica varias de las ideas teóricas que se han desarrollado en los capítulos previos. ¿cómo se da la construcción de la identidad en los entornos digitales en los adolescentes con los que se realiza este trabajo?

Estudiar de qué manera en particular los adolescentes apoyan la construcción de su identidad en las redes sociales, tiene una gran importancia para entender el desarrollo de las personalidades de éstos. Como ya se mencionó, en la actualidad, con el uso excesivo de las redes sociales, los jóvenes o adolescentes están inmersos en ellas viviendo allí un segmento de sus vidas, y es en ellas donde se construye gran parte de su identidad personal. Éstos tienen necesidad de reconocimiento y de aceptación en dichos espacios desde los que le dan sentido a gran parte de sus vidas y donde surge gran parte de sus motivaciones personales.

De este modo, el estudio de la construcción de identidad personal en redes sociales es una forma de aumentar nuestra comprensión de la imagen que los jóvenes quieren proyectar ante los demás, qué los motiva y cómo crean nuevos espacios para relacionarse en el mundo digital. Como ya se mencionó anteriormente, nuestra tesis plantea que la identidad personal es algo que va más allá

de nuestra presencia corporal y se distribuye en un entorno culturizado, en el que se insertan los nuevos entornos digitales en los cuales apoyamos gran parte de lo que somos y queremos ser.

3.3 Objetivos

Identificar de qué manera los adolescentes construyen y manifiestan su identidad personal en las redes sociales.

Esto se hace logrando estos objetivos específicos:

- Identificar que motiva a los adolescentes para conectarse a las redes sociales.
- Reconocer cuál es el papel que juegan las redes sociales en la manera de relacionarse de los adolescentes y en la construcción de su identidad.
- Conocer en qué medida la identidad de los jóvenes con los que realizaremos este trabajo se distribuye en las redes sociales.

3.4 Metodología

El estudio se hizo a un grupo de estudiantes de 15 a 19 años de la Institución Educativa «Vida para Todos». La población es de 75 estudiantes de los grados décimo y undécimo.

Para este trabajo se utilizará un enfoque mixto; desde los aspectos cualitativos se pretende analizar qué acciones comunes en las redes sociales son relevantes para interpretar las formas en que construyen sus identidades personales: usos, preferencias, susceptibilidades, la manera en que se presentan, qué pretenden, qué quieren mostrar de sí mismos, qué desean ocultar, entre otros. Y desde lo cuantitativo se determinarán aspectos como: edades, la frecuencia de

publicaciones, número de contactos en redes sociales, cantidad de contactos que conocen, entre otros.

Para la recolección de la información, en un primer momento, se hizo un análisis documental, con éste se recogen datos acerca de los antecedentes históricos y trabajos que se han realizado acerca de la identidad. Para lo cual revisamos autores como (por mencionar algunos) (Broncano, 2013, pág. 23) quien afirma que el concepto de identidad posee mucho valor por ser un elemento normativo en el sentido de que tenemos cierta exigencia de diferenciación, de reconocimiento. (Goffman, 2001, pág. 21) el cual dice que cuando el individuo se presenta ante otros, su actuación tenderá a incorporar y ejemplificar los valores oficialmente acreditados de la sociedad. (Tugendhat, 1996, pág. 3) que tiene una postura psicológica al definir la identidad, planteando que cuando nos referimos a ésta no debemos centrarnos en identidades cualitativas objetivas como el género o la estatura, sino más bien a cualidades subjetivas, esto es, aquellas que tiene una persona en virtud de sus acciones. Entre muchos otros teóricos que se tuvieron en cuenta para el primer capítulo de este trabajo.

En el capítulo número dos; se revisa bibliografía acerca del entorno digital como espacio social para la presentación de las identidades. aquí se encuentran teóricos como (Echeverría Ezponda, 1999) el cual plantea la existencia de diferentes espacios sociales o «entornos» en los cuales habitamos simultáneamente. Por otro lado, está (Arcila Calderón, 2010, pág. 71) quien dice que Cuando hablamos de “lo virtual” no lo hacemos en contraposición a “lo real”, sino como un adjetivo que alude a un tipo de realidad “inmaterial” surgida de la interacción a través del ordenador. Por su parte (Pérez, 2017, pág. 2) argumenta que en lo virtual se generan escenarios en los cuales se configuran conversaciones, intenciones, significados, interpretaciones, que se nutren a partir de imágenes y palabras que los usuarios intercambian constantemente .

En un segundo momento, se creó una encuesta de 21 preguntas mediante la cual se recopiló información de la población objetivo. Este instrumento que llamamos « Encuesta acerca del uso de redes sociales» se diseñó pensando describir la forma de uso de las redes sociales que tienen los estudiantes, teniendo en cuenta aspectos tales como: cuál es la red social que más utilizan, la frecuencia, los modos, desde cuáles dispositivos tienen acceso a ellas, entre otros. Asimismo, se busca conocer ¿qué tipo de contenidos publican e intercambian? ¿qué les gusta o les disgusta? Así como explorar qué cantidad y tipo de amigos tienen en las redes.

Para finalizar, se hizo un conversatorio grupal en el que se habló respecto a algunos aspectos de las respuestas que dieron.

La encuesta se hizo en línea para estudiantes de décimo y undécimo grado de la institución educativa Vida Para Todos, entre el 28 de septiembre y el 2 de octubre de 2020. Este instrumento tiene las siguientes preguntas:

Tabla 2. Preguntas de la encuesta y su propósito para el trabajo

PREGUNTAS	PROPÓSITO DE LA PREGUNTA O TIPO DE INFORMACIÓN QUE DESEA SER COMPILADA
¿Cuántos años tienes?	Aunque el trabajo se realiza con jóvenes de 15 a 19 años, es importante saber en qué edades específicas está la mayoría de éstos.
¿En qué barrio vives?	Es necesario saber si los participantes son del barrio al cual pertenece la institución educativa en la cual se realiza este trabajo de campo o si vienen de otros sectores.
Género	Las respuestas a esta pregunta nos permitirán saber si el grupo con el que estamos trabajando es variado en cuanto al género.
1- ¿Utilizas redes sociales?	Por su enfoque, este trabajo requiere de jóvenes que sean usuarios de redes sociales, y con las respuestas a esta pregunta podremos elegir la población con la que vamos a trabajar.

2- ¿En cuáles redes sociales tienes perfil?	Con esta pregunta podemos mirar cuáles son las inclinaciones de estos jóvenes en cuanto al uso de redes sociales, ya que cada una de ellas tiene su finalidad.
3- ¿Cuál es la red social que más utilizas? (no aplica para WhatsApp)	Esta pregunta es esencial, nos da una base fundamental para el trabajo, ya que dependiendo de ella responderán las demás preguntas.
4- ¿Por qué te gusta más esa red social que las otras?	Nos proporciona las bases para el análisis, ya que sus respuestas nos dan un claro indicio de sus intereses y necesidades en cuanto al uso de las redes sociales.
5- ¿Desde qué edad usas redes sociales?	Necesitamos saber si estos jóvenes llevan mucho como usuarios de redes sociales, ya que con el tiempo se van conformando comportamientos cotidianos en los cuales sus actividades en línea se convierten en parte fundamental de sus vidas.
6- ¿Desde qué dispositivo accedes a las redes sociales?	Con sus respuestas podemos saber si tienen acceso desde cualquier parte y en cualquier momento, o si deben estar en sus casas para poder acceder a las redes sociales.
7- ¿De quién es el dispositivo que utilizas?	Al igual que la pregunta anterior, ésta nos puede dar luces acerca de la disponibilidad y accesibilidad a las redes.
8- ¿Cuántas horas al día les dedicas a las redes sociales?	Con ésta podemos entender el peso que tiene la vida en redes sociales para estos jóvenes.
9- ¿Cuál es el uso que más les das a las redes sociales?	Esta pregunta es fundamental porque sus respuestas nos permiten ver en qué medida el uso que le dan a las redes sociales suple las necesidades de socializar, entretenerse, informarse, etc.
10- ¿Cuáles son los temas que más te interesan a la hora de usar las redes sociales?	Ésta va en la misma línea de la pregunta anterior, nos permite saber qué intereses tienen que puedan satisfacer en las redes.
11- ¿Qué es lo que más publicas en tus redes sociales?	Tiene gran importancia para los objetivos de este trabajo, ya que las publicaciones de estos jóvenes nos muestran cómo desean que los otros los perciban, lo cual forma parte fundamental de su identidad. Además, podemos evidenciar si publican pensando en qué quieren ver los demás o simplemente publican lo que les gusta a ellos mismos.

12- ¿Qué te molesta ver en las redes sociales?	Al igual que lo que les gusta publicar, saber lo que les gusta o les molesta ver nos permite evidenciar qué los mueve en cierta medida, las cosas ante las cuales son más sensibles.
13- ¿Qué te gusta que tus contactos en redes sociales conozcan de ti?	La intención de esta pregunta va en la misma línea del número 11, ya que lo que éstos publican muestra qué quieren que los otros conozcan de ellos, pero ésta en particular nos da datos más puntuales, ya que no es lo mismo, por ejemplo, decir que publican fotos (en general), a decir que ellos quieren que sus contactos conozcan solo cierto tipo de fotos. Podemos evidenciar entonces qué tanto editan sus publicaciones o qué tan idealizada quieren proyectar su imagen ante los demás.
14- ¿Qué te molesta que tus contactos de redes sociales conozcan de ti?	La intención de esta pregunta es la misma que en la pregunta número 13
15- ¿Cada cuanto publicas en redes sociales?	Aquí podemos ver la frecuencia, lo que nos indica también qué tan importante es la vida en línea para estos jóvenes.
16- ¿Qué reacción es más importante cuando publicas algo en redes sociales?	Ésta nos permite ver qué tanta importancia tiene para ellos el reconocimiento de la imagen que proyectan en redes sociales, y qué tipo de reconocimiento es el que esperan.
17- ¿Dónde sientes más libertad de expresar lo que sientes y piensas?	Es otra pregunta para entender qué importancia tienen las redes sociales en la vida de estos jóvenes.
18- ¿Cuántos contactos tienes en la red social que más utilizas?	El número de contactos nos permite ver si estos jóvenes necesitan tener muchas personas con las cuales interactuar de una u otra manera en el entorno digital, o si por el contrario tienen unos pocos contactos en éstas, es decir, que es una pregunta más que nos permite evidenciar qué tan importante son las redes sociales para la vida cotidiana de estos jóvenes.
19- Al momento de aceptar una solicitud de amistad lo haces porque:	Con ésta podemos darnos cuenta de si para ellos es más importante tener una gran cantidad de contactos sin importar quiénes son o cuáles sus preferencias o si, por el contrario, eligen amigos en redes sociales que tengan alguna afinidad o que sean conocidos fuera de éstas; lo cual evidencia una parte importante de su identidad.

20- ¿De los contactos o amigos que tienes en redes sociales cuántos conoces personalmente?	El propósito de esta pregunta es el mismo de la pregunta anterior (19).
21- ¿Por cuál medio prefieres comunicarte con tus amigos?	Con esta pregunta podremos obtener información respecto a si para ellos es más importante tener encuentros presenciales con sus amigos, o si las redes sociales pueden sustituir la presencialidad y si para ellos es igual de importante socializar a través de éstas.

Para la encuesta se utilizó la plataforma *Forms* de Google. Entre las preguntas, las hay de opción múltiple con única respuesta y otras en las cuales pueden elegir varias opciones; además, en algunas pueden escribir otras alternativas que no están especificadas en la pregunta.

Se optó por utilizar preguntas cerradas, ya que se prestan para que los encuestados las respondan fácilmente, puesto que no tienen que escribir sino elegir la opción que representa lo que piensan; incluso pueden responderse en menor tiempo; por otro lado, también se facilita la sistematización y análisis de la información (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014, pág. 220).

3.5 Aplicación de encuesta

Se eligió un grupo de estudiantes de la Institución Educativa «Vida Para Todos», los cuales pertenecen a los grados décimo y undécimo; el tamaño de la población fue de 75 estudiantes, de los cuales 68 respondieron la encuesta. De los 68 estudiantes que conforman la muestra, 37 son hombres y 31 mujeres. Para hacer este cálculo se empleó *Netquest*, un proveedor de datos utilizado en investigaciones sociales y de mercados, dando los siguientes resultados:

Tamaño del universo: 75.

Margen de error: 4%.

Nivel de confianza: 96%.

Tamaño de la muestra 68.

El trabajo con los estudiantes fue de forma remota y en línea debido a las medidas de distanciamiento y cuarentena por el Covid-19. Esto hizo que la selección de estudiantes fuera atípica y a través de encuentros virtuales. Por ello, solo pudieron asistir aquellos estudiantes que contaban con conexión a internet.

Debido a la temática del trabajo, se escogió el espacio de las clases virtuales de la materia informática, pues el uso y problemas de las redes sociales están dentro de los temas de ésta. Se informó a cada estudiante de los propósitos de este trabajo y se le explicó en qué consistía. Se les aclaró a todos que la participación en el estudio era totalmente voluntaria y anónima. Para ello se diseñó un «consentimiento informado» (ver Anexo 1) el cual debían aprobar los estudiantes antes de la encuesta.

Después de contestar ésta, se habló con ellos preguntándoles respecto a algunos aspectos de las respuestas que dieron. Esta actividad sirvió para darles matices a algunas de sus respuestas, y para conversar acerca de cómo las redes se volvieron parte del desarrollo de las personalidades individuales.

3.6 Análisis de resultados

En este análisis, nos centraremos en aspectos como: cuál es la red social que más utilizan, cuáles son sus usos, preferencias, susceptibilidades; la manera en que se presentan, qué quieren mostrar de sí mismos, qué quieren ocultar, con qué frecuencia publican, cuántos contactos tienen en esta red social, y de esos contactos cuántos conocen personalmente, entre otras cuestiones.

Para ello se analizará cada una de las respuestas que nos aportan información relevante para este trabajo; si bien, hay preguntas que no analizaremos, ya que se hicieron solo con el fin de obtener ciertos datos, éstas sí se mencionarán y se expondrán sus resultados.

Como ya se había mencionado, los participantes están en edades entre 15 y 19 años, y se encontró que el porcentaje de la cantidad de encuestados que tienen 15 años es de 22,1%; 16 años 42,6%; 17 años 19,1%; 18 años 11,8% y 19 años 4,4%. Aquí podemos evidenciar entonces que la gran mayoría de encuestados tiene 16 años.

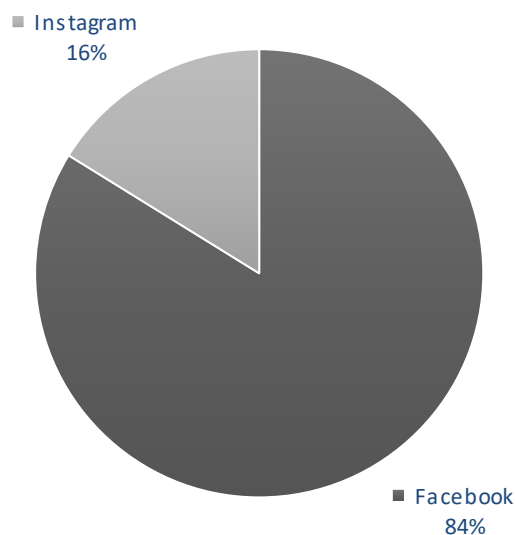
Por otro lado, al observar las respuestas obtenidas en la encuesta, nos encontramos con que los participantes en su gran mayoría (77,9%) comenzaron a usar las redes sociales entre los 11 y los 13 años, lo que nos muestra su uso frecuente desde temprana edad. También se pudo evidenciar que el 98,5% accede a éstas desde su celular, lo cual les permite estar conectados desde cualquier lugar y en cualquier momento; y el 89,7% manifestó que el dispositivo desde el cual entran a las redes sociales es de su propiedad.

En lo concerniente al género, se encuentra que las respuestas de la encuesta son muy parecidas, tanto en hombres como en mujeres. Sin embargo, hallamos pequeñas diferencias, como, por ejemplo, que para el 77% de las mujeres encuestadas Facebook es la red social favorita y en los hombres lo es para el 89%; en cuanto a por qué les gusta más esta red social, un 43% de hombres y 22.6% de mujeres respondió la opción de «porque puedo leer noticias, información y memes». Ésta fue la opción más elegida por ambos géneros. Y en la opción de «porque puedo publicar mis fotos y cosas de mi vida» se encuentra una mayor diferencia, ya que solo el 5,4% de los hombres respondió que éste es el motivo por el cual les gusta Facebook, y el 16,1% de las mujeres eligió esta misma opción. Respecto a la edad en la que comenzaron a usar redes sociales, la mayoría, tanto de hombres como de mujeres, respondió que entre los 11 y los 13 años. De igual manera, el grueso

de los dos géneros utiliza esta red social entre 2 y 5 horas diarias. En conclusión, no puedo decir que haya una marcada diferencia en cuanto al uso de Facebook por género en este grupo de adolescentes encuestado; tanto a los hombres como a las mujeres les gusta escuchar música, ver videos, compartir memes, comunicarse con sus amigos, etc.

A continuación, se hará un análisis de cada una de las respuestas elegidas:

Gráfico 1. Red social que más utilizan los adolescentes encuestados.

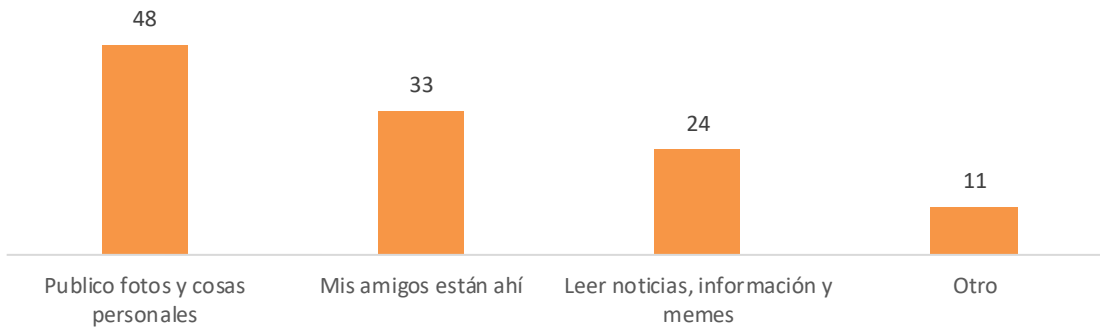


¿Cuál es la red social que más utilizas?

En la actualidad se escucha decir que Facebook ya no es la red social más utilizada por los adolescentes (Vallés, 2018), sin embargo, evidenciamos que en la población encuestada Facebook se utiliza más que las demás redes sociales. Una explicación a la escogencia de Facebook frente a Instagram u otras redes sociales es que la población de la encuesta se encuentra en un estrato socioeconómico que, aunque tenga acceso a un dispositivo móvil inteligente, no suelen tener recursos propios para pagar planes de datos móviles. En 2015 Facebook, Tigo e Internet.org lanzaron un programa de acceso gratuito a la red social sin tener planes de datos en Colombia

(Cuartas, 2015), esto promovió que muchos adolescentes se comunicaran a través del chat de la aplicación volviéndose Facebook el centro de interacción social preferido por ellos.

Gráfico 2. ¿Por qué prefieren más esa red social?



¿Por qué te gusta más esa red social que las otras?

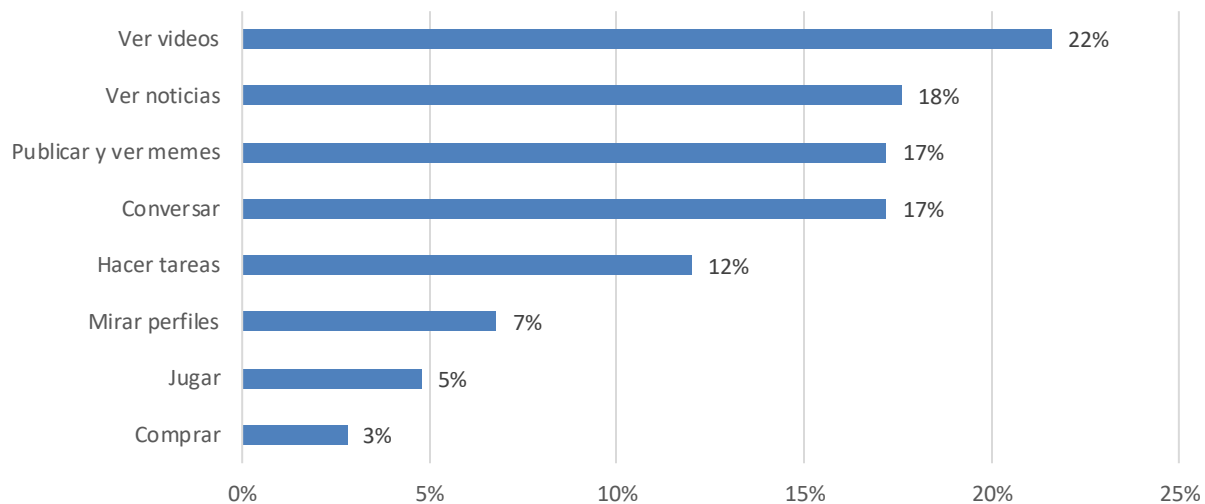
Según el gráfico 2, a los encuestados les gusta más la red social Facebook por varios motivos, entre los que están la posibilidad que ésta brinda de publicar fotos y asuntos personales, poder ver memes y diferentes noticias y además allí están sus amigos con los que pueden socializar por este medio.

Esta red social (Facebook) permite hacer publicaciones en nuestro muro privado y seguir las publicaciones hechas por nuestra lista de contactos. Además de compartir contenidos y clasificar como interesantes *post* y comentarios de otros usuarios a través de los *Likes*. Actualmente, además, las marcas pueden crear *Fans Page*, por lo que se convierten en un usuario más de esta red que puede interactuar con cualquier usuario. (Carrillo Pascual, 2015, pág. 119)

Como es sabido, las redes sociales han cambiado las formas de interacción social, y como consecuencia también modifican la forma de presentarnos ante los otros. El entorno de redes

sociales hace que al tener diferentes formas de socializar y de presentarnos, los usuarios adquieran nuevas habilidades y formas creativas de presentarse.

Gráfico 3. Usos que más les dan a las redes sociales.



¿Cuál es el uso que más le das a las redes sociales?

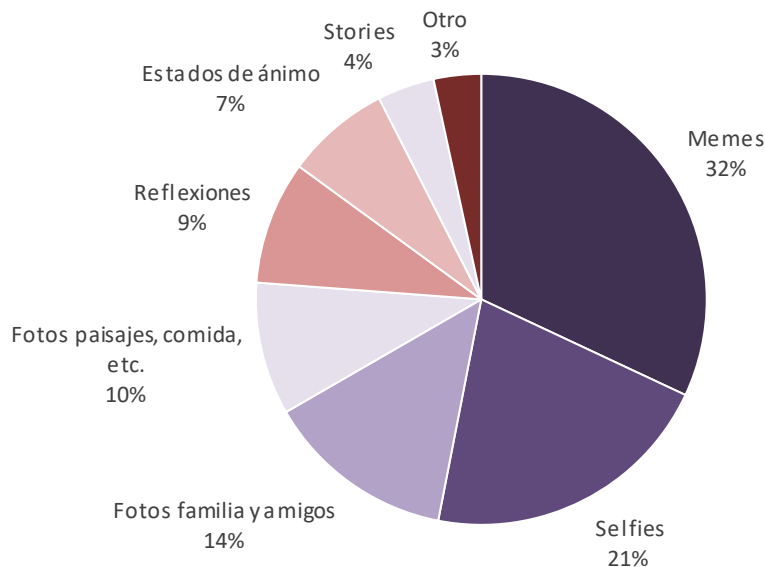
Para lo que más utilizan las redes sociales, y particularmente Facebook, es para ver videos y noticias, publicar memes y conversar con sus contactos; es decir, los jóvenes bajo estudio gestionan allí sus relaciones y su vida de ocio (gráfico 3). Estos jóvenes ya no necesitan de la presencialidad de sus familiares o amigos para interactuar con ellos y para compartir sus vidas y las experiencias importantes, pues muchas veces ocurren a través de esta plataforma.

Debemos tener en cuenta que al responder la encuesta, en su mayoría (42,6%) afirmaron que pasan entre dos y cinco horas conectados a las redes sociales; esto indica que gran parte de sus vidas la viven a través de Facebook, y aunque se habla mucho de casos en los que los adolescentes no se relacionan fuera de la pantalla, en este trabajo encontramos que en casi todos los encuestados hay un equilibrio entre las relaciones con el mundo físico y el virtual, ya que éstos

manifiestan que no solo interactúan con sus amigos y familiares digitalmente, sino que también se encuentran físicamente con ellos para diferentes actividades cotidianas. Por supuesto, algunas de estas relaciones solo pueden tenerlas de forma virtual, ya que por distancia u otros motivos, no son posibles de forma física.

Al preguntar a los encuestados ¿qué es lo que más publicas en tus redes sociales? (gráfico 4) la gran mayoría de respuestas se centra en memes y *selfies*, lo cual es un indicador de la importancia que le dan estos jóvenes a su imagen y a lo que quieren proyectar a los demás; mediante los memes, se transmiten o expresan ideas, situaciones o pensamientos de una forma resumida y rápida, llegando a una gran cantidad de personas, replicando información cultural que se aprende y se repite por imitación.

Gráfico 4. ¿Qué es lo que más publican en sus redes sociales?



¿Qué es lo que más publicas en tus redes sociales?

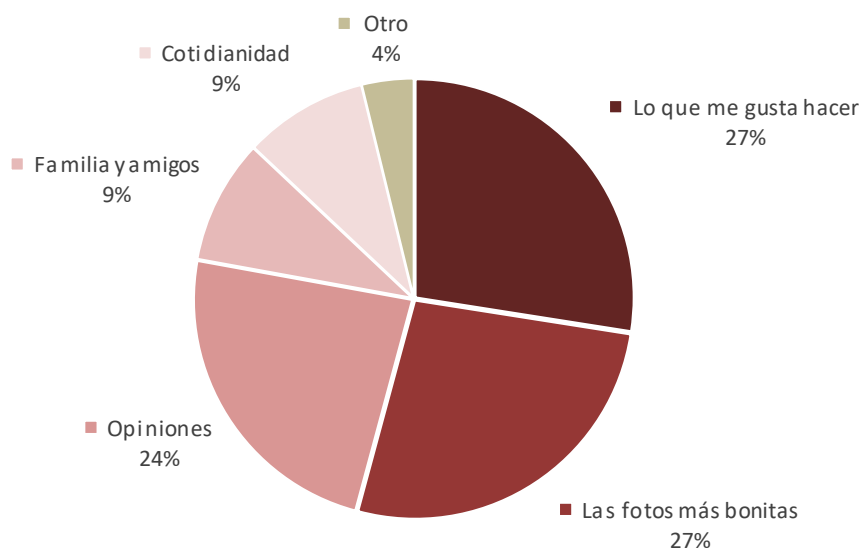
Por otro lado, cuando se publican selfies se está proyectando una versión filtrada y editada de la corporalidad, la cual es fundamental en la identidad personal; comunicamos a los demás lo que

queremos que éstos perciban de nuestra imagen, siendo ésta una representación que nos hacemos de nuestro cuerpo, que muchas veces no tiene que ver con la forma en que nuestra corporalidad se manifiesta en la vida fuera de línea.

[...] existe un lenguaje corporal o no verbal –que se percibe a través del cuerpo- y que aporta información realmente relevante de los agentes en la interacción. A través del cuerpo y sus posturas, movimientos y gestos se puede saber mucho acerca del otro: estatus, edad, emociones, inquietudes, etc. El cuerpo físico, es un campo en permanente construcción, diverso, cambiante y único. Está impregnado de huellas sociales. Es una presencia viva, a partir del cual se construye la persona en relación con los demás (apariencia, vestimenta, personalidad). (Pérez, 2017, pág. 138)

Cuando publicamos una *selfie* es una forma de presentarnos; existen rasgos de nuestra identidad que queremos mostrar, y esto se evidencia con los gestos, cómo nos vestimos y qué accesorios utilizamos para decorar nuestro cuerpo, entre otros aspectos; aquí se evidencia la necesidad de acondicionar o mejorar nuestra apariencia para que se vea lo más atractiva posible de acuerdo con los cánones de belleza que existan en el momento. En el entorno digital se deja atrás la noción de cuerpo material para relacionarnos con otros; esta representación virtual constituye una expresión del cuerpo real y «una entidad que posibilita configuraciones quiméricas entre varios cuerpos o representaciones» (Pérez, 2017, pág. 140).

Gráfico 5. Lo que les gusta que sus contactos conozcan de ellos



¿Qué te gusta que tus contactos conozcan de ti?

En las respuestas a la pregunta anterior (gráfico 4) vimos que las selfies son algo que a los jóvenes encuestados les gusta compartir en las redes sociales y en ésta (gráfico 5) vemos que precisamente una de las cosas que les gusta que conozcan de ellos son las fotos más bonitas, además de lo que les agrada hacer.

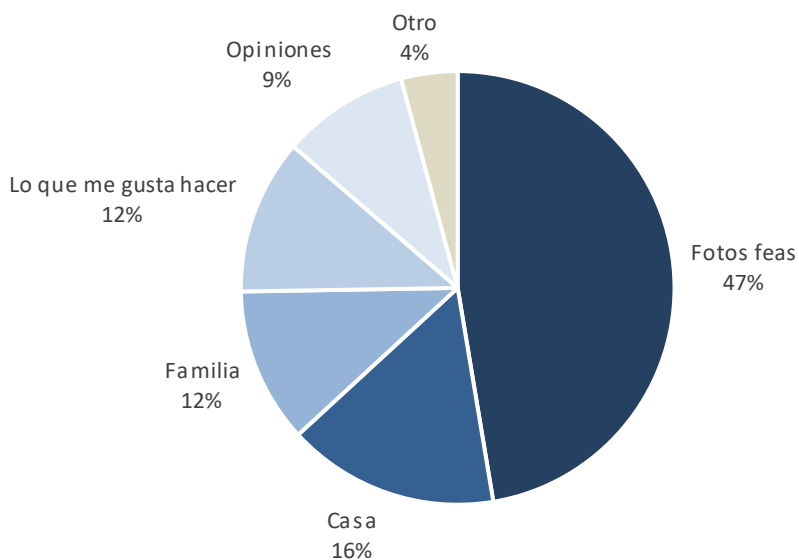
En las redes sociales los factores que intervienen en la construcción de identidad se incrementan, ya que dependen de muchos más estímulos visuales como imágenes y videos, del lenguaje y de la forma como interactúan con los demás; pero, como vimos en el análisis de la pregunta anterior, de la misma forma en que los adolescentes muestran sus mejores fotos para proyectar la imagen corporal que quieren, también pueden escribir y utilizar un lenguaje acorde con la identidad que desean mostrar. Cuando éstos hablan de que quieren que los demás conozcan lo que les gusta hacer, se refieren solo a esas cosas que para los demás son envidiables y agradables, (todo esto se define según las normas, valores y principios de su contexto social, lo cual constituye las formas de comportamiento).

La identidad en el entorno digital se construye con base en las experiencias y conocimientos adquiridos en el mundo (dentro y fuera de línea), lo cual incluye, entre otras cosas, los ideales impuestos por la sociedad. Aquí vemos una vez más que la identidad se distribuye en los diferentes entornos que habitamos y que es imposible desligarla de éstos.

Los perfiles creados dentro de las Redes Sociales son el equivalente a una ventana a través de la cual nos damos a conocer dentro de estas plataformas virtuales. Donde las personas no se muestran como son en la realidad exterior, sino como quieren ser o como quieren que los demás los vean. (Pérez, 2017, pág. 122)

Entonces, a través de las fotos que publican, o imágenes en general, y de los contenidos o comentarios que comparten, es como estos adolescentes se muestran y construyen su identidad en las redes sociales; claro está, con la aspiración de ser aceptados, admirados e influyentes dentro de este entorno.

Gráfico 6. Lo que les molesta que sus contactos conozcan de ellos.



¿Qué te molesta que tus contactos conozcan de ti?

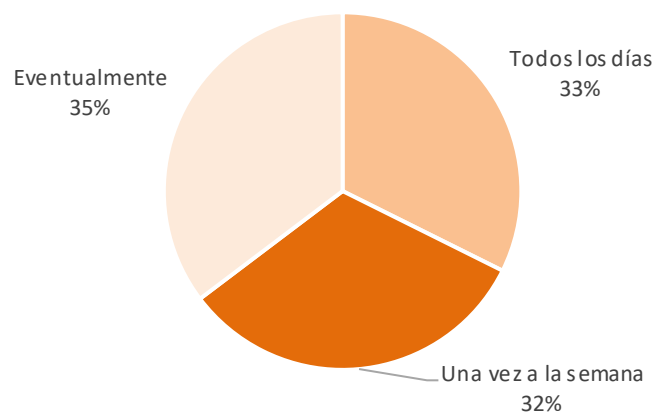
Continuando en la misma línea de la anterior pregunta (gráfico 5), en esta pregunta (gráfico 6) se evidencia una vez más la necesidad de mostrar solo las cosas que creemos agradables para los otros. Aquí, los encuestados manifiestan que las cosas que menos les gusta que sus contactos vean son las fotos feas y sus casas. Al preguntarles por qué eligieron la casa como una opción, la mayoría indica que no se sienten cómodos con la apariencia de ésta como para que otros la conozcan. En cuanto a que no quieren que conozcan las fotos feas, vemos que esta respuesta coincide totalmente con la respuesta a la pregunta anterior cuando dicen que lo que más les gusta que los otros vean son las fotos bonitas. En este sentido se refuerza todo lo que ya se dijo.

Compartimos imágenes de aquellas cosas o escenas de nuestro entorno y cotidianidad que nos interesa mostrar a la comunidad, formándonos, así, una identidad propia que concuerde con lo que publicamos, [...] Lo que se pretende es que se nos vea y conozca de una forma determinada, ya que, tendemos a ocultar los defectos e intentar mostrar únicamente las virtudes con el fin de agradar a los demás. Cada uno de estos elementos o contenidos que se publican han sido previamente

revisados, seleccionados y, en algunos casos, retocados para presentar una imagen favorecedora de nosotros mismos. Como se puede apreciar, en la construcción de identidades online, se siguen los mismos patrones para generar una identidad que en el mundo físico, sin embargo, nos valemos de otras herramientas para llevar a cabo esta labor. (Pérez, 2017, pág. 124)

Por otro lado, vemos que la frecuencia (gráfico 7) en cuanto a las publicaciones de este grupo de jóvenes en redes sociales no es determinante para este trabajo, ya que no hay una fuerte inclinación hacia ninguna de las opciones.

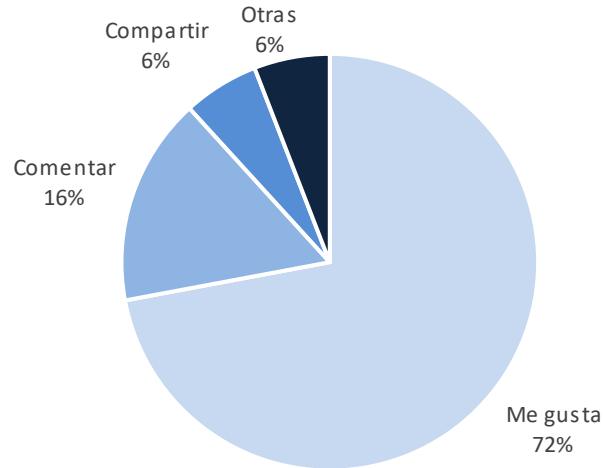
Gráfico 7. Cada cuánto publican en redes sociales.



¿Cada cuánto publicas en redes sociales?

El hecho de que estos jóvenes estén pendientes de que sus seguidores o contactos den «me gusta» (gráfico 8) a lo que comparten, deja en evidencia la importancia que tiene para ellos el reconocimiento de la imagen que están proyectando en las redes sociales, al estar atentos a las reacciones que genera cada una de sus publicaciones, ya sea una imagen o un texto.

Gráfico 8. La reacción que más les importa al hacer publicaciones.



¿Qué reacción es la más importante al publicar?

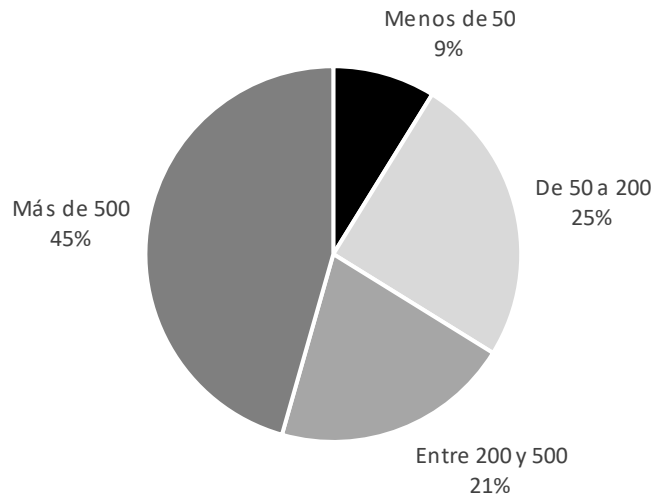
Esto implica que cada vez estén más pendientes de qué quieren ver los otros, cuáles son los prototipos de belleza y las inclinaciones de su círculo de amigos, para así publicar cosas que sean acordes con éstos. Actualmente, este comportamiento es típico en la mayoría de los jóvenes, quienes viven no solo en el entorno físico sino también en un entorno virtual que se convierte en una extensión del anterior. La construcción de identidad de los adolescentes en este entorno virtual, muchas veces se define por la cantidad de seguidores o contactos que tienen en las redes sociales y el número de «me gusta» que obtienen cada vez que publican algo.

El «me gusta» se ha ido convirtiendo en un medidor de popularidad o aceptación entre estos jóvenes, e incluso muchas veces dar “me gusta” a la publicación de alguien no tiene que ver con que realmente le guste sino para ser aceptado por éste o para que ese otro también le dé «me gusta» a sus publicaciones.

Este reconocimiento es muy importante para ellos, de hecho, un estudio realizado por la UCLA, publicado en *Psychological Science* dice que el hecho de que las publicaciones de alguien en una

red social sean apreciadas y reconocidas por otros con un «me gusta» activa zonas del cerebro asociadas con el placer.

Gráfico 9. Cantidad de contactos que tienen en la red social que más utilizan

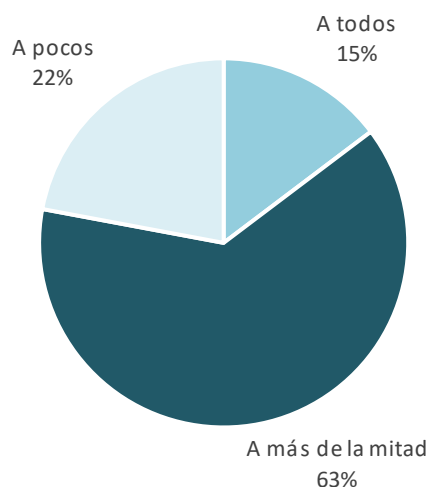


¿Cuántos contactos tienes en la red que más utilizas?

Los jóvenes que han sido encuestados tienen una gran cantidad de contactos en sus redes sociales (gráfico 9). Esto se debe a que éstas facilitan a los usuarios poder socializar y compartir con muchas personas al tiempo y les permite ver lo que publican, para así enterarse de cómo viven, que hacen, cómo se divierten, si tienen mascotas, si viajan, etc.

Encontramos que para la población en estudio más de la mitad de los encuestados conoce a la mayoría de sus contactos (gráfico 10), es decir que son sus amigos de la vida fuera de línea o familiares; para muchos jóvenes, las redes sociales les permiten interactuar con una gran cantidad de personas que no pueden contactar fuera de éstas debido a que viven lejos; además, sustituyen lugares físicos de encuentro, como parques, cafeterías, entre otros, lo cual permite que no se pierda el contacto con las personas cuando no es posible visitarlas o encontrarse con ellas en el entorno físico.

Gráfico 10. Cantidad de contactos de sus redes sociales que conocen personalmente.

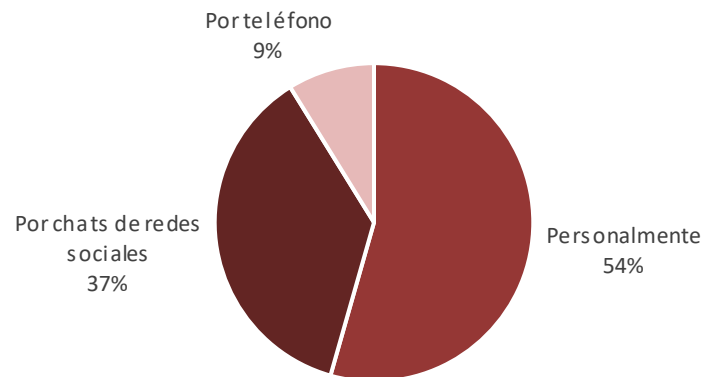


¿De los contactos en redes sociales cuántos conoces personalmente?

Aunque la mayoría de los jóvenes manifestó que prefiere comunicarse con sus amigos personalmente, también hay una cantidad significativa de éstos a los que les gusta hacerlo por las redes sociales (gráfico 11); no podemos olvidar que la tecnología nos posibilita habitar en el tiempo y en el espacio de formas muy diferentes a las tradicionales.

Se rompe la narrativa lineal de nuestra experiencia y se trasladan los mismos y nuevos constitutivos de la identidad e interacción social dentro de estos no-lugares. La construcción del lugar es una acción de habitabilidad que demanda el usuario en la necesidad de desenvolverse socialmente a partir de una identidad creada o reflejada” (Pérez, 2017, pág. 116).

Gráfico 11. Medio por el cual prefieren comunicarse con sus amigos.



¿Por cuál medio prefieres comunicarte con amigos?

Este ejercicio con los estudiantes adolescentes nos corrobora que la mediación tecnológica atraviesa todas las relaciones sociales de una u otra manera, y por tanto la construcción de la identidad. Cuando las interacciones sociales se trasladan al mundo digital, se tiende a aplicar los mismos mecanismos que en las relaciones que tenemos en el mundo físico; y por lo general se combinan y entrelazan, haciéndonos perder la percepción de cuáles de nuestras relaciones se conforman o mantienen en redes sociales y cuáles fuera de éstas.

Conclusiones

Después de hacer un recorrido por varios autores y diferentes épocas, encontramos que la identidad está distribuida más allá del propio cuerpo. La construcción de ésta implica una relación entre el yo, los otros y los diferentes entornos en los que habitamos; todos los elementos que conforman el mundo, tanto materiales como simbólicos, hacen parte de nuestra cotidianidad. No podría pensarse entonces en un ser humano separado de ese entramado constituido por redes de artefactos, naturaleza, símbolos y cuerpo biológico.

De esta manera, el entorno digital hace parte del mismo entramado, está constituido a su vez por cada uno de sus elementos. Este entorno ha llegado a nuestro mundo conformando una revolución social y cultural, ya que allí cambian las formas tradicionales de relacionarnos con los otros, las normas, los valores, nuestros comportamientos, en fin, es un universo nuevo que se incorporó al ya existente y en el cual nos sumergimos para vivir allí gran parte de nuestras vidas. Entonces, las redes sociales, como las conocemos hoy en día, son un segmento de este entorno digital, y allí se forman comunidades en las cuales se construyen diferentes vínculos con los otros de acuerdo con las afinidades e intereses. Los seres humanos siempre estamos buscando encajar en un grupo, necesitamos la aprobación de los otros; de esta manera se van configurando roles mediante los cuales damos a conocer solo las partes que creemos que tendrán la aceptación de los demás, y así se va construyendo la identidad. Sin embargo, es muy importante entender que las redes sociales no son neutrales, es decir, que responden a muchos intereses, por lo cual debemos tener una posición crítica respecto a ellas. Entonces, aunque seamos conscientes de las posibilidades que nos brindan, no podemos desconocer sus peligros, especialmente dentro de la población más joven.

Ahora bien, mirando los resultados desde los objetivos podemos concluir que:

La manera como los adolescentes con los cuales se realizó el trabajo construyen y manifiestan su identidad personal en las redes sociales, se evidencia en que gran parte de su vida social y forma de ser se construye en las mismas. Como se vio, la mayor parte de estos adolescentes utilizan la red social (Facebook) para publicar sus fotos, imágenes e historias de su vida cotidiana, a la vez que pueden compartir y socializar con otras personas; pasan allí varias horas al día y manifiestan que solo publican las fotos bonitas, esto es, los aspectos de sus vidas que los hacen sentir cómodos y aceptados por un grupo, lo cual corrobora gran parte de lo planteado en los dos primeros capítulos.

En cuanto a qué motiva a los adolescentes para conectarse a las redes sociales (primer objetivo específico), éstos manifiestan que les da la facilidad de publicar variedad de contenido como fotos y videos; pueden expresar ideas, situaciones o pensamientos de una forma resumida y rápida, llegando a una gran cantidad de personas, etc. Además, tienen la posibilidad de ver memes y diferentes noticias, y allí están sus amigos con los que pueden socializar por este medio y ver cómo viven y qué contenido publican, entre muchas otras cosas; los adolescentes encuestados gestionan en Facebook gran parte de sus relaciones y su vida de ocio. Aquí, no necesitan de la presencia física de sus amigos o conocidos para interactuar con estos y compartir gran parte de su vida. Incluso, hablando con ellos, manifestaron que existe la posibilidad de acceder a Facebook sin necesidad de internet, lo que representa una ventaja dado que tienen poca capacidad económica para pagar datos móviles o internet en sus viviendas.

También, se encontró que para los adolescentes es muy importante obtener diferentes reacciones o comentarios de sus contactos, ya que esto les genera una sensación gratificante y se sienten reconocidos.

Por otro lado, se encontró que Facebook juega un papel muy importante en la manera en que estos adolescentes se relacionan y construyen su identidad (segundo objetivo específico), ya que la mayoría de ellos (el 77,9%) comenzaron a usar Facebook alrededor de los 11 años, lo cual indica que, por el hecho de tener acceso a esta red social desde tan temprana edad, la construcción de la identidad de estos adolescentes esta permeada por ella. además, ellos manifiestan que pasan mucho tiempo conectados a esta red social (entre 2 y 5 horas diarias), es decir, que viven a través de ella una gran parte de su vida. Por otro lado, Facebook les permiten interactuar con una gran cantidad de personas; además, este espacio virtual sustituye lugares físicos de encuentro, como parques, cafeterías, entre otros, lo cual permite variedad de interacciones.

Con este trabajo de campo pudimos darnos cuenta de que la identidad de los adolescentes se construye en los diferentes espacios en los cuales habitan (tercer objetivo específico), incluyendo el entorno digital del que hacen parte las redes sociales; yendo más allá de lo corporal, esta identidad se distribuye en un entorno culturizado, soportado por las nuevas tecnologías. Facebook se convierte en una plataforma en la que ellos apoyan gran parte de lo que son y quieren ser.

Para estos adolescentes, como lo evidencian en sus repuestas a la encuesta realizada, es importante cómo los perciben los demás, y tratan de mostrar su mejor versión. Facebook se presta para dejar ver solo lo que quieren que los demás conozcan de ellos y de alguna manera influir en lo que piensan. Lo que ellos dejan conocer de sí mismos tiene que ver con los estereotipos, normas y valores aprobados por su contexto.

Podemos concluir que, en general, los entornos digitales son parte ya de la vida cotidiana, no sólo de los adolescentes, sino de casi toda la población. Por ello, no cambian únicamente las maneras tradicionales de vivir y relacionarse con los otros, sino que también se modifican los valores, las normas, el comportamiento y muchos otros aspectos que se distribuyen en todos los espacios que habitamos, tanto físicos como virtuales. No obstante, aunque sirvan de extensión de las identidades, no hay que perder de vista que las redes sociales responden a intereses privados de las compañías que las han creado. Éstas pueden causar nuevos problemas imprevistos que nos obligan a tener una posición escéptica y crítica con ellas, esto es, ser conscientes de sus posibilidades, pero también de sus peligros, especialmente con los adolescentes que suelen no plantearse las consecuencias de sus acciones en este entorno.

Recomendaciones

Es evidente que el año 2020 en que se llevó a cabo este trabajo fue bastante inusual, pues se tuvieron que cambiar las prácticas educativas presenciales por actividades remotas y virtuales. Esto hizo que varias de las actividades pensadas originalmente para el trabajo en el aula fueran reemplazadas por otras; en especial, actividades como reuniones con grupos focales y entrevistas que hubieran ofrecido más información y detalles del papel de las redes sociales en la construcción de identidades personales durante la adolescencia. Por lo que la primera recomendación para trabajos futuros es hacer más actividades de este tipo de forma presencial, ya que la presencialidad permite conocer mejor el contexto de las prácticas alrededor de las redes sociales.

Otra recomendación importante es poder hacer un estudio etnográfico de los contenidos mismos de las redes sociales de los estudiantes, pues se podrían encontrar patrones, tendencias y formas de expresión que ampliarían las evidencias empíricas de los postulados acá defendidos sobre la identidad personal. Desafortunadamente, este tipo de actividades requiere también del consentimiento informado de los participantes, y se dificultó por las particularidades del año escolar 2020.

También se recomienda explorar más el tema a nivel teórico desde otras disciplinas, en especial desde la psicología y la sociología, pues es un tema por el que ha venido creciendo el interés académico debido a la importancia que tiene en la actualidad.

Referencias Bibliográficas

- Aguilar Rodríguez, D., & Said Hung, E. (2010). Identidad y subjetividad en las redes sociales virtuales: caso de Facebook. *Zona próxima* 12, 190-207.
- Arcila Calderón, C. (2010). *La presentación del sí-mismo en los entornos virtuales. Comunicación, alteridad e identidad en chats, blogs y redes sociales*. Madrid.
- Barriuso Ruiz, C. (2009). Las Redes Sociales y la Protección de Datos Hoy. *Anuario de la Facultad de Derecho*, 301-338.
- Bermúdez, E. (2001). Consumo Cultural y Representación de Identidades Juveniles. *Congreso Lasa* (págs. 1-28). Washington: revista Istmo.
- Bordignon, N. A. (2005). El desarrollo psicosocial de Eric Erikson. El diagrama epigenético del adulto. *Revista Lasallista de Investigación*, 50 - 63.
- Boyd , D., & Ellison , N. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Brey, A., Innerarity, D., & Mayos, G. (2009). *La sociedad de la ignorancia y otros ensayos*. Barcelona: Infonomia.
- Broncano, F. (2006). *entre ingenieros y ciudadanos*. Montesinos.
- Broncano, F. (2009). *La melancolía del ciborg*. Barcelona: Herder.
- Broncano, F. (2013). *Sujetos en la niebla. Narrativas sobre la identidad*. Barcelona: Herder Editorial.
- Caldevilla Domínguez, D. (2010). Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Documentación de las Ciencias de la Información Número 33*, 45-68.
- Cañas Castro, M., Gutiérrez León, D. J., & Sierra Pareja, E. A. (2017). *Facebook en adolescentes: influencia de esta red social en la búsqueda de identidad*. Puerto Berrio: Universidad de Antioquia.
- Carrillo Pascual, E. (2015). *Desconectados sociales. El no uso de las redes sociales entre los adolescentes y jóvenes de la Comunidad de Madrid*. Madrid: Universidad Rey Juan Carlos.
- Choza, J. (1988). *Manual de Antropología Filosófica*. Madrid: Ediciones RIALP.
- Clark, A. (2007). ¿Somos ciborgs natos? En D. D. Daniel Dennett, *El Nuevo Humanismo y las Fronteras de la Ciencia* (págs. 103 - 114). Barcelona: editorial Krós.
- Cooley, C. (1902). *Human Nature and the Social Order*. Nueva York: Transaction Publishers.

- Cruz Quilca , Y., & Jurado Collaguazo , L. (2019). *Red social Facebook y la identidad social en los estudiantes de novenos, décimos años de educación general básica y primeros años de bachillerato de la jornada matutina del Colegio Particular Mixto Interandino, de la Ciudad de Quito, en el año Lectivo 2018*. Quito: Universidad Central del Ecuador.
- Cuartas, E. (27 de enero de 2015). Así puedes acceder a Facebook gratis desde tu celular en Colombia. *Enter*. Obtenido de <https://www.enter.co/chips-bits/apps-software/asi-puedes-acceder-a-facebook-gratis-desde-tu-celular-en-colombia/>
- Dawkins, R., & Robles Suárez, J. (1979). *El gen egoísta*. Barcelona: Labor.
- de Haro, J. (2010). Redes Sociales en Educación. En *Educación para la comunicación y la cooperación social* (págs. 203-215). Navarra: CONSEJO AUDIOVISUAL DE NAVARRA.
- Díaz Reyes, R. (2018). *Impacto de las redes sociales en la vida de los habitantes de la comunidad El Jícaro, del Municipio de Estelí de Agosto a Diciembre de 2017*. Estelí (Nicaragua): UNAN - Managua.
- Echeverría Ezponda, J. (1998). 21 tesis sobre el Tercer Entorno, Telépolis y la vida cotidiana. XIV Congreso de Estudios Vascos (págs. 7-11). Donostia: ISBN: 84-89516-62-6.
- Echeverría Ezponda, J. (1999). *Los señores del aire: Telépolis y el tercer mundo*. Barcelona: Ediciones Destino.
- Echeverría Ezponda, J., & Sánchez Almendros, D. (2020). *Tecnopersonas - cómo las tecnologías nos transforman*. Barcelona: Ediciones Trea.
- Espinar Ruiz, E., & González Río, M. J. (2009). Jóvenes en las Redes Sociales Virtuales. Un análisis exploratorio de las diferencias de género. *Feminismo/s*, 87-106.
- Fonseca Mantilla, O. (2015). *Redes Sociales y Juventud: Uso de Facebook por jóvenes en México y Colombia*. Málaga: Universidad de Málaga.
- Gallego Vázquez, J. (2012). *Comunidades Virtuales y Redes Sociales*. Worters Kluwer.
- Goffman, E. (2001). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Grupo Funcional de Seguridad Informática, UNAD. (27 de septiembre de 2018). *UNAD Universidad Nacional Abierta y a Distancia*. Obtenido de <https://noticias.unad.edu.co/index.php/gidt/2444-los-riesgos-en-redes-sociales>
- Guerra López, R. (2010). Identidad Personal. *Open Insign*, 116 - 141.
- Hall, S. (2003). ¿Quién necesita identidad? En S. Hall, & P. du Gay, *Cuestiones de identidad cultural* (págs. 13-39). Buenos Aires: Amorrortu.
- Hernández Prados, M., & Solano Fernández, I. (2007). Hernández Prados, M^a, and Isabel M^a Solano Fernández. "Ciberbullying, un problema de acoso escolar." *Revista Iberoamericana*

- de Educación a distancia (2007). *Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 17-36.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGRAW-HILL.
- Locke, J. (1980). Acerca de la identidad y la diversidad. En J. Locke, *Ensayo sobre el entendimiento humano*.
- Lozares, C. (1996). La teoría de redes sociales. *Papers: Revista de Sociología*, 103-126.
- Málaga Pescador, J. (2017). *Uso de las redes sociales en el sur de Europa. Género y adolescencia*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Marcús, J. (2011). Apuntes sobre el concepto de identidad. *INTERSTICIOS Revista sociológica de pensamiento crítico*, 107 - 1014.
- Miranda Coello , E., Tubay Moreira , M., & Albán, H. (2018). Redes sociales y la construcción social del yo en los adolescentes en una institución educativa. *UNIVERSIDAD, CIENCIA y TECNOLOGÍA Vol. 21, N° 82 Marzo 201, 52 - 57*.
- Monterroza Ríos, Á. (2018). *La naturaleza heterogénea de los artefactos. Un análisis ontológico*. Medellín: Fondo Editorial ITM.
- Olson, E. (1999). *Olson, Eric T. The human animal: Personal identity without psychology*. Oxford University Press. new york: Oxford University Press.
- Organización Mundial de la Salud (OMS). (SF). *Programa de Orientación en Salud Adolescente para Proveedores de Salud*. Departamento de Salud y Desarrollo del Niño y el Adolescente.
- Orihuela, J. (2008). Internet: la hora de las redes sociales. *Nueva Revista* 119, 57-62.
- Parente, D., & Vaccari, A. (2019). El humano distribuido. Cognición extendida, cultura material y el giro tecnológico en la antropología filosófica. *Revista de Filosofía*, 279 - 294.
- Parfit, D. (2004). *Razones y Personas*. Madrid: Antonio Machado.
- Pérez, M. (2017). *Arte, identidad, comunicación y redes sociales: cómo nos comportamos en la red. Tesis Doctoral*. Murcia: Universidad de Murcia.
- Renau, V., Xavier , C., & Ursula , O. (2012). Redes sociales online, género y construcción del self. *Aloma Vol. 30, Núm. 1 , 97-107*.
- Ricoeur, P. (2006). *Sí mismo como otro*. España: Siglo XXI editores.
- Telefónica, Fundación. (2013). *Identidad Digital: El nuevo usuario en el mundo digital*. Barcelona: Ariel.

- Tole Santa, C. (2020). *El perfil de Facebook como mensaje que comunica una identidad virtual: análisis sistemático de literatura*. Bogotá: Universidad Cooperativa de Colombia.
- Torregrosa Peris, J. R. (1983). Sobre la identidad personal como identidad social. En *Perspectivas y contextos de la psicología social* (págs. 217 - 240).
- Tugendhat, E. (1996). Identidad personal, nacional y universal. *Ideas y valores n° 100*, 4 - 18.
- Tugendhat, E. (1996). Identidad personal, nacional y universal. *Ideas y valores n° 100*, 3 - 18.
- Vallés, R. (11 de Noviembre de 2018). Esta es la verdadera razón por la que los jóvenes ya no están en Facebook. *La Vanguardia*.

Anexos

Anexo 1. Consentimiento informado

Estimado participante, mi nombre es CLAUDIA RESTREPO CUERVO y soy estudiante del programa de Maestría en Estudios de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación (CTS+) del Instituto Tecnológico Metropolitano (ITM) de Medellín. Actualmente realizo el proyecto de investigación titulado CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDADES EN REDES SOCIALES bajo la supervisión del docente ÁLVARO DAVID MONTERROZA RÍOS. El objetivo principal de esta investigación es: Identificar de qué manera los adolescentes construyen y manifiestan su identidad personal en las redes sociales.

Dado que usted ha sido invitado a participar en la actividad de esta investigación llamada ENCUESTA ACERCA DEL USO DE REDES SOCIALES, le comparto a continuación la información necesaria para tomar una decisión informada de participar voluntariamente en ella.

- *Se le ha explicado en qué consiste la actividad investigativa a que ha sido invitado a participar.*
- *Si tras esta explicación usted decide no participar en esta investigación, esa decisión no lo perjudicará de ninguna manera en absoluto.*
- *Dado que los fines de la presente investigación son eminentemente formativos, académicos y profesionales, la participación de los participantes en ella es totalmente voluntaria y no tiene ningún tipo de contraprestación económica ni de otra índole.*
- *La participación en este estudio es completamente anónima y el investigador mantendrá la confidencialidad en todos los documentos asociados con ella.*
- *En cualquier momento que le parezca conveniente, usted podrá solicitar la información que considere relevante con respecto a los propósitos, los procedimientos, los instrumentos y demás aspectos relacionados con la investigación.*
- *La participación en esta investigación no involucra ningún daño o peligro para su salud física o mental.*
- *Los hallazgos de esta investigación harán parte de mi trabajo de grado para optar al título de Magíster en Estudios CTS+i y se conservarán en el Sistema de Bibliotecas de ITM, donde podrán consultarse sin infringir la confidencialidad de los participantes.*

Si usted tiene preguntas sobre la participación en esta investigación, puede comunicarse conmigo al número telefónico 3127500538 o al correo electrónico coordinadoraclaudiaavpt@gmail.com.

Si usted tiene preguntas sobre los derechos como participante o desea reportar algún problema relacionado con la investigación, puede comunicarse con la Vicerrectoría de Investigación y Extensión Académica de ITM al número telefónico 460-0727 o al correo electrónico investigaciones@itm.edu.co.

Anexo 2. Encuesta sobre Redes Sociales

Sección 1

¿Cuántos años tienes?

- 12
- 13
- 14
- 15
- 16
- 17
- 18
- Mas de 18

¿En qué barrio vives?

- Caicedo
- Villatina
- Buenos Aires
- Otro ¿Cuál?

Género

- Masculino
- Femenino
- Otro

Sección 2

1- ¿Utilizas redes sociales?

- si
- no

2- ¿En cuáles redes sociales tienes perfil? Puedes elegir varias opciones

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- Tik Tok

- Otra ¿Cual?

3- ¿Cuál es la red social que más utilizas? (no aplica para WhatsApp)

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- Tik Tok
- Otra ¿Cual? _____

4- ¿Por qué te gusta más esa red social que las otras? Puedes elegir varias opciones

- Porque puedo publicar mis fotos y cosas de mi vida
- Porque casi todos mis amigos están ahí
- Porque puedo leer noticias, información y memes
- Porque es más privada o mi familia no está ahí
- Otro motivo ¿cuál? _____

5- ¿Desde qué edad usas redes sociales?

- Menos de 10 años
- Entre 11 y 13 años
- Entre 14 y más años

6- ¿Desde qué dispositivo accedes a las redes sociales? Puedes elegir varias opciones

- Celular
- Computador
- Tableta
- Otro ¿Cuál? _____

7- ¿De quién es el dispositivo que utilizas?

- De un familiar o un amigo
- Propio
- De un café internet
- Otro ¿cuál? _____

8- ¿Cuántas horas al día les dedicas a las redes sociales?

- Menos de dos horas
- De dos a cinco horas
- Mas de cinco horas

9- ¿Cuál es el uso que más les das a las redes sociales? Puedes elegir varias opciones

- Para ver videos
- Para ver noticias e información de tu interés
- Para jugar
- Para comprar productos
- Para mirar los perfiles de tus contactos
- Para conversar con tus contactos
- Para hacer tareas
- Para publicar y ver memes
- Otro ¿cuál? _____

10- ¿Cuáles son los temas que más te interesan a la hora de usar las redes sociales? Los relacionados con: (Puedes elegir varias opciones)

- Música
- Ciencia y tecnología
- Belleza y moda
- Películas y series
- Deportes
- Humor
- Farándula y chismes
- Otros- ¿cuáles? _____

11- ¿Qué es lo que más publicas en tus redes sociales? Puedes elegir varias opciones

- Selfies
- Fotos de familiares y amigos
- Fotos de paisajes, comidas, mascotas, etc.
- Videos personales, *stories*
- Memes
- Estados de ánimo

- Reflexiones
- Otras cosas- ¿Cuáles? _____

12- ¿Qué te molesta ver en las redes sociales? Puedes elegir varias opciones

- Mensajes insultantes hacia ciertos grupos de personas
- Noticias falsas
- Imágenes o videos de animales o personas maltratadas
- Desnudos
- contenido político insultante para alguna tendencia
- Imágenes muy retocadas
- Otros _____

13- ¿Qué te gusta que tus contactos en redes sociales conozcan de ti? Puedes elegir varias opciones

- Las fotos más bonitas
- Tus opiniones
- Tu familia y amigos
- Lo que te gusta hacer
- Tu cotidianidad
- Otras ¿Cuáles? _____

14- ¿Qué te molesta que tus contactos de redes sociales conozcan de ti? Puedes elegir varias opciones

- Las fotos feas
- Tus opiniones
- Tu familia
- Lo que te gusta hacer
- Tu casa
- Otras ¿Cuáles? _____

15- ¿Cada cuanto publicas en redes sociales?

- Todos los días
- Una vez a la semana
- Una vez al mes

- Casi nunca

16- ¿Qué reacción es más importante cuando publicas algo en redes sociales?

- Que le den “me gusta”
- Que compartan
- Que comenten
- Que se suscriban
- Otra_____

17- ¿Dónde sientes más libertad de expresar lo que sientes y piensas? Puedes elegir varias opciones

- Con tu familia
- Con tus mejores amigos
- En tus redes sociales
- En ninguna parte

18- ¿Cuántos contactos tienes en la red social que más utilizas?

- Menos de 50
- De 50 a 200
- De 200 a 500
- Mas de 500

19- Al momento de aceptar una solicitud de amistad lo haces porque: (Puedes elegir varias opciones)

- Conoces a la persona
- Es amigo de un amigo
- Te parece atractivo o atractiva físicamente
- Tiene un perfil y gustos parecidos
- Por tener muchos seguidores
- Otro_____

20- ¿De los contactos o amigos que tienes en redes sociales cuántos conoces personalmente?

- A todos
- A más de la mitad

- A menos de la mitad
- A muy pocos

21- ¿Por cuál medio prefieres comunicarte con tus amigos?

- Personalmente
- Por teléfono
- Por chats de redes sociales
- Otro _____