



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**  
**PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**

**Escultores del yo. Interacción comunicativa en la red socio-digital *Facebook* como  
mediadora de identidades entre jóvenes universitarios**

**TESIS**

**Que para optar por el grado de  
MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN**

**Presenta:**

**FERNANDO GABRIEL ACOSTA ISLAS**

**Tutor:**

**DR. ALEJANDRO BYRD OROZCO**

**PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**

**Santa Cruz Acatlán, Naucalpan, Estado de México, Septiembre 2017**



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## ÍNDICE

Resumen	4
Introducción	5
Capítulo 1. La postmodernidad en la era digital	8
1.1 Hacia una definición de la época	8
1.1.1. Contextos de la sociedad global	8
1.1.2. El individuo y su situación en la era digital	15
1.1.2.1. El ser y su reposicionamiento ante la incertidumbre	16
1.1.2.2. Esfera pública y esfera privada; comunidades de individuos	18
1.1.2.3. Proyecto de vida como único proyecto válido	21
1.2 Sociedad de la información, revolución tecnológica y evolución de Internet	23
1.3 Advenimiento de redes sociodigitales	26
1.3.1 Transición de consumidor a prosumidor: web 2.0	27
1.3.2. Hacia la web semántica	31
Capítulo 2. La interacción comunicativa en <i>Facebook</i>	34
Estrategia metodológica	34
2.1. <i>Facebook</i> : definición, alcances y normativa	39
2.2. Comunicación e intersubjetividad	47
2.2.1. Diálogos y enunciación	50
2.2.2. Intereses y afectividad	56
2.3. Tópicos y estilo en la red socio-digital <i>Facebook</i>	63
2.3.1. Temas recurrentes, ideas manifiestas y significados latentes	65
2.3.2. Formas y recursos expresivos	71

Capítulo 3. Imágenes del alter-ego e identidad develada en <i>Facebook</i>	81
3.1. Grupos relacionales y estrategias de mediación	81
3.2. Identidad: autorreferencia, heteroimagen y alteridad	91
3.2.1. Narración del self y ego	96
3.2.2. De persona a personaje: reputación	121
3.2.3. Opinión de los alteres	140
3.3. El orden de lo dicho	158
3.3.1. El ser deseado y el ser posible: el lado consciente de la identidad	160
3.3.2. El ser oculto: el lado ciego del yo en <i>Facebook</i>	169
Conclusiones	173
Referencias	180

## Resumen

El presente trabajo de investigación fue realizado con el objetivo de identificar y explicar la forma en que la interacción comunicativa digital de un grupo de jóvenes universitarios en la red sociodigital *Facebook*, impacta en su proceso de autoconstrucción, en al menos alguna faceta de su identidad. A esta influencia que la comunicación ejerce en la esfera identitaria se le concibe desde este enfoque como mediación. Para alcanzar dicho objetivo, ha sido necesario indagar las pautas expresivas de los sujetos como parte de su actividad cotidiana y de qué manera esto coadyuva en la configuración de su autoheteroimagen.

La metodología construida y empleada para la investigación tiene un enfoque predominantemente cualitativo, aunque se retoman técnicas provenientes de la tradición cuantitativa como el análisis de contenido, que complementa la recogida de datos y potencian la profundidad de análisis e interpretación. Asimismo, se han construido instrumentos expresivos para el estudio de entornos digitales, ejemplo de esto, es la tabla de unidades y categorías (Anexos). En la investigación se podrá hallar un trabajo etnográfico de observación participante, entrevistas cualitativas no estructuradas y análisis discursivo, a partir de la actividad expresiva de los sujetos en sus *timelines*.

El estudio permitió la develación de hallazgos, que el lector podrá revisar con una caracterización detallada en páginas posteriores. Se ha encontrado que los sujetos de estudio son conscientes de lo que representa el uso que hacen de *Facebook*, de sus decisiones y del impacto en su imagen. Buscan notoriedad ante su audiencia (amistades) ya sea por su cuerpo, por sus gustos o por sus actividades; ajustan su léxico y comportamiento en función del contexto y de sus interlocutores.

A mayor sociabilidad de los sujetos, mayor cantidad de interacción y actividad en sus perfiles. La comunicación de los sujetos tiene alto contenido afectivo hacia sus pares; a través de sus recursos y estilos expresivos se orientan a alcanzar el doble desafío de integrarse y destacar, es decir, ser aceptados en un grupo, pero diferenciarse del mismo.

Estas son sólo algunos de los hallazgos más relevantes, que guían a la conclusión de que la identidad de los jóvenes es mediada por una comunicación encaminada a socializar y posicionarse ante los otros de manera satisfactoria, procurar vínculos afectivos y ser atractivos a la mirada del otro. Los jóvenes usan la red para diversión y placer principalmente, bajo una perspectiva individual, comparten experiencias en un nivel microsociedad y la implicación e intercambio entre su mundo *online* y *offline* complejizan sus esferas sociales e individuales, así como sus capacidades de autoproducción y co-creación.

## Introducción

El presente trabajo de investigación es una aspiración estructurada por comprender un proceso social que acontece en la actualidad, a partir de la vertiginosa transformación del mundo digital como fuente de producción, consumo, uso de información y significados, lo cual impacta en las distintas esferas de los individuos en su mundo sociocultural cercano.

Si bien el interés del estudio atraviesa y es atravesado por el ámbito de los dispositivos tecnológicos, el énfasis está en dilucidar el ambiente cibercultural incipiente y lábil, que se gesta a partir del uso de las redes socio-digitales como un espacio/tiempo de encuentro. Las propiedades emergentes de las redes, tales como códigos, hábitos, tipos de interacción, pautas comunicativas, representaciones, anhelos, es lo que interesa identificar, valorar y conceptualizar como factor determinante en la mediación de identidades.

Existen diversos estudios que exploran y analizan las condiciones cognitivas, interactivas, sociales, psíquicas y culturales que subyacen en el mundo digital. Proliferan disertaciones, opiniones, estadísticas, estudios de caso y otros abordajes temáticos respecto a lo que implica la Internet en general, como espacio virtual habitado y vivido de forma muy real por vastos individuos y colectivos.

La intención del estudio ha sido analizar la identidad mediada por la comunicación, ocurrida en espacios virtuales, en este caso, la red socio-digital *Facebook*, ya que se considera fundamental indagar las consecuencias que tienen –ya no las tecnologías, sino el uso, la carga de sentido, la apropiación que se hace de ellas– en el contexto social actual para la conformación de nuevas comunidades y de individuos con características e intereses distintos, que trazan nuevas formas de existencia y coexistencia.

Los jóvenes y adolescentes están modelando su identidad social en todas sus apariciones y encuentros con otros. Lo hacen, en primer lugar a través del cuerpo, la vestimenta, los gestos, las expresiones verbales con sus tonos, etc. Causan una cierta impresión y, si les parece que deben cambiar algo para causar una impresión distinta, lo cambian. Es una habilidad que se aprende a lo largo de la vida: vamos observando e interpretando las reacciones de los demás a lo que hacemos y decimos; y ajustamos nuestro comportamiento si lo creemos conveniente (Bernete, 2010, 111).

En las líneas de Bernete, se exponen sintetizadas, la preocupación por la identidad y su mediación a partir de la interacción con la alteridad, conceptos fundantes del presente estudio, que serán abordados de forma profunda y detallada.

Si bien no es nueva la preocupación por esta temática, inscrita en estudios culturales de comunicación, lo que sí es distinto es analizar este fenómeno en la particularidad de *Facebook*, como plataforma digital, que reviste de pautas distintas a las generadas en una

charla de café, en un bar, en un show televisivo, en un mensaje de e-mail, en una comida familiar, en una discusión parlamentaria, en un diálogo al interior de un aula, o en una junta empresarial; y paradójicamente, todos estos intercambios simbólicos pueden estar dentro de *Facebook* con una significación peculiar y exclusiva de este micro/macro ambiente.

Ante la diversificación de los canales de información y el surgimiento de comunidades virtuales que convierten al sujeto anónimo en elemento activo de construcción social, permiten la interacción de uno a todos, de todos a uno y de todos a todos, se ha gestado un imaginario de representaciones intersubjetivas, donde cada uno de los interlocutores (cibernautas) buscan de manera incesante decir quiénes son, llevar su “yo” a la esfera pública.

Es paradójico que en una era en la que se homogeneiza cada vez más la dependencia tecnológica y la convergencia en el espacio de comunidades virtuales, exista una contratendencia centrífuga que incita a la diferenciación. Si bien las actividades e informaciones se homogeneizan, los estilos y los usos se diversifican.

Las propiedades emergentes de los ciberespacios, que devienen en ciberculturas, tales como códigos, hábitos, tipos de interacción, pautas comunicativas, representaciones, anhelos, es lo que se pretende identificar, deducir y conceptualizar como resultante existencial y cultural. “Primero modelamos nuestros instrumentos, después ellos nos modelan a nosotros”. (McLuhan, Citado en Scolari, 2008, 14).

Hablar hoy de conectarse a *Facebook* es como hablar hace 2,500 años de acudir al Ágora. El estudio trabaja con un objeto intangible que se esconde y manifiesta de diferentes maneras: la identidad. Nunca se tiene un acceso completo a aprehender la identidad de ningún individuo, sólo se pueden identificar, analizar e interpretar síntomas de la identidad.

Así, una de las limitantes evidentes del estudio, es que por su naturaleza y por la plataforma en la que se realizó (*Facebook*), el acceso a las percepciones y opiniones depende de lo que los jóvenes dejan ver de forma pública. Esto tiene como consecuencia la obtención de material valioso y vasto pero que sólo da una cara del fenómeno. De ahí la importancia de las inferencias, lectura entre líneas, información conjunta, contextualizada y como discurso articulado, no por separado ni como texto aislado.

#### **Objetivo general:**

- ***Analizar las interacciones comunicativas en la red socio-digital Facebook y su rol en el ajuste de identidades en seis jóvenes universitarios.***

#### **Objetivos particulares:**

- Describir las características de forma y contenido en las pautas de interacción en la red socio-digital *Facebook* entre jóvenes universitarios.

- Identificar la percepción expresada de los jóvenes universitarios sobre sí mismos, sus pares y sus relaciones.
- Determinar la representatividad de los discursos de los jóvenes universitarios en su construcción identitaria.

**Premisa argumental:**

La identidad del individuo está atravesada por los contextos y prácticas culturales manifestados en procesos de acción, lenguaje, intercambio simbólico, información y relaciones grupales; debido a que las redes sociodigitales, como lugar de socialización, influyen esas prácticas y la percepción del mundo de los individuos, aquellas se convierten en posibilidades de conocimiento y tratamientos novedosos de información, por lo tanto, se gesta una red de ideas e interacción que participa en la construcción identitaria a la vez que es síntoma de la misma. Se presenta un fenómeno complejo de causa y efecto simultáneo.

**Pregunta general de investigación:** ¿Cómo acontece la mediación de identidades a partir de las interacciones comunicativas gestadas entre jóvenes universitarios en la red sociodigital *Facebook*?

En adelante, el lector encontrará en el **capítulo 1**, una reflexión teórica y contextual de los enfoques paradigmáticos contemporáneos, con rasgos generales de patrones socioculturales, condiciones económicas y devenir existencial del individuo y las comunidades; asimismo se delinea el desarrollo revolucionario de las TIC, el advenimiento de la web, la transición a la web 2.0 y el ambiente específico de redes sociodigitales, como parte de la caracterización de los jóvenes y las condiciones en que se relacionan.

En el **capítulo 2** se ofrece una caracterización detallada de la red sociodigital Facebook, así como de la interacción comunicativa y la expresividad de los jóvenes en su actividad online, tanto a nivel de contenido como de estilo, todo esto en el marco de los vínculos existentes entre comunicación e identidad. De esta manera se puntualiza el pulso motivacional que configura las interacciones digitales y los caminos para gestionarlas.

Por último, en el **capítulo 3** se presentan los perfiles de los jóvenes en 3 niveles: sus recursos del yo, explicitados como estrategias de mediación al interactuar con los otros, su autoheteroimagen profundizada cualitativamente en la interpretación de sus representaciones y sus facetas identitarias en los planos inconsciente y manifiesto, para así completar el estudio y responder al objetivo y pregunta de la investigación, al interpretar los efectos mediadores de las pautas comunicativas y sus manifestaciones en la identidad.

## **CAPÍTULO 1. LA POSTMODERNIDAD EN LA ERA DIGITAL**

El presente capítulo representa el marco teórico-contextual para dar cuenta de las diversas manifestaciones culturales, sociales y existenciales que atraviesan a los individuos en una época postmoderna en la que se reconfiguran paradigmas, en medio de turbulencias económicas, consumismo y relaciones digitales cotidianas que median la comunicación y la vida de las personas.

El recorrido reflexivo se hace de lo general a lo particular, desde aspectos globales y planetarios, estructuras macro, hacia elementos institucionales, comunitarios, microsociales hasta llegar al individuo y sus manifestaciones interactivas. Más aun, haciendo énfasis en el proceso que ha seguido la era digital, a partir de Internet, la web 2.0 y las redes sociodigitales, así como sus principales características técnicas, sociales y comunicativas.

Lo que se busca con este primer capítulo es una contextualización de los avances científicos en el campo de la identidad y la comunicación digital en la etapa contemporánea, así como un repertorio de posturas teóricas y categorías conceptuales que serán útiles en la interpretación de la información recopilada que permitirán concluir el estudio por medio de la interpretación y responder la pregunta general de investigación ¿Cómo acontece la mediación de identidades a partir de las interacciones comunicativas gestadas entre jóvenes universitarios en la red sociodigital *Facebook*?

Este capítulo integra los enfoques de lo que se podría denominar como el fin de la modernidad y el comienzo de la era digital, con la pretensión de articular el cambio estructural en la sociedad, que problematiza las transformaciones culturales con el cambio informático y tecnológico que incluye la economía del conocimiento y las prácticas cotidianas de los sujetos. La intención es introducir a la temática particular de la tesis reflexiones y hallazgos previos, así como apuntar que no están separados los procesos sociales y lo tecnológicos; que la época y las TIC se han solapado en las transformaciones recientes.

### **1.1 Hacia una definición de la época**

Son varios los autores que afirman el fin de la modernidad (Vattimo, Lyotard, Lipovetsky), época comprendida desde el siglo XVII hasta el siglo XX. Caracterizada por la racionalidad científica, el orden, el progreso, los grandes ideales de emancipación, de justicia, de exactitud, la búsqueda implacable de certezas y el futuro como un lugar inevitablemente mejor al que el Estado-nación en conjunto con los ciudadanos permitiría acceder.

Hay autores que defienden (Habermas, Giddens) la idea de que la modernidad sigue en marcha y no sólo ello sino que se puede recuperar el proyecto emancipatorio. Lo que es indudable es que ha tenido y tiene lugar una transformación. Ya sea que se considere el periodo actual como una segunda modernidad, una versión radicalizada o que se le considere como un nuevo periodo llamado postmoderno, hay acuerdo en que una discontinuidad ha irrumpido estableciendo un orden distinto al anterior.

Para ello se puntualizan las diferencias observadas en la vida común actual, y apuntadas por diversos autores para poder definir las características destacadas en las sociedades interconectadas de la era global, que acontecen en el periodo de tiempo desde finales del siglo XX a principios del XXI.

### **1.1.1 Contextos de la sociedad global**

Se trata de definir la época en la que transcurre la existencia para las sociedades, las comunidades, las instituciones y fundamentalmente para los individuos. Pero definir no se debe entender como clausurar o limitar, sino como un esbozo abierto e inconcluso que dibuja el pulso de la contemporaneidad. Aquí se presentarán características generales de la sociedad -tanto *offline* como *online*- que dan lugar al entorno particular de redes sociodigitales habitadas, en donde se analiza el fenómeno propio de la tesis: la interacción comunicativa en *Facebook* como mediadora de identidades en jóvenes universitarios.

*Llámesese posmodernidad...*

En los procesos de transición y en naciones como la nuestra (México) las épocas pueden converger, hibridarse y hasta proyectar rasgos *sui generis* de vida. Actualmente se desarrolla un tiempo histórico que conviene llamarle postmodernidad, con la salvedad de que ésta tiene varios apellidos y además está aún en gestación o reacomodo. Pero ¿qué es la postmodernidad y por qué se afirma que existe?

La postmodernidad es un enfoque criticado por varios autores que consideran que más que dar cuenta de la realidad, los autores postmodernos vierten su deber ser y su desencanto de ciertos procesos tradicionales.

—La posmodernidad es una actitud que algunos tienen en un contexto epocal que le es su soporte. Toca por igual a campos especializados del saber y del arte como de la vida cotidiana” (Jalif, 1990, 262). Reducir la postmodernidad a una actitud, es una crítica severa e implícita a este enfoque, además de remarcar el hecho de que ha impactado por igual en campos científicos y acientíficos.

—La posmodernidad implica asumir una actitud que Lipovetski ha llamado cool: se desarma la disciplina, pero a la vez la crítica, que ya no encuentra dónde hacer impacto; la negación cultural no sólo es impotente ahora, sino también innecesaria. Ya no escandaliza hablar de diferencia, el sistema lo soporta; el territorio de la tolerancia es impuesto y la dominación social se mantiene sin necesidad de la cultura de la represión” (Jalif, 1990, 269).

Aquí se mira a la postmodernidad y sus planteamientos como un nihilismo que lo único que alimenta y permite es la opresión tradicional, el *statu quo* que el poder requiere para acrecentar sus beneficios y minimizar los riesgos. Connotación del —todo es válido”, sin sentido crítico y sin parámetros.

La postmodernidad tiene sus orígenes en el arte y es una álgida respuesta contra ciertas visiones románticas. La realidad indicaba que algo ya no iba por el camino lineal del desarrollo moderno, las guerras mundiales del siglo XX trastocaron ideales y convicciones, la avanzada tecnológica comenzó a dar cuenta de nuevas realidades y las naciones, con sus proyectos sólidos, comenzaron a verse saboteadas por el mercado global, el capital y por sus ciudadanos que comenzaron a mirarse como individuos con una sola existencia que procurar.

De ahí los autores postmodernos canalizan su crítica hacia la modernidad, así como a sus fundamentos, también comienzan a explorar, describir y contrastar lo que ocurre en las sociedades y en los sujetos que representan una novedad, una disrupción con el orden previo.

Los macrovalores de la modernidad tales como el progreso, la emancipación, la justicia, la solidaridad, el bienestar, son desenmascarados, se pierde confianza en estas grandes empresas. Más aun, se cuestiona la razón científica e instrumental de la que emanaban los grandes proyectos para el futuro. La ética como modelo de humanismo también genera sospechas y malestar. Los hechos han rebasado el discurso moderno.

En la postmodernidad no hay cabida para grandes paradigmas, ni ideologías firmes u órdenes dominantes; lo que coexiste son proyectos variados, esfuerzos individuales, teorías fractales, visiones complejas de cada fenómeno, imposibilidad de explicar por completo la realidad, irrelevancia de lo abarcador, abandono del largo plazo, intereses eclécticos, agendas maleables, multifuncionalidad e interactividad tecnológica.

Lo propio de la postmodernidad es prescindir de grandes referentes, estos se diluyen y quedan residuos. Cada uno es relato y fragmento de relatos a la vez. Las culturas se diversifican y la pertenencia a ellas es abierta, flexible y debe ser reconfortante. —Dios ha muerto, las grandes finalidades se apagan, pero a nadie le importa un bledo: ésta es la alegre novedad” (Lipovetsky, 1987, 36).

En la postmodernidad se sostiene que la existencia puede prescindir perfectamente de todo fundamento. El pasado se mira como falaz, construido a conveniencia de grupos dominantes, el futuro incierto y el presente caótico, así, sólo resta extraer de la vida: confort, alegría, placer, seguridad. La estética cobra más sentido que la ética, lo importante es agrandar y ser agrandado, más que luchar por ideales se ocupa inventar las agendas propias.

El cuidado de sí es la mejor elección, el narcisismo se mira como una lógica natural en una sociedad de individuos preocupados por su imagen y por sus logros. Las experiencias se codician, se acumulan y se olvidan para continuar este bucle *ad infinitum*.

El marketing al servicio del capitalismo, del consumo y del orden económico ha sabido explotar estos virajes en las formas de estar/ser en el mundo de las personas integrantes de sociedades postmodernas. La publicidad recalca los aspectos hedonistas de los individuos y movilizan el deseo a través de uno de los bienes más preciados en la actualidad: la sensación de felicidad y éxito en el ser humano.

La postmodernidad no se puede explicar por sí sola, no está desarraigada, ni carece de sustancia. Por el contrario, se pueden explicar parte de sus configuraciones a partir de fenómenos evidentes que afectan el rumbo económico, político y cultural de la sociedad mundial, por ejemplo: la globalización.

### *La multicitada globalización*

La globalización va de la mano con la denominada sociedad del riesgo, por las desigualdades e incertidumbres, las polaridades y el crecimiento exacerbado del poder del capital, pero también por el debilitamiento de estructuras de identidad nacional, de culturas sólidas y de proyectos territoriales; por la anemia del Estado.

La globalización es un término de contrastes: para algunos es prosperidad conveniente, para otros, incertidumbre. La tensión entre élites y marginados crece. La globalización es un fenómeno nuevo en la historia por: el capital financiero y su capacidad multiplicadora, además de su ubicuidad; la revolución de la información que apoya los instrumentos financieros; y las nuevas formas de riqueza (Beck, 1998).

Se ha posibilitado lo que antes se mantuvo latente, el poder político de los empresarios, quienes ya se mueven libremente por todo el planeta e influyen con su poder – el privar de puestos de trabajo, de recursos materiales o financieros a un sector de la sociedad generando crisis y desequilibrio.

El mayor tema que salta a la vista es la extinción paulatina del trabajo. “Todo el que fomenta el crecimiento económico acaba generando desempleo; y todo el que rebaja drásticamente los impuestos para que aumenten las posibilidades de beneficios genera posiblemente también desempleo” (Beck, 1998, 17).

El fenómeno de la globalización está poniendo en entredicho no sólo las condiciones laborales y la riqueza, sino el desempeño político y el papel del Estado como regulador de la actividad económica. La toma de control sobre las condiciones de vida generales por parte de las empresas multinacionales tiene alcances sin precedentes. Beck (1998) ilustra esta situación con cuatro privilegios:

- Se pueden exportar puestos de trabajo a los lugares con costes más bajos y mano de obra barata.
- Con apoyo en las TIC se puede seccionar el trabajo y repartirlo por cualquier parte del mundo.
- Las empresas se sirven de los Estados nación por medio de pactos globales con otras empresas, imponen sus condiciones, pagan pocos impuestos o no pagan y se dotan de infraestructuras favorables, con el atenuante de que si el Estado no acepta sus condiciones, lo castigan llevándose su capital a un territorio más –amigable”.
- También se puede diferenciar para efectos de distribución administrativa entre lugar de inversión, lugar de producción, lugar de declaración fiscal y lugar de residencia.

La polarización de la riqueza es un problema que de lo económico pasa factura a lo social, las ganancias de las grandes empresas aumentan, su contribución fiscal disminuye drásticamente y el empleo decrece. Estas desigualdades generan fuertes tensiones sociales, por otro lado, explican cierta actitud de los grupos y los individuos de indiferencia total e incredulidad en el Estado. De ahí resulta una ciudadanía que no actúa como tal y que sin convicciones sólidas guía sus esfuerzos hacia sí misma.

La sociedad global traspasa al Estado nación, fijado a un territorio, por medio de redes de comunicación. Benhabib (2006) afirma que los elementos que le daban cuerpo cada vez se debilitan y diluyen más. Los ejes rectores que están siendo reducidos son la identidad colectiva, la pertenencia política y los derechos y beneficios sociales. El nosotros es cada vez más cuestionable debido a la multiculturalidad.

No se considera el fin del Estado-nación pero sí una crisis. La tensión es entre el anhelo creciente de flujo del capital sin restricciones y las soberanías económicas nacionales. En palabras de Beck globalización significa perceptible pérdida de fronteras, la muerte del apartamiento. –En el plano de lo económico, el globo ya no es ancho y grande con países alejados, sino denso y pequeño y próximo con centros de mercado (del dinero) telecomunicativamente conectados” (Beck, 1998, 43).

La globalización crea vínculos transnacionales, resignifica culturas y eleva a un primer plano otras culturas. Por otro lado, aún inmersos en procesos globales son siempre actores, culturas y proyectos particulares quienes los llevan a cabo. Por esto merecen ser estudiados a nivel local y global.

Las interacciones digitales son un claro ejemplo de lo local y concreto desarrollándose en una dinámica global y abstracta del ciberespacio, y al ser estudiadas se avanza en el conocimiento de un fenómeno que desafía los parámetros de lo considerado “real” hasta hace algunas décadas, formas de relacionarse novedosas que no eliminan las formas previas sino que las reconstruyen y se acoplan entre sí.

Analizar fenómenos digitales y conformaciones de identidades en contextos polifacéticos, propicia la adquisición disciplinaria de un enfoque que integra universos aparentemente diversos y tradicionalmente compartimentados como la relación estrecha entre la parte y el todo de un sistema, el individuo y el grupo, la comunidad y la nación, la percepción y el hecho, lo territorial y lo inmaterial, lo consciente y lo inconsciente.

La globalización también ha traído aportes a la ciudadanía como: ONG, Derechos Humanos, conciencia ecológica, equidad de género, etc. Se plantea la posibilidad de una civilización global nutrida del vínculo local, para lograr la igualdad democrática y la diversidad cultural. El espacio sigue siendo significativo pero con nuevos valores.

Lo local posibilita lo global y lo global acerca lo local. Lo local se redefine en esa relación. Los vínculos espaciales siguen existiendo pero ya no son los únicos, coexisten con otras formas de relación. La reconfiguración del espacio depende no sólo de lo global sino también de actores locales. Los vínculos de la sociedad han perdido su solidez y ahora fluyen como fluye la información, el capital, los migrantes, las viralizaciones culturales y los temas del momento.

#### *Fusión (de sólido a líquido)*

Las causas profundas de esta sociedad tienen que ver con la transformación del espacio público y la manera en que funciona y se perpetúa a sí misma. La gran diferencia con la modernidad sólida es el colapso de la ilusión de una sociedad justa y la delegación de las grandes empresas a los individuos, privatización del progreso a la esfera individual. Toda responsabilidad recae en el individuo, no hay líderes sino historia de éxito.

La individualización es la transformación de la identidad, en función de una tarea asignada por la sociedad. La individualización es destino no elección. “Los riesgos y las contradicciones siguen siendo producidos socialmente; sólo se está cargando al individuo con la necesidad y responsabilidad de enfrentarlos” (Bauman, 2003, 40). Crece la brecha entre la capacidad real del individuo de autoafirmarse y la individualidad como algo predestinado (per se), esta es la mayor contradicción de la modernidad líquida.

La identidad es resistencia al flujo, para dar forma a lo líquido, ante esa imposibilidad, la lucha se ayuda de la fantasía, de la adopción de identidades, siempre momentáneas. Dice Mathiesen (Bauman, 2003) que se ha pasado del modelo panóptico

(Bentham y Foucault) al sinóptico (donde muchos observan a pocos), el espectáculo opera como vigilante.

En busca de la auto-identificación, que sólo puede ser conseguida individualmente, se propicia una competencia deshumanizadora. En esta competencia los pobres, los que no cuentan con recursos, están más expuestos a la frustración de lo efímero de la satisfacción de los productos/servicios.

En la modernidad sólida el territorio era conquista del espacio, peso y volumen, inamovible, permanente. La aventura, la riqueza y el poder se representaban en el mapa, eran geográficos. El tamaño era importante e insignia de lo eficiente. En cambio, en la modernidad líquida la instantaneidad es ausencia de tiempo y devaluación del espacio. Los lugares quedan desvalorizados, porque no hace falta invertir tiempo para acceder a ellos (no hay sacrificio). Las acciones son vaivenes de intereses y relevancias temáticas.

A la inversa de la modernidad sólida, el poder hoy descansa en la capacidad de restar duración a las cosas. Poseer algo por largo tiempo es hoy una muestra de debilidad. Si estos rasgos se trasladan al ambiente de las redes sociodigitales, se pueden analogar elementos como lo efímero, la protección que brinda la distancia física y la valoración de lo breve (140 caracteres, como en la red *Twitter*).

El único compromiso actual es entre capital y consumidores. El negocio depende más de las ideas y menos de los objetos. Lo único que se procura celosamente en esta época es el derecho a la información; esto debido a que la información es un activo de riqueza y difusión planetaria que al mercado conviene.

La precariedad, la vulnerabilidad y la inestabilidad son las características más notorias de las condiciones de vida contemporáneas. El desempleo es estructural aún en países desarrollados, la avanzada tecnológica asegura menos puestos de trabajo. El capital (global) es infinitamente superior al individuo (local).

Con esto, se han esbozado los diversos enfoques, análisis y delimitaciones teóricas-contextuales que permiten visualizar lo que ocurre en la llamada postmodernidad y sus múltiples formas, o en la discontinuidad de la modernidad clásica. La época ha sido definida en sus manifestaciones más generales pero fundamentales.

De aquí, será interesante reflexionar cómo bajo esas condiciones surgen las comunidades virtuales, los movimientos sociales mediados por las redes sociodigitales, los gobiernos electrónicos, las estrategias publicitarias, el marketing político en espacios digitales, así como expresiones culturales difundidas gracias a Internet, iconos y estilos de vida ilustrados por medio de elementos propios de la web.

En el presente trabajo el enfoque se realiza únicamente en las interacciones comunicativas acontecidas en *Facebook* y su proceso de mediación en la identidad de determinados jóvenes universitarios.

### **1.1.2. El individuo y su situación en la era digital**

Para exponer los rasgos sociales actuales, una figura explicativa *ad hoc* es la paradoja; permite, no sólo develar contradicciones, sino aproximarse a procesos que orientan las estructuras socioculturales y la acción del sujeto en determinadas direcciones.

Así, como análisis sociológico de la vida cotidiana, se ofrecen, de manera genérica, tres paradojas que permiten ubicar fenómenos globales, experimentados en el ser:

- La paradoja de lo comunitario en la individualización. Cada vez se tiende más a la búsqueda de grupos, colectivos y conjuntos de pares, sean estas asociaciones, clubes, comunidades digitales, etcétera, y a pesar de ello el acercamiento a los otros es desde una perspectiva individual, del yo. A más comunidades y mayor tamaño de las mismas, más ficticia es la convivencia y más real el aglutinamiento de personas ávidas de ser el centro de atención. Lo que parece ser un regreso al profundo interés comunitario es más bien una ilusión paliativa de la soledad en la que -dadas las condiciones políticas y económicas- se halla el individuo para decidir irremediamente abandonado. Tal paradoja ocurre, no sólo por las condiciones de la sociedad actual, que por supuesto determinan el nuevo lugar del individuo, sino por las propias decisiones de las personas, quienes han introyectado los nuevos valores que los llevan a entender su vulnerabilidad, a buscar seguridad en sí mismos, en su construcción y en su libre albedrío.
- La paradoja de la absoluta libertad y la profunda marginación. La libertad es mayor que en cualquier otra época (en referencia a las sociedades democráticas occidentalizadas). De ahí circula el mantra que cala sutilmente y dice: “cada uno es responsable de su realidad, de su vida y de cómo se sienta”. Los poseedores del capital y del poder han dejado en manos de cada individuo su destino, han promulgado que cada uno forjará su mundo y que todos son libres de encontrar su camino. Entonces, uno puede hacer lo que desee, ir a donde quiera, viajar, comprar, trabajar, formar una familia, lo que sea, siempre y cuando se tenga el dinero suficiente para pagar por ello... Una persona no será impedida de ir a una plaza comercial, de sentarse en una banca, de ver los aparadores, de entrar a una tienda, de probarse ropa, nadie hostigará a esa persona, pero todos la ignorarán si no es cliente potencial, si no cuenta con liquidez para adquirir lo ofertado. El individuo está libre pero marginado, marginado de los trabajos más atractivos, de la mejor

educación si no la puede pagar (en casos de varios países y a distintos niveles escolares), de los viajes paradisíacos a destinos multimillonarios, de las residencias más cómodas, es decir, se es absolutamente libre para decidir alcanzar otro nivel de vida a costa de la salud física y mental o para resignarse a vivir y consumir lo que permite el bolsillo.

- La paradoja del placer instantáneo y la angustia constante. Hablar de porvenir se ha vuelto obsoleto, anticuado y hasta ingenuo. Muy relacionado con la marginación económica, viene la paradoja de una sociedad que ofrece placeres instantáneos, sin gran esfuerzo, recompensa inmediata, atractiva y seductora. La publicidad muestra la fuerza de esta fórmula. Los individuos buscan eso, placer inaplazable, en el aquí y el ahora. Pero además, se salta de un placer a otro con profunda vehemencia y en el fondo, esto es por la angustia revestida de deseos, la angustia de la incertidumbre hacia el futuro, de no tener certezas económicas, laborales, políticas ni sentimentales. Es ahí donde el placer instantáneo adquiere sentido, si lo único que hay es el momento actual, más vale disfrutarlo. Lo oculto en este empeño desesperado es que como el deseo es insaciable, la satisfacción y la plenitud rara vez se logran, lo que sí se genera es una creciente angustia y necesidad de saltar entre placeres que aparentan el goce.

### **1.1.2.1. El ser y su reposicionamiento ante la incertidumbre**

Algo consigue notoriedad y alcance mediático cuando se somete a juicio, comentario, crítica u opinión ante el público, ante un conjunto de personas integrantes de una sociedad/comunidad; de esta manera surgen tópicos, temas que se irán desarrollando de acuerdo a los intereses de los actores con mayor poder y despliegue de habilidades/recursos.

–Lo público se encuentra colonizado por lo privado” (Bauman, 2003, 42). Compartir intimidades es el único modo de comunidad. La esfera pública ha mutado, y sus empeños tienen que ver con las historias de vida, con los temas privados de lo que ocurre a personas, independientemente de su rol social, de su poder político y de su status económico.

El ciudadano como sujeto de derechos y obligaciones fusiona al hombre altruista, interesado en el bien común, con la persona egoísta, interesada en su propio beneficio. Hoy se cuestiona y se pone en duda la figura de la esfera ciudadana, autores como Bauman consideran que se transita más a la conformación de conglomerados de individuos persiguiendo sus propias metas, sin finalidad ni proyecto -de lo que alguna vez se llamó-ciudadano.

La desdicha de los individuos/consumidores deriva del exceso y no de la escasez. Ante las constantes tomas de decisiones a las que el individuo se ve atraído, la preocupación por fallar, por equivocarse, por arruinar su proyecto recae enfatizada en la persona. Esto se relaciona con el temor de perder lo que se tiene o más aún, el temor de perder lo que ni siquiera se posee.

Los intercambios simbólicos se realizan bajo el esquema de compra/venta. El consumismo opera con el deseo no con la necesidad. Pero a este punto ha sido rebasado el deseo y viene a ser reemplazado por el anhelo; anhelo que opera como una aspiración difusa en sí misma, aspecto que eleva al máximo el principio de placer atrofiando el principio de realidad. El mundo del consumidor no tiene reglas ni límites.

La compulsión adictiva a comprar es un recurso que combate la angustia y el sentimiento de inseguridad. “La actividad de elegir importa más que lo que se elige” (Bauman, 2003, 94). Además, la incertidumbre propia de la elección, está agudizada por el factor externo de los recursos que posee el consumidor.

En la web, la adicción implica consumir informaciones y producirlas para ser consumido como autor. La creatividad y la pasión por las actividades en las que cada individuo se sumerge reestructuran sus prácticas, renuevan su sentido anímico y permiten establecer lazos, así como emprender proyectos; y esta revitalización contrasta con el adelgazamiento del espíritu colectivo y la exacerbación de las relaciones fugaces.

“La voracidad y la pasión con la que los webactores se han servido de las herramientas puestas a su disposición para establecer relaciones entre ellos y relaciones entre datos es, sin duda, uno de los fenómenos más sorprendentes de los últimos años” (Pisani et al, 2009, 53). Los espectáculos sustituyen a la causa común, la incertidumbre busca ser desahogada por ventanas como las redes sociodigitales, que funcionan como diarios públicos y abiertos, en los que se juega la tensión paradójica de hablar para sí mismos, pero compartiéndolo con otros.

Un mundo caracterizado por infinitas posibilidades, tan infinitas que son inasequibles para los individuos. El deseo se convierte en autoreferente. La noción de libertad individual está satisfecha por el mercado de consumo masivo y sus objetos producidos; todos son “libres”, inevitablemente, de tener una identidad.

Lo que se persigue a todas luces es la instantaneidad, que lleva a la satisfacción inmediata y desinterés inmediato. Sólo hay momentos, no conjuntos, episodios en vez de relatos totales. Tampoco se ha llegado a la ausencia total de tiempo ni a la irrelevancia total del espacio, pero sí se ha disminuido su preponderancia. Levedad y velocidad es el ideal emancipador. Justo lo que ofrecen las compañías de Internet, velocidad máxima y facilidad de descargas.

—Hoy se ha llevado al límite la procrastinación, la siguiente figura lo ilustra claramente: lo que hoy se demanda es una droga que cure y envenene al mismo tiempo, nunca en dosis letales” (Derrida, citado en Bauman, 2003, 170). Satisfacer el deseo al instante pero a medias para que siga vivo. Esta estructura de anhelos y deseos operan en las interacciones digitales, en las fugas, en los viajes interminables de individuos - particularmente jóvenes *millennials*- que buscan su deseo en diversos objetos donde posar su atención por instantes.

Nunca antes el presente había sido tan relevante, es donde se vive y se agota todo, por eso la devota entrega al momento. En la conocida serie estadounidense (*House M.D.*) se expresa claramente esta condición con el nombre de un capítulo —Un día, una habitación” (en inglés: "*One Day, One Room*", duodécimo episodio de la tercera temporada; emitido en 2007). Cada momento se atiende sin esperanza de que dicha situación tenga continuidad o desenlace; se vive enfocado en la persona con quien se comparte una habitación/escenario y el momento; después, a lo que sigue.

Es probable que ante esta percepción compartida por grupos de las distintas sociedades, se intuya que al estar todo destinado al olvido, la respuesta sea respaldar la historia personal en una gran bitácora digital, a través de fotografías, audiovisuales y textos de lo que cada cual vive, hace y es. —As the physical world becomes less welcoming, online space becomes more vital and appealing” (Tapscott y Williams, 2006, 48). [Al tiempo que el mundo físico se vuelve menos acogedor, el espacio en línea se vuelve más vital y atractivo].

A pesar de las características antes enunciadas respecto a los procesos de individuación y de aislamiento, los grupos, las redes de relaciones, las matrices socioculturales siguen existiendo y tienen su impacto en la formación de las personas como agentes sociales, así como en las formaciones colectivas y sus peculiaridades.

—... nacemos en redes de interlocución o redes narrativas, desde relatos familiares y de género hasta relatos lingüísticos y los grandes relatos de la identidad colectiva. Somos conscientes de quiénes somos aprendiendo a ser socios conversacionales en estos relatos” (Benhabib, 2006, 45). Esta parte es esencial para entender el discurso y la narración del *self* como constitutiva de la construcción identitaria y la búsqueda del yo, más aún en lo *online*. Los perfiles que los propios individuos construyen sobre sí en redes sociodigitales les enfrentan a verse a sí mismos desde la óptica del *self* social, de la alteridad.

### **1.1.2.2 Esfera pública y esfera privada; comunidades de individuos**

Las esferas de lo público y lo privado están yuxtapuestas desde la eclosión de los medios masivos de comunicación. No han dejado de interrelacionarse, contraponerse y distinguirse, aunque cada vez son más borrosas y ambiguas sus fronteras.

En la época contemporánea la esfera pública y su respectiva voz u opinión se ensancha constantemente y sin embargo pareciera que pierde fuerza, es decir, se devalúa y ya no representa un fenómeno extraordinario en la sociedad; se convierte en norma la participación receptiva y productiva por parte de los individuos y como toda norma queda domesticada, irrelevante, expandida y sin marcar diferencia.

A finales del siglo XIX, bien entrada la modernidad, si bien se reconocía la existencia de la sociedad, no se concebían las actividades, funciones ni relaciones sociales como tales, es decir, como una esfera independiente del Estado, la política y la economía; y es en el contexto de las relaciones cada vez más estrechas entre lo público y lo privado que lo social emerge y surgen varios *vox populi*. —. lo social puede constituirse como esfera propia en la medida en que, por un lado, la reproducción de la vida social conlleve formas privadas, pero, por el otro, también en la medida en que el ámbito privado en su conjunto adquiera relevancia pública” (Habermas, 1981, 158).

Las redes sociales (digitales) son un modelo postmoderno de esta vinculación ambivalente entre las esferas privada y pública. Las comunidades se autodefinen como un nosotros, que implica necesariamente separarse y dividirse de los otros. La distinción no es absoluta y radical, hay diferencias y semejanzas tanto en un grupo como en otro grupo. La alternativa a la cerrazón es el pluralismo, el enriquecimiento por la diferencia.

La sociedad mundial excluye todo lo que no sea comunicación. El móvil es la clara disposición de la sociedad a la facilidad comunicativa. La cultura visual y económica domina por encima de la preservación de la lengua y promoción de la reflexión. Ante la dinámica económica laboral el nuevo gran valor es estar siempre disponible para trabajar.

—La ciudad se convierte en un escenario en el que todos se pelean por la atención” (Bolz, 2006, 47) Los efectos comunicativos generados por la diferencia devienen en un nuevo rompecabezas, en donde cada diversificación busca ser la escena. Toda identidad grupal tiende a la monopolización de la opinión y a la imposición de sus prácticas.

Los flujos en la etapa contemporánea son incesantes, cargados de simbolismos, información, valores, nociones; significados que se producen y se propagan. —El tráfico de noticias se desarrolla no sólo en relación con las necesidades del tráfico mercantil: las noticias mismas se han convertido en mercancías. La información periodística profesional obedece, por tanto, a las mismas leyes del mercado...” (Habermas, 1981, 59).

Si esto era cierto a mediados del siglo XX, ahora habría que incluir no sólo el periodismo escrito, la radio y la televisión, sino los contenidos multimedia que se gestan y

distribuyen aleatoria pero continuamente por el ciberespacio; de ahí que se hable de consumo cultural variado, incluyendo el que ocurre en la Internet.

—La cultura es universal en la experiencia humana, pero su manifestación regional o local es única” (Herkovits citado en Ortiz, 2005, 110). Esta afirmación da cuerpo a la paradoja de lo similar y distinto a la vez, de lo global y lo local como formas contradictorias pero complementarias. En las vivencias digitales se podrá explorar cómo se vive distinto lo que aparenta ser —lo mismo” para todos, a saber: *memes*, videos virales y otros contenidos.

Lo que siempre se construyó a partir de un territorio: lengua, estilo de vida, tipo de producción, identidad, aprendizaje, historia; es lo desestabilizado por la mundialización económica y comunicacional. La tendencia al comunitarismo es consecuencia de la licuefacción de la vida; el desequilibrio entre libertad y seguridad produce una baja en la confianza y aumento de responsabilidad. Se generan vínculos humanos más frágiles a cambio de objetivos individuales; respuesta comunitarista a la individualización.

Es en este punto donde vale recordar que el tema de la investigación tiene que ver con la interacción comunicativa que llevan a cabo los individuos con sus pares, y esto en su efecto modelador de identidad de los sujetos. Cabría preguntarse si ¿las conversaciones en *Facebook* son artificio que responde a la sensación de abandono, genuino interés de convivencia o una media entre ambos?

En las ciudades tal vez se vive más un cosmopolitismo, menor apego comunitario pero menores fundamentalismos. Las élites una vez más son nómadas. Lo que se busca son experiencias colectivas intensas y fugaces. Una comunidad de guardarropa (Bauman 2003) se caracteriza por juntarse en torno a un espectáculo, sortear las diferencias por un momento y después volver a sus vidas sin cambio individual alguno.

Ya a mediados del siglo XX se vislumbraban modificaciones radicales en las relaciones entre Estado y sociedad y en las funciones características de las esferas públicas y privadas, todo esto con consecuencias políticas. —Tendencias perturbadoras: la primera, el consiguiente descuido del derecho a la intimidad personal; y la segunda, una tendencia hacia una publicidad demasiado restringida, con el consiguiente incremento de la discreción en áreas [...] consideradas públicas” (Goldschmidt, citado en Habermas, 1981, 307).

Otros autores, como Jameson (2002) con su concepto de antinomias, consideran que los rasgos culturales de las comunidades están marcados por la inclusión triunfante sobre la exclusión. Esto quiere decir, que hoy las personas y los grupos eligen una cosa y la otra, ya no se ven obligados a elegir una opción entre varias, sino que se pueden decidir por una opción y también otras, es decir, compenetran en vez de separar.

Se trata de una representación que rompe con la lógica lineal y puede afirmar que algo es y no es a la vez. Bajo este eje las comunidades adoptan e integran aunque ya no enfatizan. En el discurso pregonan la existencia de diferencias pero en la práctica se vuelven regionales y globales, cohesionados y dispersos, rígidos y flexibles, individuales y colectivos.

—La globalización cultural no significa que el mundo se haga más homogéneo culturalmente. La globalización significa sobre todo glocalización, es decir, un proceso lleno de muchas contradicciones...” (Beck, 1998, 56). Este concepto de “glocalización” hace referencia al proceso de resignificación local de los flujos globales. Aquí se incrustan formas de vida transnacionales, en las que los actores gestan mundos de vida compartidos más allá de las distancias y las diferencias constitutivas de su cultura.

La ambivalencia está en que las comunidades inundadas por los flujos globales y los patrones culturales dominantes tienden siempre a localizar esas pautas, es decir, a resignificar según su propio programa cultural. Esta ambivalencia afecta las identidades culturales, las desplaza, pero no las elimina ni las homogeneiza por completo.

Vale apuntar que -si esta relocalización se mira como un triunfo de la emancipación colectiva- es a las grandes empresas e industrias culturales a las que más les conviene la multiplicidad cultural para asegurar nichos de mercado de los cuales se pueda extraer la mayor riqueza posible, vía el consumismo.

Como respuesta a las posturas reduccionistas que plantean la homogeneización de la cultura, se proponen formas de abordaje más complejas y que tomen en cuenta las contradicciones y los contraefectos. —Por el contrario, cuanto más se asemejan los modos de vida, más importancia adquieren las diferencias culturales, particularmente en símbolos y signos inesperados” (Wolton, 2004, 55). Por ejemplo, la intención de dotar con estilo propio a un perfil en *Facebook* como práctica común en redes que más adelante se detallará.

Lo universal y lo particular se funden en el seno de las comunidades y su vida social e individual. Las escenas locales son cada vez más determinadas por flujos de información, de tecnologías, de capitales, de conocimientos y de personas. La transformación cultural recae en la interacción digital.

### **1.1.2.3 Proyecto de vida como ¿el único proyecto válido?**

—Mademoiselle de Scudéry da noticia en sus *Conversations* de los empeños que animaban a esas grandes fiestas; no servían tanto al placer del participante cuanto a la demostración de

la *grandeur* del anfitrión” (Habermas, 1981, 49). La notoriedad que atraviesa lo público y lo privado ha estado enmarcada a lo largo de la historia por instancias como la fama, la reputación, las insignias, los títulos y actualmente podría pensarse en términos de popularidad y simbolismos, más aún en las plataformas digitales.

Las vidas de los otros se ven como admirables y cargadas de sentido por una ilusión Gestáltica enmarcada en la falta de conocimiento real de las personas. Es decir, el individuo idealiza y atribuye a otros una gran capacidad para resolver sus conflictos existenciales y sobre todo para su construcción de identidad; la autoproducción es el modelo deseable, se mira a los otros como fórmulas que permiten la resolución del problema propio.

La tendencia al fortalecimiento de la identidad individual a costa de la colectiva fue un movimiento de ataque mediático por parte de los medios del poder, con fines económicos y políticos, que diversificaron los mercados comerciales. Si en la modernidad líquida todo se hace individualmente, acceder por medio del consumo al estilo de vida deseado es seductor.

–La necesidad de transformarse en lo que uno es constituye la característica de la vida moderna” (Bauman, 2003, 37). Una característica que lleva a la inagotabilidad del proceso, que plantea un juego sin final, ya que cuando se cree haber devenido en lo que uno debía de ser o quería ser, la realidad coloca en –falta” al individuo, lo angustia y moviliza su deseo para lanzarse a nueva búsqueda; proyecto inacabado incapaz de alcanzar satisfacción.

En lo único que vale la pena perder energías es en la realización personal. El culto al cuerpo, el sentirse a gusto en la propia piel, lo guapo, el pasarlo bien, lo novedoso se convierte en algo fundamental. Estamos en la obsesión por lo personal. La juvenilización, los viajes, las terapias, las dietas, el fin de semana frenético y agotador han sustituido al compromiso y a la preocupación del ser auténtico. Ahora, a vivir. Al otro, que le parta un rayo (Tartaj, 2002 S/P).

El proyecto de vida requiere de la presencia de otros pero sólo como extras y secundarios del film propio, como en los guiones cinematográficos, lo que importa es lo que le pasa al protagonista, el resto de personajes, lugares y situaciones son sólo accidentes que ayudan a construir el relato. Hoy, las moralejas apuntan a que aún los más poderosos lograron éxito por méritos de autoafirmación individual.

–Las precarias condiciones sociales y económicas entrenan a hombres y a mujeres (o los obligan a aprender por las malas) para percibir el mundo como un recipiente lleno de objetos desechables, objetos para usar y tirar; el mundo en su conjunto, incluidos los seres humanos.” (Bauman, 2003, 172).

Como en el ágora griega, los cibernautas en redes sociodigitales participan como iguales, pero cada cual procurando ganar notoriedad, convertirse en referente, hacerse de un

nombre reconocible públicamente en la red —. en la disputa entre iguales sobresalen los mejores y ganan su esencia: la inmortalidad de la fama” (Habermas, 1981, 43).

Hoy lo fugaz es útil en las relaciones. Ante el quebrantamiento de la seguridad a largo plazo, la gratificación del tipo aquí y ahora es perseguida. Los esfuerzos y metas son flexibles, abiertos a la casualidad y a la sorpresa, permitiendo así al individuo viajar, navegar y disfrutar el recorrido más allá del punto de llegada, si es que existe alguno...

La gran confianza en sí mismos, de jóvenes pertenecientes a las nuevas generaciones, contrasta con su baja confianza en el mundo exterior debido a todas las condiciones socioeconómicas y políticas; es por ello que buscan su empoderamiento a través de tecnología digital para sentirse en control de su situación.

## **1.2 Sociedad de la información, revolución tecnológica y evolución de Internet**

Sobre la forma en que las tecnologías de y para la información han revolucionado la vida actual, basta pensar en las posibilidades de almacenamiento y compartición de información antes del ordenador y los procesadores, del alcance del mensaje de una persona que no es figura pública ni se apoya en los medios masivos de comunicación. —El advenimiento del microprocesador en 1971, con la capacidad de colocar un ordenador en un chip, cambió de arriba abajo el mundo de la electrónica y, en realidad, el mundo” (Castells, 1999, 10).

Para Castells —especializado en los estudios de la información, la tecnología y su adecuación/uso social- —los rasgos que constituyen el núcleo del paradigma de la Tecnología de la Información. Tomados en conjunto, constituyen la base material de la sociedad de la información” (Castells, 2001, 20).

Cuántas operaciones cotidianas desde los diferentes ámbitos de la vida privada hasta las grandes transacciones comerciales de proporciones históricas son posibilitadas por las tecnologías informáticas y de telecomunicación. Toda revolución tecnológica se caracteriza por su capacidad de penetración; no sólo influye en las formas de vida de una sociedad, sino se convierte en sustancia de esas formas y configura nuevas pautas.

Al hablar de programas, dispositivos, softwares y todo tipo de aplicaciones, se está en el terreno de creaciones propias de la mente humana. Más allá de los elementos técnicos necesarios (conexión, usuario, terminal) el producto se basa en ideas, secuencias lógicas, propuestas interactivas emanadas de la construcción de conocimiento a partir del trabajo intelectual. —Por primera vez en la historia, la mente humana es una fuerza productiva directa, no sólo un elemento decisivo del sistema de producción” (Castells, 1999, 4).

Lo característico de las TIC no es el uso de información y conocimiento (eso no es nuevo ni exclusivo de la era digital), sino el uso de información y conocimiento para generar novedosos dispositivos de información y conocimiento, es decir, se está ante un proceso generativo y recursivo que propicia la aplicación del conocimiento para crear nuevos dispositivos de conocimiento. La relación en la era digital es entre producción material de símbolos y la creación de bienes y servicios de consumo intangibles.

—Las nuevas tecnologías de la información no son sólo herramientas que aplicar, sino procesos que desarrollar. Los usuarios y los creadores pueden convertirse en los mismos” (Castells, 1999, 3). Esto indica que estalla parcialmente el sistema capitalista tradicional que tenía divorciados el consumo y la producción. Lo que ocurre con las TIC es un proceso creativo tanto para el uso/consumo como para la adaptación/innovación de los dispositivos.

La tecnología de la información vista como revolución ha tenido además de alcances planetarios, aplicación inmediata y afectación de los modos de interacción comunicativa. Por supuesto, no se va a negar que el acceso a Internet es desigual en el mundo y esto genera profundos rezagos para quienes carecen de herramientas interactivas en un mundo hiperconectado. —. las elites aprenden creando, con lo que modifican, las aplicaciones de la tecnología, mientras que la mayoría de la gente aprende utilizando, con lo que permanece dentro de las limitaciones de los formatos de la tecnología” (Castells, 1999, 6).

La conciencia humana y la labor filosófica y científica cambiaron con la irrupción de máquinas capaces de recorrer distancias en menos tiempo y a mayor velocidad. Si esto fue cierto refiriéndose a la Revolución Industrial como pináculo de la Modernidad, ahora habría que prospectar cómo las tecnologías de información y comunicación afectan la percepción del tiempo, las concepciones del mundo, la labor científica, el aprendizaje, etcétera.

Hay una nueva concepción de determinismo tecnológico referido a las TIC. Autores como Rendueles (2014) acusan de un ciberfetichismo y plantean como ingenuas las tesis que aseguran que la tecnología tiene un impacto directo en lo social y como instrumento cultural. Para este autor es una apariencia la supuesta liberación, lucha, igualdad y democratización que provee Internet. Ya que esto sólo ocurre en el mundo digital, al llevar proyectos fuera, se topan con las estructuras desiguales y mercantiles dominantes.

—Lo que es distintivo de la configuración del nuevo paradigma tecnológico es su capacidad para reconfigurarse, un rasgo decisivo en una sociedad caracterizada por el cambio constante y la fluidez organizativa. Cambiar de arriba abajo las reglas sin destruir la organización se ha convertido en una posibilidad debido a que la base material de la organización puede reprogramarse y reequiparse” (Castells, 1999, 20).

La condición de apertura perpetua de los nuevos proyectos informáticos hace que las tecnologías nunca estén terminadas, que los usuarios las acoplen a sus necesidades, que se modifiquen las lógicas con las que fueron puestas en marcha y a la vez aseguran la perpetuidad de estas tecnologías, vía la mutación.

Los nuevos programas de información y comunicación son modificados y perfeccionados por los usuarios sólo en la medida en que fueron pensados por los creadores. El resultado: plataformas tecnológicas que se esparcen e irrumpen en la mayoría de los organismos planetarios con capacidad para delinear usos y predeterminedar las apropiaciones.

—El paradigma de la tecnología de la información no evoluciona hacia su cierre como sistema, sino hacia su apertura como una red multifacética. Es poderoso e imponente en su materialidad, pero adaptable y abierto en su desarrollo histórico. Sus cualidades decisivas son su carácter integrador, la complejidad y la interconexión” (Castells, 2001, 22).

Las pautas comunicativas y de interacción social no son las mismas a partir de las TIC. Además de que surgen nuevas formas, se alteran (en cierta medida) las tradicionales al ser realimentadas con procesos alternativos de comunicación. Los lenguajes propios de la web se incorporan, entremezclan y adaptan con los lenguajes no digitales. —El pensamiento de cada época se refleja en su técnica" (Wiener, 1998, 64). El pensamiento se estructura desde interrelaciones veloces, asociaciones inmediatas, resoluciones pragmáticas, decisiones eficientes, rutas discontinuas y construcción autodidacta de conocimiento.

El paradigma de la información y la comunicación no sólo no se restringe y crece, sino que integra cada vez más las dinámicas sociales y culturales, genera dependencias e intereses políticos, abre caminos y le abren caminos las otras dimensiones, absorbe y es absorbido. De tal manera, las TIC y sus respectivas revoluciones incrementan la complejidad organizacional de la vida y la complejidad simbólica de la existencia.

—..la dimensión social de la Revolución de la tecnología de la información parece obligada a seguir la ley sobre la relación entre tecnología y sociedad propuesta hace tiempo por Melvin Kranzberg: La primera ley de Kranzberg dice lo siguiente: *La tecnología no es buena ni mala, ni tampoco neutral*” (Castells, 1999, 22). La tecnología es producto de la cultura, su innovación producto de evoluciones y situaciones, a su vez produce nuevas pautas culturales y dispone nuevos escenarios. La tecnología es consustancial a la vida de la gente.

Internet tiene un impacto nodal en la eclosión de la era digital, desde sus inicios modificó la manera en que la gente accede a la información y a la esfera pública que ya de por sí había sido trastocada. Los orígenes de Internet están ligados al desarrollo de la informática, la comunicación entre máquinas, la cibernética y se remonta a los años 60. La intención de intercambiar datos de forma ágil y segura nació de esfuerzos de inteligencia

militar y muy pronto se trasladó a las élites académicas de investigadores que deseaban colaborar a lo largo de Estados Unidos con diversas universidades.

–Para entender el desarrollo de esta tecnología, es necesario tomar varios escenarios en cuenta: una evolución tecnológica que da inicio con las incipientes investigaciones en conmutación de paquetes de información entre máquinas; posteriormente, la aparición de la red de computadoras de la *Advanced Research Projects Agency Networks* (ARPANET) y otras innovaciones tecnológicas que buscaban desarrollar una infraestructura informática global y compleja a través de la cual fluyeran datos e información” (López, 2011, 17).

Este desarrollo fue paulatino y transitó por varias fases de pruebas, una significativa fue la primera red de computadoras que innovó Lawrence K Roberts, conectando un computador situado en el MIT de Boston y otro en California, teniendo éxito en esta transmisión de este a oeste; posteriormente se desarrollan los conmutadores de paquetes (IMP por sus siglas en inglés) que optimizaron la transmisión de información.

Más adelante, –El protocolo TCP/IP permitió la conexión de redes lejanas y con distintos sistemas operativos, el éxito de este protocolo para la interconexión de ordenadores, ocasionó que para 1983, los protocolos TCP/IP fueran los únicos permitidos por ARPANET” (López, 2011, 22). Así, quedó configurada la infraestructura global que aunada al escenario comercial propicio y al surgimiento de internautas colaborativos, devendría en lo que conocemos como Internet.

Internet nació con la intención de compartir información y establecer redes de ayuda entre investigadores, –el uso de la red no debería limitarse a una recepción pasiva de informaciones... incluso la conexión más elemental debería permitir a sus usuarios ser tanto emisores como receptores” (Flichy, 2003, 30).

El recorrido llega hasta el nacimiento de la *world wide web*, el correo electrónico, los boletines, los metamundos, los juegos, los chats, que en su conjunto crearán lo que se conoce como web 1.0 y una primera versión del ciberespacio que permitió la participación a nivel masivo de usuarios y la introyección de estas prácticas en su vida diaria.

### **1.3 Advenimiento de redes socio-digitales**

Las redes sociales en Internet (que es como se les nombra coloquialmente), están inscritas en un amplio marco de la web 2.0 donde han emergido gran cantidad de nichos llamados medios sociales. –En los medios sociales las comunidades sustituyen a las audiencias, ya que estas últimas se basan en una comunicación unidireccional proveniente de medios de

comunicación de masas y los medios sociales se sustentan en dinámicas de comunicación bidireccional” (López, 2011, 17).

El desarrollo de las redes sociodigitales ha sido exponencial a partir de la década de 1990 y hasta la actualidad, las redes son parte de los medios sociales y existe una gran variedad de éstas, con objetivos de esparcimiento, de contactar gente, de intercambios profesionales, etcétera. Los rasgos de una red sociodigital, según Boyd y Ellison (2007) permiten:

1. Construir perfiles públicos y semipúblicos sin límites dentro del sistema.
2. Articular una lista de usuarios o contactos con quienes se establecen conexiones.
3. Ver listas de contactos de otros usuarios del sistema.

Por red sociodigital se concibe un ámbito de la web en el que interactúan conjuntos de personas generando intercambios que suelen derivar en la emergencia de comunidad(es), entendidas como entramado de elementos, que se instaura en un sistema mayor llamado sociedad. El término digital precisa que los individuos se relacionan por medio de dispositivos de telecomunicación, a partir de la web 2.0 en Internet.

Por tanto, al hablar de redes sociodigitales, se apunta a los nichos existentes, en el marco de Internet, que alojan gran cantidad de usuarios con miras al consumo, uso y producción de información y significado, así como a la integración de ciberculturas por medio de la interacción y la creación colectiva de conocimiento e identidades.

En cuanto a las dinámicas de relación, participación y colaboración de la web, lo importante –en especial para los jóvenes- en las redes sociodigitales es la visibilidad; estar presente por medio de alguna manifestación, de alguna publicación, de algún perfil, de lo contrario no deviene en existencia y conciencia el sujeto ante la alteridad.

### **1.3.1 Transición de consumidor a prosumidor: Web 2.0**

En el espacio virtual, que trabaja con tecnología informática y se traduce en el mundo digital hoy tan usado y socorrido como lugar que de tránsito pasó a ser de recreación, una nueva ágora se gesta, en la que los sujetos realizan parte de la vida, crean sus códigos y un ambiente que es propio de esa forma de pensamiento hipertextual, no lineal y fluido.

El concepto de prosumidor, pertenece a la lógica del intercambio entre pares o iguales (P2P) que forman redes colaborativas en las que habitan y desarrollan diversos proyectos, así como habilidades para su consecución. Sin embargo, sus orígenes se

remontan al año 1980 que es cuando Toffler utiliza este término por primera vez en su libro “La Tercera Ola”, para designar a un tipo de individuo que produce sus propios productos, servicios o experiencias para su propio beneficio y/o goce antes que para mercantilizarlo.

El término prosumidor es un acrónimo formado por las palabras productor y consumidor (en inglés *prosumer: producer – consumer*). Este vocablo implica la lógica de una persona que es simultáneamente productora y consumidora de información y conocimiento. Aunque esta idea se llegó a acuñar previo al auge de Internet, es en tiempos de la web 2.0 donde cobra sentido.

—Los principales rasgos que, a la luz del nacimiento de la Web 2.0, se le atribuyen al prosumidor contemporáneo, y que lo diferencian de otros agentes comunicativos, característicos de otras épocas y ambientes, son -según Thomas Friedman (2005)- el *informing* y la colaboración. Ambas prácticas comunicativas comparten la mencionada base participativa como elemento central de su propia idiosincrasia” (Martínez y De Salvador, 2014).

Una de las críticas que se hacen al concepto de prosumidor, es que tiene una carga eminentemente comercial, economicista y no alcanza a ser pertinente para definir las características altruistas y colaborativas de los usuarios de la web 2.0, ya que está pensado en cómo los consumidores coadyuvan -al personalizar sus gustos de forma más proactiva- a que las compañías adapten sus productos. Por otra parte, se considera que no se llega a la transición total de que el consumidor se convierta en productor ni abandone el rol de consumidor, ya que sigue anclado en la estructura de mercado.

—Después de haber analizado la crítica de Bruns al prosumidor y su conceptualización del *produser*, nos permitimos extender su teoría desglosando el término: *Produser* (de la fusión de *PRODucer* y *USER*, los términos ingleses para productor y usuario). Éste podría entenderse, y esta sería nuestra lectura, no solamente como una conjugación de palabras, sino como un verbo” (Martínez y De Salvador, 2014). Esta propuesta de un término como el *produser*, reviste la intención de escapar del economicismo, de la dicotomía de opuestos hibridados y describir cabalmente a sujetos activos y colaborativos que usan y producen activamente.

Para el enfoque de la presente investigación, concebir de manera compleja al prosumidor como “un nuevo consumidor participativo y protagonista que establece comunidades en Red en un entorno interactivo” (Becerra y Patiño, 2013) es suficiente para dar cuenta del tipo de sujetos que actualmente son producidos por el ciberespacio y a su vez producen al ciberespacio en la misma medida. En la web 2.0 los parámetros de coexistencia y colaboración son creados y estrenados por los prosumidores, a éstos les atribuyen sentidos inaugurales con vigencia corta en algunos casos. Esa es una marcada diferencia con la originaria web 1.0 en la que el contenido estaba previamente configurado.

The immutable, standalone Web site is dead. Say hello to a Web that increasingly looks like a library full of chatty components that interact and talk to one another. Increasingly, people are engineering software, databases, and Web sites so that they not only meet private objectives, but so that they can be used in ways the originators did not know or intend. This makes it very easy to build new Web services out of these existing components by mashing them together in fresh combinations (Tapscott y Williams, 2006, 38).

[El sitio Web inmutable y autónomo está muerto. Den la bienvenida a una Web que se ve crecientemente como una biblioteca colmada de elementos parlantes que interactúan y dialogan unos con otros. Progresivamente, la gente está creando software, bases de datos y sitios web no sólo para alcanzar objetivos particulares, sino para que puedan ser utilizados en formas que los creadores no conocían o pretendían. Esto hace muy fácil construir nuevos servicios en la red a partir de los componentes disponibles mezclándolos en novedosas combinaciones].

La blogósfera –entre 2005 y 2006- representaba el principal competidor con los medios y superaba su capacidad de acción, al permitir al individuo común realizar productos comunicativos y establecer vínculos con sus pares sin costo y con recursos variados. –The new Web—which is really an internetworked constellation of disruptive technologies—is the most robust platform yet for facilitating and accelerating new creative disruptions” (Tapscott y Williams, 2006, 31). [La nueva Red -la cual es una constelación de tecnologías disruptivas interrelacionadas- es la plataforma más robusta incluso para facilitar y acelerar nuevas disrupciones creativas].

La web 2.0 produce un escenario mediado por la informática en el que los aspectos sociales que los actores/usuarios vierten en ese espacio cobran relevancia tanto en términos simbólicos como técnicos; los usuarios al actuar sobre el software libre, compatible con más de un dispositivo, al aprovechar bases de datos, plataformas, programas intuitivos y todos los soportes tecnológicos que Internet provee, comienzan a reconfigurar, trastocar y remediar las aplicaciones, sus usos y más aún, producen pautas y hábitos que devienen en prácticas en constante renovación por medio de la participación y creatividad colectiva.

—...podemos entender a la web 2.0 como todas las aplicaciones, utilidades y servicios de Internet, que se sustentan en una base de datos, que puede ser modificada constantemente por los usuarios, ya sea en el contenido (modificando la información y los datos presentados) o bien en la forma de presentarlos” (López, 2011, 40).

Esto sirve a los individuos, a su socialización, conocimiento, acceso a información novedosa y principalmente a su capacidad de construir, en conjunto con sus pares, contextos en los que se relacionan y desarrollan de forma integral. –Como se puede observar, estamos frente a una visión nueva de la red, en donde se deja atrás la idea de una web en donde los datos y la información tenían mayor relevancia, para dar paso a una web en donde las personas tienen mayor presencia frente a la propia información” (López, 2011, 41).

Los procesos que antes sólo podían ser concebidos e imaginados en condiciones de interacción cara a cara o presenciales, ahora son gestados en otras circunstancias y esto a menudo genera sospechas y resistencias sobre su validez, su naturalidad, su autenticidad. Sin embargo, el hecho de prescindir de la presencia física no es *per se* un aspecto que deba restar importancia a los procesos afectivos.

–La privación de la presencia física, no convierte de por sí a estos encuentros en simulacros huecos, ni en sustitutos necesariamente fallidos de alguna vivencia o experiencia –auténtica”: las pasiones, los conflictos, las emociones, también se gestan –según otras modalidades- en esta nueva cultura nómada instaurada por la virtualización” (Tabachnik, 2006, 28). Una forma de sociedad es la que se crea y recrea en el ciberespacio. No se puede pensar que las tecnologías y artefactos en sí crean ambientes, sino que es su uso, aplicación, valoración y transformación lo que determina entornos, comunidades e individuos.

–Tal vez por su propia índole espectral –ni presente ni ausente- ese espacio otro se presta para ser colmado por un trabajo colectivo de escritura que recupera diferentes imágenes del acervo utópico” (Tabachnik, 2006, 29). La colaboración, la construcción colectiva de ideas, conocimientos e iniciativas son fenómenos recurrentes en las redes sociodigitales, muy probablemente debido a su carácter parcial de *tabula rasa*, en el sentido de estar para expresar y aportar lo que cada cual desee con cierto grado de libertad.

–El desarrollo de la web 2.0 impuso importantes cambios en el comportamiento como en los hábitos de consumo cultural de los cibernautas. En ese proceso exploratorio el cibernauta ordinario paulatinamente se fue convirtiendo en prosumidor, gracias a la autoaplicación del conocimiento y el conocimiento aplicado a la revolución misma del conocimiento: autología pura” (Islas, 2011, 35).

La autorreferencia como autoafirmación, regeneración y creación es la clave del proceso. Se estudia la mente humana con la propia mente, se estudia el lenguaje con el lenguaje, se crean tecnologías de información, comunicación y conocimiento para innovar procesos de información, comunicación y conocimiento. Los prosumidores conciben el mundo como un lugar de creación más que de consumo y eso provee una visión distinta a otras décadas. Es importante destacar que los prosumidores no se gestan de manera aislada sino en comunidades.

–The Web is no longer about idly surfing and passively reading, listening, or watching. It's about peering: sharing, socializing, collaborating, and, most of all, creating within loosely connected communities” (Tapscott y Williams, 2006, 45). [La Red no se trata más de navegar ociosamente ni de leer, escuchar u observar pasivamente. Se trata de intercambio entre iguales: compartir, socializar, colaborar, y, sobre todo, crear dentro de comunidades conectadas flexiblemente].

Los grandes referentes se diluyen y difuminan en el horizonte de los multiversos sin fin. Toda instancia puede percibirse como válida y/o al mismo tiempo ser ridiculizada. A lo que se asiste es a una organización social compleja sin centro. Las hegemonías se extinguen, lo que queda es un cúmulo de posibilidades y actores con pretensiones de validez en la web.

La transición del sujeto pasivo -en términos de participación mediática visible- a sujeto activo con los elementos de las redes sociodigitales, provocan un diseño complejo y variante de sucesos. El mundo virtual es distinto para cada persona al ingresar a su perfil, no sólo metafóricamente sino literalmente, es decir, la información presente no es la misma para todos; de esta manera los marcos de referencia tradicionales en los que se entienden las personas, en los prosumidores digitales se ve problematizado, diversificado.

-Ahora bien, la principal hipótesis de este escrito es que en la web 2.0 y el mundo de las redes sociales el Lebenswelt experimenta un pequeño desplazamiento, el cual se puede entender por analogía a las diferencias y transición entre web 1.0 y web 2.0” (Pineda, 2013, 13).

De esta forma, los cambios de sentido, de autopercepción, de opinión de la alteridad y de imagen proyectada vienen dados por la gestación de una cultura digital comunicativa que se erige como un nuevo paradigma en la forma de producir-se, no sólo la información sino el individuo y los grupos, en resumen, el ciberespacio.

-La web, al permitir no sólo la comunicación bidireccional sino también la constitución de comunidades virtuales, está desplazando los límites entre lo público y lo privado, superponiendo espacios individuales y colectivos” (Scolari, 2008, 275). La necesidad social de consumo en un mercado de signos (Baudrillard 1979) trae consigo la transición al deseo colectivo/individual de producir y consumir símbolos variados de la web.

-El desarrollo de las comunicaciones digitales móviles nos desplaza hacia un nuevo ambiente mediático: la -sociedad de la ubicuidad”... Comunicación para todos, en cualquier momento, en cualquier lugar... El papel de los prosumidores resultará definitivo en las siguientes remediaciones que experimentará Internet” (Islas, 2011, 29).

Así, es pertinente reconocer que las TIC ya apropiadas, usadas, transformadas e incorporadas a las dinámicas de vida de las sociedades contemporáneas son determinantes en la resignificación cultural, en la construcción identitaria y en la interacción humana. El rol más activo que en épocas anteriores del individuo en la esfera pública es innegable.

### **1.3.2 Hacia la web semántica (3.0)**

–El término Web 3.0 apareció por primera vez en 2006, en un artículo del diseñador de páginas Web estadounidense Jeffrey Zeldman, crítico de la Web 2.0 y fundador de la empresa Happy-Cog para el desarrollo de páginas Web” (Salazar, 2011, 4). Este término, ha sido utilizado por diversas compañías para promocionar las mejoras con respecto a la Web 2.0, básicamente describe la evolución del uso y la interacción con la web a través de la incorporación de algunas innovaciones informáticas. Es relevante visualizar que las empresas pujantes en el mercado han sido las principales impulsoras y defensoras de un modelo de Web 3.0.

–Los orígenes de la Web semántica, por su parte, se remontan al año 2001, cuando el científico británico Tim Berners Lee (Inventor de la World Wide Web) y el investigador en inteligencia artificial James Hendler (del Departamento de Ciencias de la Computación de la Universidad de Maryland), presentaron un artículo en la revista Nature abordando por primera vez la posibilidad de generar este tipo de Web” (Salazar, 2011, 4). En el artículo explican que la Web debería estar diseñada no sólo como espacio de información accesible para las personas, sino también como espacio donde pudieran acceder las computadoras, los softwares, los sistemas.

La Web 3.0 se encarga de definir el significado de las palabras y facilitar que un contenido Web pueda ser portador de un significado adicional que va más allá del propio significado textual de dicho contenido. Es por eso que algunos autores equiparan Web 3.0 con Web semántica, ya que la lógica distintiva de esta nueva forma de navegación sería que el software será capaz de dotar de significado a las palabras, es decir, interpretar lo que realmente desea la persona.

En esta propuesta de herramienta sin duda, se estaría utilizando la multicitada y prevista inteligencia artificial, que consiste en la capacidad dilucidadora de una máquina. Es un escenario que representa la supresión de pensamiento humano por cortesía de los sistemas y programas informáticos.

El objetivo es crear un sistema - o en su caso perfeccionarlo – que permita procesar los datos también por computadora, es decir, encontrar la información en forma rápida y eficaz, basándose en el significado y no en los términos. Uno de los principales motivos de este proyecto es resolver el problema del exceso de información al que se ven expuestas las personas en la web.

*Twine, Siri (Apple), RSS* son ejemplos de algunos servicios ya basados en una lógica avanzada de la Web semántica. Es una realidad en marcha y aún en construcción. Así, se busca solucionar problemas, optimizar navegaciones y evitar el discernimiento más procesual y complejo del usuario.

Ahora cabe reflexionar sobre los beneficios y consecuencias que puede tener este nuevo escenario. Se está programando una red más eficiente y organizada, se aumenta la velocidad de acceso a búsquedas, pero a diferencia de la lógica activa del usuario, que se nombró Web 2.0, basada en la creación conjunta que dio como resultado al prosumidor, la Web 3.0 fragmenta, estandariza y limita más las posibilidades del usuario, apoyada en un gran *Data Base* pensada previamente por unos cuantos; cabe cuestionar: con base en qué criterios se va a acotar información, a quién conviene, si es una nueva forma de acceso de empresas a sus consumidores y si esta selección es mediada por instancias gubernamentales.

El ciberespacio es una dimensión en la que parcialmente se tiene conciencia del *self*, de los otros y del entorno, y no se entiende claramente cómo es posible estar y no estar. Esto va más allá de las fronteras tradicionales del conocimiento y de las estructuras lógicas que permitían ordenar la realidad. —Esta metafísica del ciberespacio habrá de encargarse de problemas como la externización informática de los contenidos mentales y la consolidación de la identidad y la individualidad personal en el ciberespacio” (Muñoz, 2008, 3).

—Esurgimiento de una innovación tecnológica es similar a la eclosión de una nueva especie biológica... diseñar herramientas es diseñar nuestras prácticas” (Piscitelli, 2002, 60). Más allá de cualquier juicio de valor, será nodal reflexionar sobre los impactos sociales que tiene en el individuo, la comunicación digital con toda su parafernalia y las redes sociodigitales como entornos productores de usuarios y portadores de nuevas concepciones.

Hasta aquí se han recorrido las diversas explicaciones paradigmáticas respecto a la época en que transcurre el estudio y sus predecesoras, con la intención de comprender las principales pautas socioculturales y lazos comunitarios que conforman la vida cotidiana de los individuos. Adicional a esto se ofreció un panorama general respecto a la revolución tecnológica que propició la eclosión del mundo digital, así como el origen y desarrollo de Internet, culminando con la web 2.0 y las redes sociodigitales como espacios inminentes de socialización.

En el siguiente capítulo se ofrecerán los postulados teóricos comunicativos que guían el análisis del estudio en relación con las interacciones monitoreadas de los sujetos de estudio y un desglose detallado de sus formas y contenidos comunicativos enfocados a su expresión identitaria como forma de existencia en el ámbito sociodigital de *Facebook*.

## CAPÍTULO 2. LA INTERACCIÓN COMUNICATIVA EN *FACEBOOK*

Hasta ahora, el recorrido ha sido realizado por las condiciones generales de una sociedad distinta a la moderna, por los rasgos culturales más notorios de los grupos en el marco de un mundo globalizado e hiperconectado, así como por las características y preponderancia del individuo en la época actual, todo esto atravesado por la comunicación digital. Ahora bien, es momento de precipitarse en el embudo y enfocar el esfuerzo intelectual al círculo de la temática particular: la interacción comunicativa en *Facebook* como mediadora de identidades en jóvenes universitarios.

En el presente capítulo se dará cuerpo y voz (en sentido figurado) a lo que dicen los protagonistas del estudio en su ágora personal -y compartida a la vez-. Cómo se comunican, a propósito de qué, con qué herramientas, cuál es el estilo, para qué lo hacen; son las interrogantes que se desahogan en el presente apartado.

Tras un monitoreo de 6 semanas –de actividad digital con 3 periodos de tiempo separados– respecto a toda la actividad expresiva que los jóvenes han llevado a cabo, se está en posición de estructurar una serie de informaciones puntuales que no sólo se plasman en el escrito sino que se describen en función del objeto de estudio construido en el presente trabajo de grado.

Hasta aquí el trabajo tiene un nivel principalmente descriptivo, ya que aún no se está en el momento de interpretar y concluir. Lo que se expone es el conocimiento detallado, de la comunicación en *Facebook* de los jóvenes estudiados.

En el capítulo precedente se puntualizó el entramado sociocultural, las condiciones político-económicas y los escenarios tecnológico-digitales en que se desarrolla la vida de las personas conectadas a la web. Se ejemplificaron diversos fenómenos acontecidos enfatizando en el plano del individuo, de cómo el ser introyecta las nuevas lógicas, percibe y actúa en el mundo. Por otra parte, cabe recalcar que el presente estudio se centra en la dimensión *online* del mundo actual, sin dejar de lado su evidente imbricación con lo *offline*.

### **Estrategia metodológica**

La investigación como actividad planeada y preparada devela su naturaleza holística. Además de ser sistemática y rigurosa, también es abierta, compleja, holográfica y recursiva. Cada instrumento contiene en sí la fuerza teórica de algún concepto, autor o paradigma, nada es gratuito ni inocente, todo instrumento elegido y construido tiene un sentido o debe tenerlo.

Lo aprendido en este proceso es que la capacidad de auto-organización y autorregulación tan propia de los sistemas vivos es medular también para la consolidación

de una investigación. Se concibe ya a los instrumentos no como procedimientos y recetas aisladas por requisito institucional, sino como expresiones sintéticas de un enfoque de pensamiento y una forma de acercarse a la realidad, además de una brújula útil.

El actual trabajo se puede encuadrar en la llamada investigación aplicada de nivel explicativo. Si bien no derivará en una propuesta, estrategia o intervención tangible en el fenómeno estudiado, no por ello deja de ser una aplicación de construcción epistémica y reflexiva basada en recolección de datos, procesamiento y conclusión que tendrá como corolario un informe organizado de los distintos hallazgos de una problemática. Esto, implica investigación aplicada que explica cómo se ajustan y reconfiguran identidades a través de la interacción comunicativa mediada por un entorno sociocultural digital.

El enfoque del estudio es eminentemente cualitativo, se busca recuperar la subjetividad de los actores y desentrañar el significado que le atribuyen a sus experiencias y perspectivas, así como la forma en que interiorizan su mundo. Desde esta perspectiva, toda elocución del actor(es) está inmersa en un sistema con características distintivas a nivel social, político, cultural y psicológico, elementos que conforman un contexto determinante de los contornos en los que se mueven sus manifestaciones.

Adicionalmente es importante señalar que al analizar cualquier texto, diálogo o formación discursiva se ponen en juego elementos que escapan del propio lenguaje, de esta manera, analizar las palabras y sus matices es develar huellas representativas de los individuos, sus anhelos, aspiraciones, complejos, preocupaciones e intereses. "... buscar en el lenguaje el principio de la lógica y de la eficacia del lenguaje, equivale a olvidar que la autoridad del lenguaje llega desde fuera" (Bordieu, 1999, 67). Así, desde una perspectiva histórico-social se comprende el léxico como indicio subyacente de la esfera intersubjetiva de los jóvenes.

La investigación contempló estudiar a seis jóvenes estudiantes de la Universidad Lucerna, ubicada en el municipio de Coacalco, Estado de México. El trabajo se plantea como estudios de caso, ya que se abordó el análisis de los seis sujetos seleccionados, que resultó en seis historiografías. La institución seleccionada es en la que el investigador se desempeñó como docente.

Se precisa que no se trata de una muestra, ya que no tiene validez estadística por su tamaño, en vez de eso se eligieron perfiles que se conciben como "informantes clave", concepto que describe la selección deliberada de individuos que podrán aportar información valiosa para el estudio.

—.. se aplica a informantes clave, llamados así porque poseen experiencias y conocimientos relevantes sobre el tema que se estudia, o se encuentran en una posición (económica, social o cultural) dentro de su comunidad o grupo social que les permite

proporcionar información que otras personas desconocen o darían incompleta” (Rojas, 2013, 17).

### **Procedimiento de levantamiento de datos y monitoreo**

Se realizó el proceso de monitoreo y levantamiento de información en *Facebook*, con base en los siguientes parámetros y procedimientos:

- 6 personas. –El otro muestreo no probabilístico es el intencional o selectivo; se utiliza cuando se requiere tener casos que puedan ser "representativos" de la población estudiada. Por ejemplo, si tiene interés en aplicar entrevistas estructuradas a informantes clave... Si bien este muestreo no es probabilístico, permite, en cambio, la obtención de datos relevantes para el estudio” (Rojas, 2013, 297).
- Cada persona es un perfil, un caso, no están entrelazados entre ellos, salvo si ellos mismos interactuaron coincidentemente, es decir, no son tratados como grupo, sino como individuos, perfiles independientes. Si al identificar sus grupos relacionales, resultaron estar vinculados entre ellos, se reporta y analiza igualmente que si no lo están.
- Todos son jóvenes universitarios actualmente, y tienen edades de entre 20 a 24 años.
- Duración del monitoreo = 6 semanas; compilando todas las publicaciones, comentarios, *likes*, conversaciones y actividad visible en *Facebook*.
- Periodo del monitoreo = 3 lapsos – **18 al 31 de mayo / 6 al 19 de julio / 14 al 27 de septiembre**. Periodos que cubren una posible evolución, acentuación, mantenimiento o variación en 4 meses. En cada lapso se toma en cuenta que están en periodo escolar activo. Los primeros dos lapsos pertenecen a un mismo cuatrimestre, el tercer lapso pertenece a otro cuatrimestre.
- Primero se recopiló la información completa, en bruto, posteriormente se procesó a partir del uso de instrumentos metodológicos.
- Posteriormente se realizaron entrevistas vía digital a cada uno de los jóvenes. Las entrevistas fueron semiestructuradas; con la finalidad de conocer su propio conocimiento, valoración y experiencia como actores en la red sociodigital y la mediación que esto ejerce en su identidad y en su vida diaria.
- Los 6 jóvenes universitarios identificados y seleccionados, en todos los casos se les tiene como contacto (–Amigo” en *Facebook*) y cumplen con el doble requisito: haber sido alumnos del investigador en Universidad Lucerna, por tanto tener un precedente mínimo, pero a su vez no tener mayor conocimiento de ellos, más que el de una relación académica de tan sólo un cuatrimestre.

- Los 6 jóvenes seleccionados pertenecen a la carrera de Comunicación.
- Se plantea el trabajo como diseño metodológico experimental; el proyecto es una propuesta con criterios innovadores para el estudio de la construcción de la identidad digital en la red.

Los jóvenes monitoreados saben que fueron estudiados y han otorgado su consentimiento. En caso de existir vacíos de fenómenos interactivos se interpretan como parte de los resultados y del habitus de los sujetos de estudio, es decir, la ausencia también significa.

Las técnicas utilizadas fueron diversas y sufrieron ajustes en el proceso, asimismo son congruentes con el enfoque teórico-metodológico del trabajo. A continuación se definen de forma sucinta las técnicas que permitieron responder a las preguntas de investigación y alcanzar los objetivos planteados.

La **observación participante** (fase descriptiva) es un método de acercamiento íntimo a la realidad, que permite de forma naturalista observar y analizar cómo ocurren las acciones, interacciones y manifestaciones en determinadas comunidades, aunque aquí lo que interesa observar es a los individuos, entendiendo que no se les puede separar de lo colectivo.

La observación participante, permite caracterizar contenidos y estilos comunicativos de los sujetos estudiados, así como sus gustos, intereses y opiniones. El término naturalista en la investigación hace referencia a la ocurrencia en su propio ambiente, entorno, hábitat de fenómenos sociales, culturales y de comportamiento de las personas, sin que se les extraiga de su medio cotidiano y con el que están familiarizados.

—La ilusión positivista de que el investigador podía separarse por completo y lograr la objetividad no se acepta en la investigación cualitativa. Incluso si se observa un video y el investigador no tiene contacto con las personas observadas, su interpretación de lo que observa lo convierte en participante. De esta manera en los textos cualitativos sólo se habla de la observación participante...” (Álvarez-Gayou, 2004, p. 104). De esta forma, se asume una perspectiva mediada por el investigador, en la que se hace partícipe del fenómeno, sin por ello desvirtuar los sentidos de los actores con juicios o afirmaciones gratuitas.

El **análisis de contenido** (fase analítica) según Berelson (1952), permite identificar intenciones, apelaciones y características de comunicadores, así como reflejar actitudes, valores y creencias de personas, grupos o comunidades. Klaus Krippendorff extiende la definición del análisis de contenido a un —método de investigación para hacer inferencias válidas y confiables de datos con respecto a su contexto” (1990, 28).

La técnica del análisis de contenido desde su nacimiento ha sido ubicada en el enfoque cuantitativo debido a su naturaleza, la cual implica buscar orientaciones, por medio

de la identificación de generalidades y conteos de palabras o expresiones; clasificar las intenciones, valoraciones o preferencias de quien esgrime un mensaje. Sin embargo, el uso de esta técnica, permite darle un matiz cualitativo a información que es obtenida vía numérica.

–Otra de las características que acercan al análisis de contenido con el paradigma cualitativo es que el examen de los datos se realiza mediante la codificación; por ésta se detectan y señalan los elementos relevantes del discurso verbal o no verbal, y a su vez éstos se agrupan en categorías de análisis... éste constituye el procedimiento general por excelencia del análisis cualitativo” (Álvarez-Gayou, 2004, 163-164). Esta hibridación al interior de la técnica y su flexibilidad, hacen de este instrumento orientado expreso a la comunicación, una herramienta válida y recurrente.

La **entrevista cualitativa** es un instrumento que basada en tópicos, en ocasiones expresado a manera de cuestionario, permite dialogar con determinados informantes clave, para comprender sus puntos de vista, sus posicionamientos y su subjetividad respecto a determinadas temáticas de manera auténtica y profunda. Rescatando así, información relevante para un estudio que incluye las percepciones de los sujetos y las expresiones de conciencia en situaciones reflexivas.

–Una entrevista es una conversación que tiene una estructura y un propósito” (Álvarez-Gayou, 2004, 109). Las entrevistas semiestructuradas se caracterizan por proponer una secuencia temática y preguntas sugeridas, que pueden ser ajustadas, modificadas u omitidas dependiendo del rumbo y tono que va tomando la charla.

–Se debe contextualizar a las personas entrevistadas antes y al terminar la entrevista. Conviene describir la situación, explicar brevemente el propósito del estudio y de la entrevista...” (Álvarez-Gayou, 2004, 111). En este caso, las entrevistas se realizaron vía digital, no presencial físicamente, aun así, al ser realizadas en tiempo real, se pudo dialogar de manera fluida y con constante retroalimentación.

Otras técnicas que formaron parte del análisis e interpretación de información, pero sólo de forma auxiliar y a un nivel básico, ya que no se elaboró ningún instrumento específico ni se retomaron modelos preestablecidos para su aplicación, fueron las siguientes:

La **etnografía** (fase descriptivo-analítica) es un marco interpretativo emanado de la antropología cultural que tiene como finalidad describir e interpretar la organización social y cultural de grupos o comunidades. Esta forma de acercamiento a los individuos en situación social demanda procesos de observación. El procedimiento etnográfico implica –una descripción detallada del grupo o del individuo [en este caso interesan los individuos aunque vinculados a su contexto social] que comparte con otros una cultura; un análisis de los temas y las perspectivas del grupo que comparte la cultura, y alguna interpretación de los significados de la interacción social de tal grupo” (Álvarez-Gayou, 2004, 78).

Los principales círculos relacionales de los sujetos estudiados fueron identificados a partir de dos criterios: la contabilización de personas/grupos que recurrentemente interactuaron en sus biografías y la relevancia cualitativa de esas interacciones, por ejemplo, el interés que despierta en los sujetos estudiados determinada charla con dichas personas.

El **análisis discursivo** (fase interpretativa) es una herramienta teórico-metodológica usada en campos de conocimiento y marcos interpretativos como: la psicología social, la etnografía, la etnometodología, la sociolingüística, entre otros. Estudia de forma sistemática el discurso, entendido como texto, acto de habla o evento de comunicación. Su estudio consiste en revelar subtextos, aquello que escapa a la propia lengua. Como dice Van Dijk (1992) todo discurso muestra “huellas del contexto”, que permiten identificar aspectos de quien comunica y del entorno sociocultural en que está inscrita dicha persona.

Con la transformación epistémica conocida como el giro lingüístico se modifica la conciencia científica, se entiende que los objetos de conocimiento no es conveniente estudiarlos aislados y desarraigados de sus contextos. Este nuevo enfoque permite entender el lenguaje, la comunicación y el discurso no sólo como medios sino como artífices de la realidad.

–Como bien lo aclara Ibañez (2003), la dicotomía mente/mundo es reemplazada por la dualidad discurso/mundo. En esta visión, el lenguaje no se considera solamente un vehículo para expresar y reflejar nuestras ideas, sino un factor que participa y tiene injerencia en la construcción de la realidad social. Es lo que se conoce como la concepción activa del lenguaje, que le reconoce la capacidad de hacer cosas (Austin 1982) y que, por lo mismo, nos permite entender lo discursivo como un modo de acción” (Santander, 2011, 209). Por tanto, estudiar el discurso, es estudiar un sistema de ideas y una acción social.

En **Anexos**, se podrá encontrar el **guion metodológico**, herramienta que actúa como una guía puntual para estructurar y determinar los instrumentos utilizados que permiten responder a cada pregunta de investigación.

## **2.1. Facebook: definición, alcances y normativa**

El uso creciente de las redes socio-digitales en el marco de Internet, es evidente e innegable. Una realidad instaurada en el marco de la vida cotidiana de millones de personas alrededor del planeta. En los últimos años, y esto es consecuencia de la frenética escalada tecnológica, el interés ha transitado de los correos electrónicos, los chats, las páginas web a los blogs, las plataformas multimedia, las wikis y en especial a las redes socio-digitales, conocidas coloquialmente como redes sociales.

Algunos estudios plantean que la estructura del hipertexto no solamente queda como una instancia tecnológica, sino que se convierte, a partir del uso de la tecnología digital en el marco de la web 2.0, en una forma de abordar la realidad, más aun en el caso de los jóvenes, quienes fácilmente adaptan sus rasgos cognitivos, ideológicos y culturales a una producción-consumo dentro y fuera de Internet con las características propias del hipertexto.

Por ello hay estudios previos que plantean esta tesis, de la manera hipertextual en que viven los jóvenes sus relaciones, actividades y conocimientos. En el trabajo “Jóvenes y apropiación tecnológica: la vida como hipertexto” (Crovi et al, 2013), se exploran los principales usos de Internet que hacen jóvenes estudiantes de la UNAM, la UACM y la UPN, así como jóvenes trabajadores asistentes asiduos al Faro (Fábrica de Artes y Oficios) de Oriente y Milpa Alta, además de sus fuentes de aprendizaje para el uso de tecnologías.

El trabajo estudia y analiza el uso que hacen los jóvenes de medios digitales y la apropiación de esas prácticas. Algunas conclusiones y hallazgos son:

- La mayoría de los jóvenes aprendieron a usar la computadora en la escuela (refiriéndose a sus inicios de escolaridad), pero un porcentaje considerable lo hizo por cuenta propia.
- Grupo de jóvenes UNAM: consideran que la gran ventaja de Internet es la oferta de vasta y variada información.
- Grupo de jóvenes UACM: valoran más las posibilidades de Internet como vínculo para la comunicación y en última instancia por las actividades lúdicas.
- Grupo de la UPN: destacan el apoyo que sus familias han dado para que tengan acceso al Internet. y destacan su uso en actividades escolares.
- Grupo de asistentes a los Faros: destacan el uso de las TIC para fines de socialización, comunicación y entretenimiento.

Concluyen que el uso de las TIC ha transformado la percepción y realización del trabajo y que el sector educativo debería ajustar sus métodos a las habilidades digitales desarrolladas en el mundo cotidiano por los jóvenes. (Guerrero, 2014, SP).

### *Definición*

El proyecto empresarial de la red sociodigital, inicialmente llamada *The Facebook*, surge en el año 2004 de la mano de Mark Zuckerberg, estudiante de informática en ese momento. La idea original fue tomada de una práctica habitual de la universidad relacionada con el mundo *offline*. –Se dice que en la universidad de Harvard, se publicaba cada año un libro en el que aparecían todos los alumnos de esta institución... era similar a un directorio telefónico con fotos y muy pronto se convirtió en un elemento crucial para la vida social de los estudiantes” (López, 2011, 48).

La plataforma *Facebook*, se concibe como la empresa privada creada en el marco de la Universidad de Harvard por uno de sus estudiantes que tuvo como propósito desde sus inicios, facilitar la comunicación entre sus miembros y propiciar la compartición de contenidos. Hoy en día, la marca *Facebook* es un hito cultural de las sociedades a nivel internacional, particularmente de Europa, Estados Unidos y Latinoamérica.

–Dentro de esta sociedad informatizada, el número de usuarios de las redes sociales se ha disparado. *Facebook* encabeza la lista de las redes sociales más utilizadas en todo el mundo, con 936 millones de usuarios activos diarios, según los datos de la empresa de marzo de 2015” (Bonet, 2015, 3).

Este cambio de la web 1.0 a la web 2.0, del papel pasivo del usuario (consumidor) al papel activo y creativo del mismo (prosumidor), es una clara muestra de la velocidad con que acontecen los cambios tecnológicos e informacionales en la segunda década del siglo XXI.

### *Alcances*

De acuerdo al informe generado por el World Internet Project, capítulo México, a finales del año 2013, existían 59.2 millones de personas conectadas en México; más de 9 millones nativos digitales (menores de 12 años) y el 42% de los usuarios tienen entre 12 y 25 años<sup>1</sup>.

A continuación se presentan datos que pretenden ser un punto de partida para dimensionar el papel que tiene en las vidas diarias alrededor del mundo, y específicamente en el caso de México, una red sociodigital como *Facebook*.

### *Numeralia*<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> (<http://www.digitalcenter.org/wpcontent/uploads/2013/12/2013worldinternetreport.pdf>).

<sup>2</sup> 1 - 14 Smith, K. 2016. 96 estadísticas y datos increíbles de las redes sociales para 2016. Brandwatch, S/P Extraído el 20 de enero de 2017 <https://www.brandwatch.com/es/2016/08/96-estadisticas-redes-sociales-2016/>  
Smith, K. 2016. Marketing: 47 Facebook Statistics for 2016. Brandwatch, S/P Extraído el 20 de enero de 2017 <https://www.brandwatch.com/blog/47-facebook-statistics-2016/>  
15 – 19 Mesa Editorial, 2015. 10 interesantes datos sobre el uso de redes sociales en México, Merca 2.0, S/P Extraído el 20 de enero de 2017 <http://www.merca20.com/10-interesantes-datos-sobre-el-uso-de-redes-sociales-en-mexico/>

## Numeralia

Hasta julio de 2016:

### facebook

- 1 Tenía 1,71 mil millones de usuarios activos al mes.



- 2 De los cuales 823 millones eran usuarios exclusivamente móviles.



- 3 Registra 8 mil millones de vistas de video provenientes de 500 millones de usuarios.

- 4 Cada día se unen 500 000 usuarios nuevos a Facebook, es decir, 6 nuevos perfiles cada segundo.

- 5 La media (promedio) de número de amigos es 338, y la mediana en número de amigos es 200.

- 6 La mitad de los usuarios de internet que no usa Facebook vive con alguien que sí lo usa.



- 7 De los cuales, un 24% afirma que ve publicaciones o fotos en la cuenta de la persona con la que vive.

- 8 Se estima que hay 81 millones de perfiles falsos en Facebook.



- 9 Facebook es ahora la quinta empresa pública más valiosa del mundo. Su valor de mercado es de alrededor de \$321 mil millones.

- 10 A nivel mundial, el 38.6% de la población en línea utiliza Facebook.

- 11 83% de los padres en Facebook son amigos de sus hijos.

### YouTube



- 12 Cada minuto, los usuarios generan 4 millones de likes.

- 13 Se han subido a Facebook más de 250 mil millones de fotos. Esto equivale a 350 millones de fotos al día.





## Hasta mayo de 2015 en México.



- La Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) señala que 8 de cada 10 empresas tienen un perfil en social media.

- El 87% de la población ha descargado una app de red social, de acuerdo con el Estudio de Medios de Consumo entre Internautas de México.

- La Encuesta Nacional señala que las redes sociales ocupan el primer lugar en cuanto al uso de Internet.



- Según ComScore informa que somos el país con mayor penetración de redes sociales con un 98.2% de los usuarios en Internet.



- La red social más popular es Facebook, pues el 87 por ciento de las personas acceden al día, señala el estudio de marketing digital y redes sociales en México, realizado por Elogia.

Con esta información se pretende solamente mostrar, que en términos numéricos, esta instancia inmaterial -paradójicamente- tiene gran peso en el mundo.

### *Normativa y posibilidades*

Es importante ser conscientes de que *Facebook* es una empresa con fines comerciales y de lucro; al momento en que una persona hace uso de la red sociodigital, las acciones (económicas en la Bolsa de Valores) de la misma sufren incrementos. Se trata de una corporación que está inmersa en la economía política internacional.

Asimismo, *Facebook* tiene condiciones y requisitos de uso. Por ejemplo:

- Edad mínima (14 años) para abrir una cuenta
- Obligación de vincularse por medio de una cuenta de correo electrónico
- Proporcionar datos personales

Existen más lineamientos que aquí no interesa incluir por no ser objeto central del estudio. Y los anteriores se exponen a manera de ejemplificar las limitantes propias del uso de una plataforma privada. Además *Facebook* solicita comportamientos que respeten la integridad de las personas, la seguridad de los datos y el funcionamiento del sitio. A pesar de los lineamientos y condiciones de *Facebook* no es del todo posible controlar las acciones de los usuarios ni la falsificación de datos e información proporcionados.

Por otra parte *Facebook* es una plataforma con un diseño específico, una arquitectura de software que posibilita determinadas acciones. Esta impronta del desarrollo software, propiamente cibernético-informacional combinado con la tendencia decidida por los administradores de la empresa acerca de qué acciones y temas proponer, dan como resultado el marco de posibilidades para los prosumidores que innovan, ensayan y extienden incluso los usos de *Facebook*, pero siempre circunscritos a lo que la empresa permite.

De esta manera, las personas pueden escribir lo que gusten (con el riesgo de infringir alguna regla y ser sancionados con el bloqueo de su perfil), compartir videos, fotografías, dar “Me gusta” a lo que ven y un sinnúmero de acciones, que no todas; por ejemplo, los cibernautas no pueden diseñar contenidos con *Facebook* o grabar videos con la propia red.

En resumen, al utilizar *Facebook* se puede:

- Publicar o postear texto, imágenes y multimedia.
- Compartir; tomar una publicación ajena y publicarla de manera que se expone a los contactos del usuario, al compartir se conserva la información de dónde fue tomada la publicación, es decir, se da crédito. Además se puede agregar algún comentario propio.
- Etiquetar; en cualquier publicación o comentario se puede escribir el nombre de una persona y automáticamente se notifica a esa persona que ha sido etiquetada y esa información aparece en la biografía de la persona etiquetada.
- Comentar; hacer un comentario (texto, imagen, multimedia, meme o emoticón) en una publicación.
- Dar “Like” o “Me gusta”; es indicar con un botón que esa publicación o comentario agrada o interesa.
- Subir fotografías, videos, enlaces (a textos, revistas, periódicos, blogs, etc.), compartir información de otras redes sociodigitales (*Twitter*, *Instagram*, *Vine*) o plataformas como *Youtube*.
- Actualizar fotografía de perfil, fotografía de portada y nombre de usuario.
- Noticias de inicio; información de los contactos del usuario que se despliega al abrir la red y que se alimentan de su actividad reciente.

- Buscar amigos con quienes se ha perdido contacto o personas que al usuario le interese monitorear.
- Crear grupos de trabajo, esparcimiento, estudio, etcétera, así como páginas que difunden proyectos, negocios, empresas, asociaciones civiles y más.
- Enviar solicitudes de amistad y aceptar o rechazar solicitudes recibidas.
- Platicar por *–inbox*” o *–messenger de Facebook*” con personas, es decir, un chat privado de mensajería instantánea.
- Usar *Hash Tags* (tomado de *Twitter*), que representan etiquetas temáticas.
- Modificación o enriquecimiento de información biográfica de cada sujeto.
- Aplicaciones de juegos compartidas entre usuarios para jugarse en red.
- Configurar privacidad e información visible para el propio usuario.
- Bloquear publicaciones que no se desean ver o usuarios con los que no se desea interactuar.

Las acciones que *Facebook* posibilita a partir de su desarrollo, de su interfaz, de su *software* y de sus objetivos como servicio de red sociodigital son más que las aquí mencionadas, pero no se profundiza en ello ya que no es indispensable para lo que en el presente estudio se pretende analizar.

Por otra parte, la red promueve innovaciones constantes y modifica algunas de las pautas o amplía las posibilidades, por ejemplo: al contestar un comentario a alguien se puede hacer sólo a la persona sin que los otros involucrados en esa conversación lo tengan que ver; otro caso es el ensayo para que el botón *–Me gusta*” permita expresar de forma más específica lo que se opina de una publicación, con frases como *–me encanta*”, *–me divierte*”, *–me asombra*”, *–me entristece*”, *–me enoja*”, cada expresión representada por un emoticón.

Esto implica que a la remediación que hacen los prosumidores, se suman las novedades que introducen los creadores de la plataforma y esto gesta una dinámica de perpetua transformación gradual. Y estos prosumidores son una audiencia, un público que atiende de manera individual las diversas formaciones de opiniones gestadas de forma colectiva.

C. W. Mills (1956) distingue puntualmente entre público y masa; en donde el público está en condiciones más equitativas de opinar, replicar y adquirir un rol activo en un marco democrático y de comunicación horizontal, a diferencia de la masa cuya situación es inversa. Esta distinción es valiosa y pertinente para comprender el papel acentuadamente disruptivo que representan las redes sociodigitales –específicamente *Facebook*- como espacios extendidos de interacción, pero selectos; de relaciones y comportamientos personales en condiciones de mayor igualdad, a diferencia de medios tradicionales (incluida la web 1.0).

Respecto a las afirmaciones que se hacen sobre las características exclusivas de las redes sociodigitales, interesa matizarlas y proponer su apreciación desde una óptica más integradora. El enfoque de este estudio no niega el carácter radical y revolucionario de la web 2.0, las redes y la vida *online*, pero comprende que para que un nuevo ecosistema surja es debido a una base previa que impulsó/permitió -de manera no lineal- su advenimiento.

—We have already made reference to those structural affordances<sup>3</sup> but we briefly recall them here, as formulated by Danah Boyd, who believes they emerge out of the properties of bits [36]:

- 1) Persistence: online expressions are automatically recorded and archived.
- 2) Replicability: content made out of bits can be duplicated.
- 3) Scalability: the potential visibility of content in networked publics is great.
- 4) Searchability: content in networked publics can be accessed through search” (Boyd citada en Durante, 2011, 611).

[Ya hemos hecho referencia a aquellos soportes estructurales pero los recordamos aquí brevemente como los formuló Danah Boyd, quien cree que emergen de las propiedades de los bits [36]:

- 1) Persistencia: expresiones en línea que son automáticamente grabadas y archivadas.
- 2) Replicabilidad: el contenido creado a partir de los bits puede ser duplicado.
- 3) Escalabilidad: La visibilidad potencial del contenido en las redes públicas es grandiosa.
- 4) Buscabilidad: el contenido en las redes públicas puede ser accesible mediante la búsqueda].

- 1) La persistencia de la comunicación no es exclusiva del ámbito digital, de lo contrario no habría historiadores estructurando relatos a partir de la escritura. Lo que sí es propiamente digital es la forma automática de archivar y la facilidad de su conservación.
- 2) Replicable ha sido el teatro como arte y actividad cultural, los medios masivos de comunicación tradicionalmente replican formatos narrativos, las personas replican sus anécdotas y perfeccionan su histrionismo a través del tiempo y la experiencia. Lo que sí es exclusivo es la fidelidad de lo replicado, ya que es auténticamente una copia, así como la velocidad y el nulo o mínimo esfuerzo invertido para ello.
- 3) La escalabilidad fue llevada al máximo por las técnicas publicitarias. El hecho de que actualmente sigan siendo los anuncios panorámicos uno de los medios con mayor alcance de audiencias lo demuestra, esto tampoco es propio ni exclusivo de lo digital. Lo que sí es exclusivo es la facilidad legal, la gratuidad y la

---

<sup>3</sup> “La idea de affordance es mucho más amplia que las de función y funcionamiento, en el sentido que contempla para qué se utiliza un artefacto. Mientras que la función es ajena al usuario (simplemente especifica la tarea que el objeto realiza), la idea de affordance incluye al usuario y al diseñador como parte intrínseca del diseño del artefacto” (León, 2005, 132). “De esta manera, se pueden definir las affordances entre objeto y usuario como el conjunto de interacciones en las cuales las propiedades del objeto son percibidas por el usuario como posibilidades de acción, es entonces que se puede decir que un objeto permite (affords) una combinación de usos” (León, 2005, 138).

instantaneidad con que algún producto expresivo-comunicativo es expuesto a la audiencia además seleccionada y segmentada del prosumidor.

- 4) Los bibliotecólogos, los filólogos, los arqueólogos, paleontólogos e historiadores son expertos en búsqueda desde antes de que siquiera se transitara a los medios electrónicos. Las formas de búsqueda son variables y aún existen, no sólo dependen de *Google* -por citar un buscador líder en el mercado digital. Lo que sí es novedoso es la rapidez, facilidad e hipertextualidad con que se puede acceder a información sin tener que invertir energía física de desplazamiento, es decir, sin sacrificio alguno para acceder a ese lugar como Bauman (2003) lo vislumbraba hace décadas.

Así, se puede sintetizar que *Facebook* es una red sociodigital que permite variadas manifestaciones, de las personas y sus mundos, con limitantes como todo espacio de la vida, tanto digital como análoga. En este universo extendido acontece la interacción comunicativa de los seis jóvenes universitarios que son sujetos de estudio.

## 2.2. Comunicación e intersubjetividad

La comunicación como fenómeno sólo puede ser comprendida a partir del concepto de interacción. La interacción es pilar para la estructura intersubjetiva que une lo individual con lo social, por tanto es un proceso crucial para la existencia de la identidad. Este trabajo se enfocará específicamente en la interacción comunicativa.

La interacción es punto de encuentro, partida y llegada, motivo de análisis en diversos paradigmas de las Ciencias Sociales, Biológicas y Humanidades. Es el fenómeno que en la segunda mitad del siglo XX ha interesado a antropólogos y sus diversas orientaciones, a sociólogos, psicólogos, filósofos, politólogos, por hablar en términos generales. Si se hace una revisión más puntual y amplia se hallará la importancia del fenómeno y concepto para la Psicología Social, Genética, Etología, Etnografía, Hermenéutica, Teoría de Sistemas, y, por supuesto, los estudios en Ciencias de la Comunicación.

Hablar de interacción implica la ocurrencia de acciones realizadas entre dos o más individuos o actores; es hablar de correlación. La visión propuesta por Moles (1973) en términos de actos como la unidad mínima de que está compuesta la existencia, trae la necesidad de una clasificación de los actos. La interacción implica actos conjuntos.

La interacción es un principio de sociabilidad y socialización a la vez. La comunicación es el pináculo de la interacción, tanto, que a veces tienden a homologarse. La comunicación es una forma sofisticada de relación entre individuos. Es necesario

especificar el concepto de interacción comunicativa, ya que hay formas de interacción no comunicativas, es decir, coactivas, que no recurren al uso de expresiones.

La distinción es valiosa ya que la comunicación- en su nivel esencial- es concebida por Martín Serrano (1992) como la capacidad que poseen algunos seres vivos para intercambiar información por medio de señales expresivas.

En esta definición se observan dos condiciones fundamentales para que algún acto pueda llamarse comunicativo: la información y la participación de dos o más agentes, es decir, la interacción, pero más allá, la definición es clara al decir que es una alternativa de comportamiento, es decir, implica una selección, una elección de entre otros posibles comportamientos. El axioma dice *toda comunicación lleva información, pero no toda información es comunicación*. Con la interacción sucede lo mismo, no toda interacción es comunicación, aunque toda comunicación sí sea interacción.

—La comunicación se encuentra absolutamente presente en cualquiera que sean las prácticas humanas: sean éstas de carácter interpersonal como grupal y/o institucional; desde luego comunicación no es todo, pero el intercambio de señales significantes con referencia a significados compartidos y compartibles gracias a su interpretación cognitiva y societariamente pautada, está en la base tanto de la construcción de la propia identidad, como de las identidades colectivas” (Piñuel, 1999).

Es en la interacción comunicativa donde se ponen a disposición de los actores, los significados que configuran el marco social de normas, valores e intereses. Es esta misma interacción la que estructura comunidades, forma el entramado cultural y permite la reflexión a propósito de la personalidad propia y el reconocimiento del yo en lo diverso.

La comunicación para Martín Serrano —Es el modo de referirse al mundo (a los objetos de referencia). Desde ese punto de vista, la comunicación aparece como una forma de relacionarse a propósito de lo que hay y de lo que pasa en el mundo por el conocimiento compartido” (Martín, 2007, 322).

La relación del actor con el mundo o el sistema, está atravesada por la acción comunicativa (Habermas, 2002) desde un enfoque sociofenomenológico, que plantea un fondo yuxtapuesto de realidades alternas —mundos/esferas conformadas por todo lo que existe, que es común a los sujetos, e incluyen el mundo material, por convenciones y reglas que guían las interacciones de la vida cotidiana y por lo que es exclusivo a cada individuo y refleja su intimidad— que en su conjunto se denomina *mundo de la vida*, y que designa el contexto existencial donde transcurren los acontecimientos para todos y para cada uno.

Esta aproximación es valiosa para introducir de forma cabal la instancia de la acción comunicativa que —presupone el lenguaje como un medio de entendimiento sin más abreviaturas, en que hablantes y oyentes se refieren, desde el horizonte preinterpretado que su mundo de la vida representa, simultáneamente a algo en el mundo objetivo, en el mundo

social y en el mundo subjetivo, para negociar definiciones de la situación que puedan ser compartidas por todos” (Habermas, 2002, 137-138).

Es indudable que en el núcleo ontológico de la comunicación resuena una idea que va al significado profundo y menos referido de este fenómeno expresivo y que tiene que ver con compartir, poner en común, hacer partícipe de, al otro. Se designa la acción comunicativa como entendimiento en el sentido de un proceso cooperativo de interpretación (Habermas, 2002, 146).

Interacción comunicativa, en síntesis, se refiere a las relaciones ocurridas entre dos o más interlocutores en las que intercambian información en el marco de un horizonte pre-interpretado del lenguaje, para compartir al menos un aspecto de sus respectivas esferas de vida cotidiana.

En sentido estricto, los procesos comunicativos poseen varios elementos que determinan el contenido, el tono, los efectos y la importancia de la interacción, sea ésta dialógica, unidireccional, masiva, interpersonal, etcétera. Está claro que en las diferentes manifestaciones comunicativas habitan procesos de mediación, y a su vez, la propia comunicación es un dispositivo de mediación; mediación de las subjetividades.

Ahora se definen las categorías comunicativas (de elaboración propia), utilizadas para el análisis de contenido que permite reportar los hallazgos respecto a las pautas comunicativas de los sujetos estudiados:

- Saludo/contacto: se refiere a elocuciones que buscan la función fáctica de contactar con el otro. Cualquier señal expresiva con intención de saludar/contactar que al menos un actor lleva a cabo, o cuando mucho una intervención por cada actor involucrado es considerada en esta categoría.
- **Diálogos breves:** son conversaciones de dos o más actores que no exceden tres intervenciones por persona y cuyo número de participantes no es mayor a cinco.
- Diálogos extensos: son conversaciones de dos o más actores en que hay al menos cuatro intervenciones de al menos dos de los actores involucrados.
- Relatos de sucesos: publicaciones o comentarios cuya idea principal es relatar un suceso por parte del actor y que tiene la intención de compartirlo de manera general a sus amigos o particularmente a algún interlocutor.
- Discusiones: conversaciones en que se debate determinada temática y por medio de intervenciones turnadas cada actor argumenta su punto de vista.
- **Reconocimientos:** toda elaboración textual en que abierta y concretamente un actor expresa su sentir y pensar respecto a algún aspecto relacionado con otro actor aludido.

- Eventos/Offline: situaciones, celebraciones, reuniones, vivencias, encuentros que tienen lugar en el entorno offline y que son motivo de comunicación para los actores.
- Intercambio exclusivamente icónico: intercambios expresivos en que no hay texto y sólo se recurre a algún recurso auditivo, visual o audiovisual.

Subcategorías para análisis de contenido<sup>4</sup>.

Los diálogos (breves o extensos) pueden tener una orientación de acción<sup>5</sup>:

- Teleológica: diálogo en el que sobresale la intención utilitaria de conseguir algún beneficio/objetivo, por medio de solicitudes o coordinación de acciones.
- Normativa: diálogo basado principalmente en alguna convención social, regla, cortesía o costumbre compartida.
- Dramatúrgica: diálogo en que el énfasis está en mostrar al menos algún aspecto de la subjetividad de cada sujeto, a partir de un mínimo histrionismo.
- Comunicativa: diálogo cuyo sentido apunta a la comprensión mutua, teniendo como referente cualquier temática, a partir de expresiones de autenticidad hacia el otro y en los que no necesariamente existen acuerdos pero sí afán de compartir.

Los reconocimientos pueden ser de:

- Admiración: elocución en que se comenta un aspecto que un actor considera valioso en otro.
- Aprecio: elocución en que se manifiesta algún nivel de afecto hacia el alter.
- Cortesía: elocución diplomática y sobria en que se congratula al actor.
- Crítica/apoyo: elocución en que un actor expresa solidaridad a otro o valora su actuar o pensar respecto a algún tópico.

### 2.2.1. Diálogos y enunciación

A continuación se presenta de manera básica e informativa a los 6 jóvenes sujetos de estudio, para que en adelante sean identificados y poder relatar sus características comunicativas más relevantes en *Facebook*. El orden en que serán enumerados será bajo el criterio de mayor a menor número de acciones (cualquier manifestación expresiva acontecida en sus *Timelines*, ya sea realizada por el sujeto o por alguno de sus –amigos”/contactos) llevadas a cabo en sus biografías.

---

<sup>4</sup> Se definen sólo algunas subcategorías que requieren una explicación/definición.

<sup>5</sup> Clasificación tomada de las categorías de acción en el mundo definidas por Habermas (2002).

Figura 1.1



Fuente: Elaboración propia

Figura 1.2



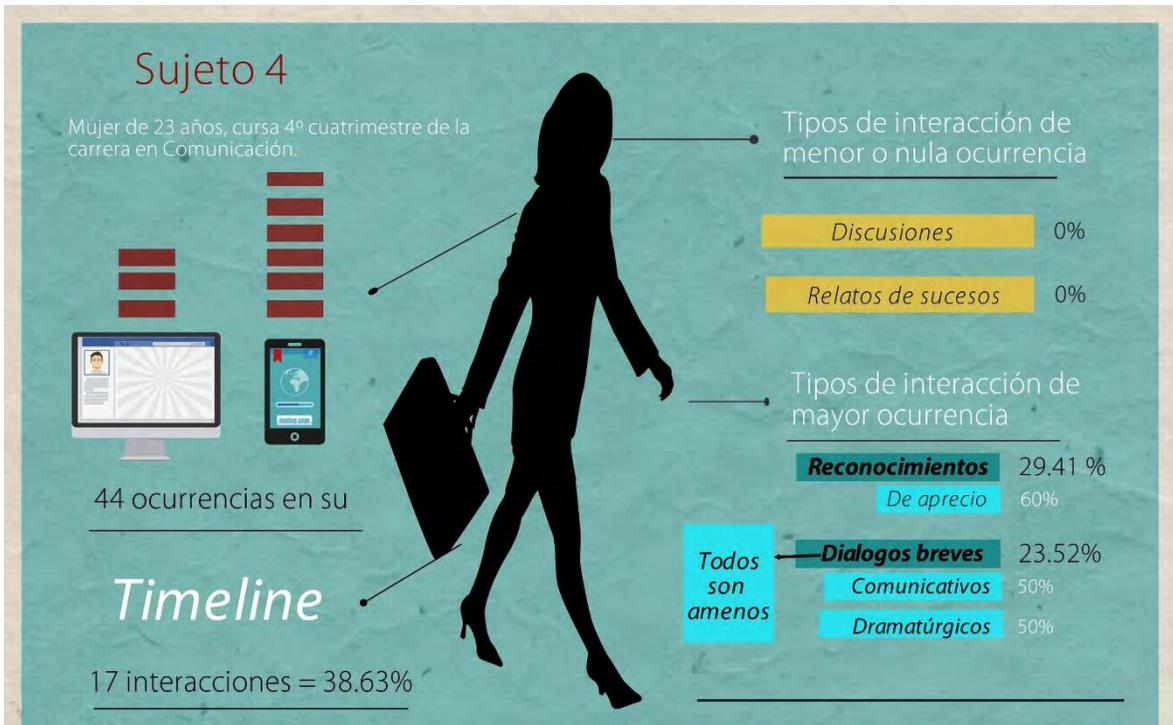
Fuente: Elaboración propia

Figura 1.3



Fuente: Elaboración propia

Figura 1.4



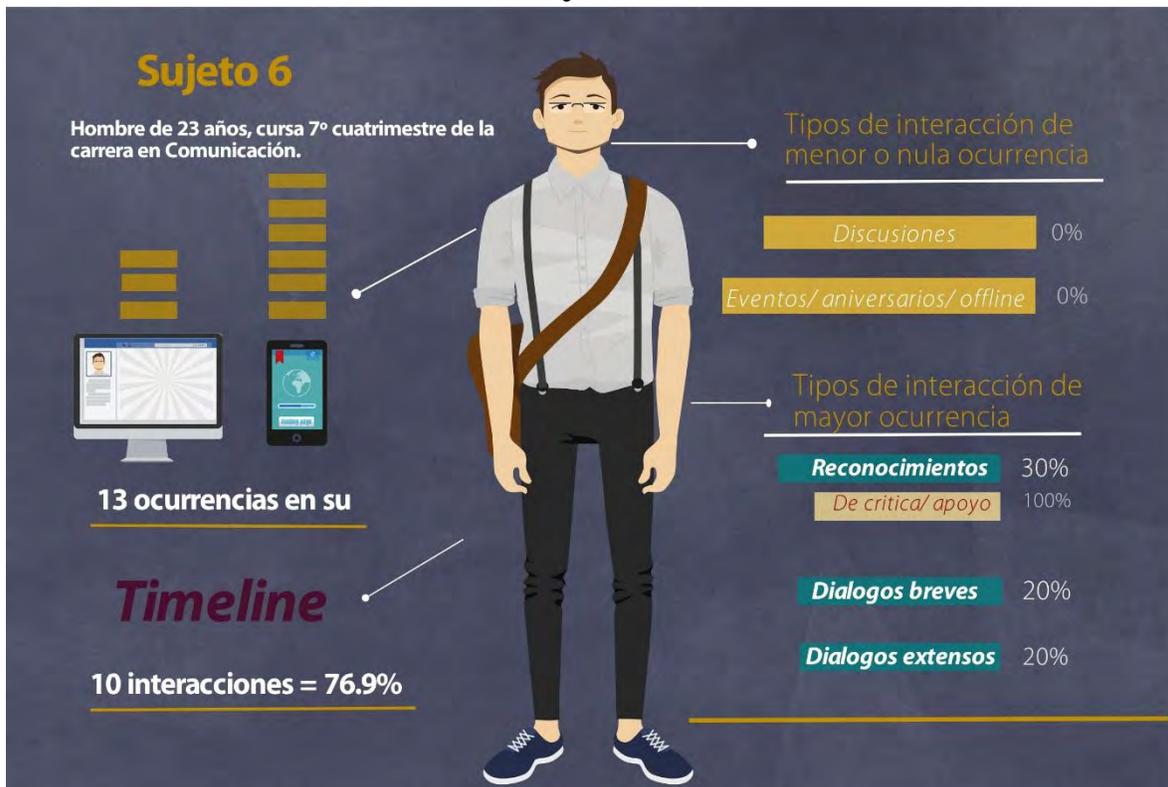
Fuente: Elaboración propia

Figura 1.5



Fuente: Elaboración propia

Figura 1.6



Fuente: Elaboración propia

**Joven 1.** Esta joven tuvo el porcentaje de interacción más alto y el mayor número de acontecimientos también, dos variables complicadas de lograr, ya que a mayor ocurrencia de acciones en el *Timeline* disminuye la posibilidad de que los contactos devengan en interacción. El hecho de que estudie nos habla de dos posibilidades que seguramente se conjugan: tiene un dominio amplio del uso de *Facebook* para poder ser muy activa en la red, además de atender sus otras actividades y pasa un tiempo considerable conectada a esta red.

**Joven 2.** Ella, además de tener un alto nivel de acontecimientos, es quien más recurre a postear fotografías de sí misma, a actualizar su foto de perfil y a editar sus fotografías mostrando diversas partes de su cuerpo. Esto indica un arduo trabajo de autoproducción de su imagen por medio de lo icónico, aquí muestra dejos de desinhibición como pauta típica digital. Es común que le busquen chicas para saludarle y chicos le halaguen su físico.

**Joven 3.** Él tiene el tercer porcentaje más alto de interacción, suele ser buscado, saludado y halagado recurrentemente por sus contactos. Él recurre constantemente a mostrar sus habilidades musicales –toca la guitarra- por medio de videos y le gusta usar frases de canciones en sus estados/publicaciones. Cursa la carrera de Comunicación por

segunda vez, ya que la inició a finales de 2011 y luego la dejó. Pertenece a un grupo que se ejercita en un gimnasio y muestran su actividad en videos con música *ad hoc*, promueven su nombre y eventos en los que participan, se hacen llamar “Nación Goliath”.

**Joven 4.** Ella tiene el porcentaje más bajo de interacción, le hacen publicaciones que no comenta y hace varias publicaciones de enlaces que ni ella comenta ni le comentan. Tiene una relación amistosa con una compañera de su grupo (**joven 2**), además interactúa constante y favorablemente con su madre. Es un poco más reservada que las jóvenes 1 y 2, sin embargo también realiza cambios en su foto de perfil y de portada de forma considerable.

Comparte imágenes de la caricatura *Dragon Ball*, así como videos e imágenes del personaje *Hello Kitty*, esto muestra el acceso no sólo a conocer estas producciones culturales – por medio de la televisión y la invasión globalizadora de productos masivos esto ya ocurría- sino a poseer, compartir, comentar y explorar contenidos con facilidad de acceso/consumo.

**Joven 5.** Ella tiene el segundo porcentaje más bajo de interacción, así como el segundo número de acontecimientos más bajo también. Ella casi no se muestra en fotografías, sus estados suelen ser textuales con frases y reflexiones más sistematizadas. Le etiquetan constantemente de forma grupal (es decir, junto con varias personas más) en publicaciones diversas sobre su trabajo y sus gustos. Tiene un vínculo amistoso con la **joven 4**.

**Joven 6.** Él tiene el segundo porcentaje más alto de interacción y el número de acontecimientos más bajo, es, de hecho, considerablemente bajo en relación con los otros cinco jóvenes. El hecho de que ocurran tan pocas acciones ayuda a que su porcentaje de interacción sea mayor, principalmente por cuestión estadística y además sucede el fenómeno en que una persona con sólidos lazos *offline* e integrado a sus círculos, al publicar poco genera más comentarios ya que representa una novedad para sus interlocutores; puede ser su caso.

Sus publicaciones tienen tintes de intelectualidad, le interesan los memes culturales y sus conversaciones suelen ir en la misma línea. Las imágenes que comparte son una mezcla de información cultural, aprendizaje, entretenimiento y comicidad, muy propio de lo hipertextual. Este joven también estudió la carrera de Psicología (en la misma Universidad Lucerna), en la cual iba un año adelantado en comparación con la carrera en Comunicación.

Los tipos de interacción que menos ocurren son: *discusiones* y *relatos de sucesos*, no interesó enfrascarse en debates ni a ellos ni a sus contactos, por otra parte, prefieren darse muestras de aprecio y saludar a sus amistades que contar sucesos, los cuales tal vez no sean atendidos con interés o puedan ser platicados en otro momento/espacio, como

puede ser a través del mismo *Facebook* vía *inbox*. El afán de brevedad no da cabida a relatar sucesos, cuestión que además implica una estructuración verbal y competencia lingüística mayor.

Los ínfimos *intercambios exclusivamente icónicos* indican que aun con el elevado uso de emoticones, imágenes, fotografías, memes y videos, en la mayoría de ocasiones se complementan con la inclusión de algún elemento textual que medie el contenido visual.

La importancia de destacar la ocurrencia de diálogos y enunciaciones producidas por los jóvenes viene dada por lo que esto representa en términos de su procesual autoconstrucción. El conocimiento de «el-otro» es tan importante como el de la propia identidad, básicamente porque se intuye que la construcción de la identidad sólo es realizable a partir de la alteridad, esta noción actúa determinando –en tipo y cantidad– los enunciados que los individuos son capaces de producir para definirse a sí mismos.

Sobre el enfoque que separa lo digital y lo presencial-tradicional, que mira a éstas, como dos dimensiones inconexas y limita o niega sus posibles relaciones e intercambios, puede decirse que en los estudios recientes es un tema superado que reconoce la complementariedad e imbricación de ambos espacios. –Basta con observar cómo los/as jóvenes utilizan las redes sociales digitales para decidir en qué lugar público reunirse para comprobar este hecho” (Huertas y Peñafiel, 2013, 4).

### **2.2.2. Intereses y afectividad**

Parte de los intereses principales que los jóvenes muestran al usar *Facebook*, es definirse, autoproducirse, pero en acción, más propiamente, en la interacción. La mayoría de veces se representan en relación con otros, mostrando su orientación al grupo, a la relación, y a la vez diferenciándose en algún elemento regularmente estilístico. Una profunda aspiración gregaria como parte nodal de la autopromoción en aras de un yo ideal.

El análisis de contenido demostró que del total de acciones manifestadas -no sólo interacciones sino cualquier publicación con trabajo expresivo propio de la dimensión comunicativa de la información- los *gustos e intereses* fueron la categoría que más aparece en las publicaciones de los jóvenes en general. En particular 5 de los 6 sujetos muestran más de esta categoría que de cualquier otra de su identidad. La siguiente imagen representan las subcategorías de *gustos e intereses* predilectas por los 6 jóvenes, de forma global.

Figura 1.7

## Gustos e intereses globales (6 sujetos)



Fuente: Elaboración propia

Este resultado arroja que domina el interés por la *convivencia* (24.35%) seguido por intereses *musicales* (21.79%) y *lúdicos/entretenimiento* (20.51%).

Los tipos de *gustos e intereses* que se manifiestan en las redes se precisan a continuación.

Subcategorías de la categoría de identidad *gustos e intereses*<sup>6</sup>:

- Aprendizaje: publicación en la que el énfasis se encuentra en el interés por adquirir o compartir conocimientos y/o mantenerse informado de novedades sociopolíticas.
- Consumo: publicación en la que el énfasis se encuentra en la predilección por adquirir algún producto, servicio o experiencia vinculado directamente al mercado comercial.
- Convivencia: publicación en la que el énfasis se encuentra en el gusto por compartir experiencias y relacionarse en algún entorno con amistades, contactos o familiares.
- Culturales: publicación en la que el énfasis se encuentra en la orientación a temáticas relacionadas con formas de vida y de expresión, desde arte hasta usos y costumbres.
- Deportivos: publicación en la que el énfasis se encuentra en el interés por desempeñar o tener afición hacia algún tipo de actividad deportiva o ejercicio físico.
- Lúdico/entretenimiento: publicación en la que el énfasis se encuentra en el interés de generar esparcimiento, diversión, relajación y comicidad.
- Musicales: publicación en la que el énfasis se encuentra en el interés por desarrollar o tener afición hacia algún tipo de manifestación sonora, propia del arte musical.

Las publicaciones realizadas por los jóvenes estudiados o por sus amigos/contactos, pero que en ambos casos denotan alguna afición característica de estos jóvenes universitarios, muestran que los tipos de *gustos e intereses* son variados en cada joven. Estas preferencias se representan en los siguientes gráficos.

---

<sup>6</sup> Las subcategorías son definidas por el investigador de manera operativa para que se comprenda lo que se refiere al mencionar cada concepto.

Figura 1.8



Fuente: Elaboración propia

Figura 1.9



Fuente: Elaboración propia

Figura 1.10



Fuente: Elaboración propia

Figura 1.11



Fuente: Elaboración propia

Figura 1.12



Fuente: Elaboración propia

Figura 1.13



Fuente: Elaboración propia

–Con la aparición de las redes sociales, el número de contactos sociales y las interacciones ha aumentado... Y es lo que Wellmann et al. (2003) denominan con el término individualismo reticular, ya que solemos incrementar el número de relaciones pasajeras y con poca implicación” (Bonet, 2015, 19). Aquí también es importante reconocer que a su vez, las redes sociodigitales cumplen una función de extensión de las relaciones *offline* y de gestación de nuevas relaciones -con mayor grado de cercanía- a partir de lo *online*, ya que los usos cotidianos revelan un profundo acoplamiento entre las relaciones dentro y fuera de la red.

Una de las formas recurrentes de comunicación vía digital, ya sea a través de redes sociodigitales o servicios de mensajería instantánea es la de la función fática, un recordatorio para el interlocutor de que se está ahí y se le piensa, o tal vez a manera de pedir su atención. En cualquier caso se suelen dar este tipo de conversaciones o saludos que versan como una suerte de inercia, un discurrir que no tiene más objetivo que fluir o una función puramente de estar en contacto sin ningún otro interés.

–Y es que, ciertamente, como manifiestan Alonso y Conde (2002), dicha función de contacto, si bien siempre ha estado presente, ha pasado a ocupar en la actualidad un lugar preeminente... el aislamiento, la agudización del individualismo, la ausencia de relaciones auténticas, falta de referentes externos, etcétera, que reclaman la necesidad de contacto con los otros como forma de superar y adaptarse a esta nueva realidad...” (Rubio-Romero y Perlado, 2015, 85).

El análisis revela que en definitiva la función fática existe, es común, pero para nada dominante, e incluso no necesariamente se limita a ser sólo un contacto, en ocasiones así inicia y deviene en otro momento, en diálogos o coordinación para verse cara a cara. Sólo en el **joven 3** la categoría *Saludos/contacto* fue de las que más ocurrencias tuvo en interacción, en el resto siempre apareció pero ocupando porcentajes menores, a continuación se detalla:

- Joven 1 = 10.86%
- Joven 2 = 20%
- Joven 4 = 17.64%
- Joven 5 = 7.14%
- Joven 6 = 10%

Y el porcentaje global es de **18.66%**. Esto muestra la existencia de la función fática pero lejos de ser la predilecta en estos jóvenes.

En las redes sociodigitales los jóvenes al interactuar tienen la posibilidad de consolidar sus relaciones sociales con amistades previas o iniciar nuevas relaciones e incluso intimar más con personas que les interesan y no lo han logrado en el mundo *offline*. Tampoco se debe dejar de lado el interés que hay por establecer romances o buscar pareja,

ya que fue el objetivo inicial de los chats, foros y todas las plataformas antecesoras de las redes sociodigitales, ser una especie de “sitio de citas”.

Lo que también parece ser una constante es la facilidad con que las personas en *Facebook* expresan sentimientos, cariño con mayor apertura y emocionalidad de la que en ocasiones suelen mostrar cara a cara. Es probable que esto sea propiciado por la desinhibición, así como la percepción generalizada de que las redes sociodigitales son un espacio para pasarla bien, para disfrutar, para reír, para exacerbar el histrionismo, los recursos afectivos, los iconos y todo tipo de recurso cómico/alegre que vacune contra lo negativo.

Así vemos que los jóvenes al interactuar se reconocen aprecio recíprocamente con sus contactos; recordemos las cifras de *reconocimientos*, en 5 de los 6 jóvenes los *reconocimientos* fueron las máximas ocurrencias interactivas, en 4 de los 5 fue la categoría máxima. En 3 de ellos el *reconocimiento de aprecio* fue el tipo que predominó, en los otros 2 el de *crítica/apoyo*, que en ocasiones recubre un interés entre los sujetos y en uno de ellos también fue dominante la *admiración*.

De manera global de los *reconocimientos* ocurridos en las interacciones de los 6 jóvenes con sus alteres, el porcentaje de frases *de aprecio* fue de **45%**, es decir, el más elevado. Esto indica su predilección para interactuar a propósito de expresiones amistosas.

### **2.3. Tópicos y estilo en la red socio-digital *Facebook***

La identidad define y además media la comunicación. La mediación se produce incluso desde la identidad de «el-otro», es decir: desde el momento en que la identidad se vuelve un objeto de referencia a propósito del cual se desarrolla la comunicación, el actuar socio-comunicativo se ve influenciado notoriamente por esos datos de referencia identitaria.

Algunos aspectos, indudablemente problemáticos, de la proliferación excesiva de opciones digitales, mensajes *online*, videos y diversos contenidos viralizados principalmente en redes sociodigitales, es lo inabarcable de la información, la caducidad veloz, la pérdida de condiciones para la reflexión y la dispersión colectiva. “Esto nos lleva a la tesis de Lipovetsky, “enfermos socioculturales del exceso informativo”, que implica un veloz consumo y aún más veloz olvido de esa información” (García et al, 2010, 141).

—. Nuestras jóvenes poblaciones empiezan a socializarse mediante las TIC, como principal institución socializadora y, al mismo tiempo, adquieren y se incorporan a los diferentes planos de la comunicación humana, a través de un lenguaje simbólico-virtual” (García et al, 2010, 133). Es ahí donde se entran las transformaciones profundas, es decir,

no es en los artefactos donde está la verdadera revolución, sino en las formas, en los estilos de abordar temáticas, de construir mensajes y en los propios contenidos que se hacen mucho más livianos, desenfadados, breves y creativos.

Por ello el *microblogging* de *Twitter* ha sido exitoso, los videos no mayores a 6 segundos de *Vine* y todas estas propuestas de fragmentos muy cortos de diversión y pronta transición a otra actividad. *Facebook* no es la excepción si se trata de una oferta variada de consumos multimedia.

–Social networks, like Facebook, are technological platforms where people experience a new form of communication, by strengthening previous ties or creating new ones, in order to sort out the sense of anonymity that has characterized the industrial society and still affects the information society” (Durante, 2011, 611). [Las redes sociales, como Facebook, son plataformas tecnológicas donde las personas experimentan una nueva forma de comunicación, fortaleciendo lazos previos o creando nuevos, con el objeto de evitar la sensación de anonimato que ha caracterizado a la sociedad industrial y todavía afecta a la sociedad de la información].

Esta noción es clave para comprender el éxito de las redes sociodigitales a escala planetaria; el tradicional lugar ontológico del ser estaba en dos dimensiones claramente diferenciadas y a la vez unidas, lo abstracto de la nación, la sociedad y los macrovalores y lo concreto de la familia, las amistades y lo cercano. Pero entre una instancia y otra hay un inmenso espacio intermedio en que el individuo no figuraba, y los grandes medios con sus protagonistas famosos recordaban a la persona su condición anónima, limitada.

Con el advenimiento de los vínculos digitales, el anonimato disminuye y aumenta el círculo relacional de las personas, así como su alcance comunicativo y poder de influencia, esto amén de que en ocasiones se debilitan los lazos cercanos que tradicionalmente eran sólidos. Lo cierto es que la condición anónima es posible trascenderla con mayor facilidad a partir de espacios como *Facebook*, así como recuperar antiguos contactos perdidos.

En este sentido se afirmaría que *Facebook* modela, limita, restringe y estimula los usos en cierta medida, pero sólo a manera de marco de posibilidad, después, son acciones individuales y conjuntas, normas socioculturales, posturas éticas, simbolismos, conocimientos, habilidades, insuficiencias, decisiones y otros elementos, los que producen un entorno, un ecosistema para ser habitado —. los propios contextos se producen como consecuencia de las prácticas, que son las que construyen la sociabilidad a partir de las condiciones de posibilidad de los medios digitales” (Domínguez, 2012, 207).

El proceso se vuelve recursivo, a saber: una vez puestas en juego prácticas que los sujetos activos desarrollan y resignifican, la plataforma (*Facebook*) propone innovaciones, introduce ruidos que serán más o menos utilizados, mejor o peor recibidos por los prosumidores. Esto es vital para comprender la interrelación que se da cada vez con mayor

penetración entre lo *offline* y lo *online*, el universo de significados cotidianos de cada individuo se nutre de ello.

Cuando se expresa, como en el notable trabajo de Boyd (2010) y sus análisis de las “*social networks*”, que las personas no tienen total control de su propia representación y lo proyectado en redes sociodigitales debido a que están atados a una imagen de perfil creado por la empresa –en este caso *Facebook*– parece olvidarse u obviarse, que en ninguna esfera, marco ni contexto está el individuo en total control de sus proyecciones o estímulos exteriorizados, ya que siempre hay un fenómeno informacional que permite a los otros extraer datos sin usar la vía comunicativa.

Si bien es cierto que en redes sociodigitales las posibilidades de representarse a sí mismo como uno desea, están acotadas, esto no es distinto en ninguno de los escenarios del entorno *offline*, ya que siempre hay un marco previo que sitúa lo que se permite, lo que se espera y los recursos para ello. En otras palabras, las limitantes en *Facebook* no son mayores que en otros entornos ni restan autenticidad a la comunicación y a las relaciones *per se*.

### **2.3.1. Temas recurrentes, ideas manifiestas y significados latentes**

El contexto en el que ocurre el fenómeno digital y la fusión de las lógicas *online* y *offline* es uno de “uso e incorporación del ciberespacio a la vida cotidiana... constituyendo una nueva forma de vincularse con la familia, con los amigos, con los otros mediatizados”. (García et al, 2010, 89).

En este caso se dará cuenta de las temáticas, nociones y sensaciones que suelen estar presentes en los *timelines* de los jóvenes. A partir de los resultados arrojados por la observación participante, se retomarán los rasgos reveladores de cada joven.

#### *Peculiaridades comunicadas*

##### **Joven 1.**

- Su hermano está presente en la mayor parte de su acontecer, principalmente porque él publica en su biografía, además de que interactúan, van juntos a conciertos, de fiesta, a reuniones familiares y es muy frecuente que suban fotografías de ambos, en ocasiones con más personas y en menos ocasiones solos. Su hermano es mayor.
- Los gatos son su animal favorito, tiene una mascota llamada “*Duquesa*” y constantemente le comparten imágenes, infografías, memes y videos de gatos.

- Muchas de las fotografías que sube a *Facebook* son de ella en fiestas, reuniones con familiares, con amigos, y normalmente aparecen reunidos bebiendo.
- Las charlas que se generan a partir de publicaciones, sean visuales o textuales, están relacionadas principalmente con aspectos *offline*: convivencias, labores académicas y eventos.
- Sus interacciones demuestran un fuerte vínculo con dos primas suyas, con las cuáles sostiene diálogos sobre el amor que se tienen, el apoyo que le brindan cuando ella está triste y los planes para verse y divertirse.
- Su familia, (tías, madre, padre y primas principalmente) comentan gran parte de sus publicaciones, le saludan, le halagan, se interesan cariñosamente por ella, y ella corresponde con la misma emotividad.
- En ocasiones muestra gusto por referirse a la comida, al lugar donde la consumen y a la gente con la que comparten.
- Cuando aparece en fotografías o ella actualiza su foto de perfil suele recibir halagos y piropos de amistades, aunque principalmente de sus familiares.
- Un evento que generó vasta información fotográfica, comentarios, *likes* y diálogos fue el festejo del 15 de septiembre (conmemoración de inicio de independencia en México), que vivió con su hermano, primas y algunas amistades.
- Rara vez escribe/publica estados; un par de veces lo hizo y utilizó frases reflexivas.
- En algunas ocasiones sus conversaciones fueron relacionadas con labores académicas.
- Algunas publicaciones tienen como objetivo divertirse, reír, esparcimiento y nada más, como un video de un *blogger* o un audio con voz aguda distorsionada, acompañado de la imagen de un "gatito".

## **Joven 2.**

- Refiere un novio al que afirma que quiere mucho.
- La mayoría de sus publicaciones son fotografías o videos de sí misma, posando con ropa deportiva o realizando piruetas acrobáticas, ya que practica gimnasia y porras.
- En sus fotografías aparece posando, haciendo gestos, mandando besos y buscando verse favorecida con toque de sensualidad.
- Algunos diálogos y fotografías están relacionadas con sus amistades en el ámbito universitario, con tareas pendientes, número de faltas, atención a temas de clase, etc.
- Constantemente chicos, algunos amigos y otros no, le escriben en su biografía, le expresan cordialidad, buscan generar contacto y charla.
- Comparte fotografías de su red *Instagram* promoviendo así su imagen.
- En al menos 5 ocasiones promovió que la gente se inscribiera a un grupo gimnástico y de porristas al que ella pertenece.
- En los diálogos que suscitan sus fotografías los chicos la suelen halagar, hacer piropos y bromear sobre su físico.

- En las fotografías de sí relacionadas con el deporte que practica suele mostrar motivación, incluso usa el estado anímico de *Facebook* para expresar su emoción.
- En varias ocasiones, sus amigas - algunas de la universidad- le escriben y dialogan sobre verse. Se expresan recíprocamente cariño, platican de sucesos y bromean.
- En al menos 4 publicaciones/fotografías aparece junto con sus amigas en la universidad, en 2 de ellas dentro del aula.
- Cuando publica estados textuales usa frases, en su mayoría tipo refranes.
- Con fotografías crea relatos sobre su *look*; propicia que otros opinen sobre su imagen.
- En un par de ocasiones tuvo interacción con su hermano –mayor que ella-.

### **Joven 3.**

- Tiene una importante afición a la música, toca la guitarra; suele mostrarse en videos tocando con su banda, con otro chico e incluso solo. Le gusta principalmente el rock.
- El joven es continuamente etiquetado en publicaciones con amigos (as) conviviendo, bebiendo, se muestra haciendo poses y con accesorios que viste (gorra, lentes, etc).
- En varias de esas publicaciones con amigos y compañeros de salida se presenta constantemente el tema de las fiestas, las salidas a bares, las convivencias.
- Pertenece a un grupo (informal) de jóvenes que hacen ejercicio (gimnasio) y se hacen llamar –Nación Goliath, NGMAFIA”, destacan por su musculatura, muestran fotografías y videos haciendo pesas. Él no es miembro activo, digitalmente al menos, sino pasivo.
- Es recurrente que suba fotografías de sí mismo, suele producir su imagen buscando estilo artístico y verse atractivo; las chicas le halagan su físico la mayoría de veces y algunos chicos le comentan molestándole y burlándose en broma.
- Atravesó una enfermedad (no se sabe cuál) y sus publicaciones fueron respecto a ello, se mostraba preocupado, varias amistades le animaban y estaban al pendiente.
- Es recurrente que chicas le escriban en su biografía y le saludan cariñosamente, algunas son amigas, otras no parece.
- Al menos en 3 estados usa frases con intención poética y enamoramiento expresado hacia una persona sin precisar quién; sus amigos sí lo saben y conversan de ello.
- Un par de veces le comparan, usando imágenes, con el personaje –*Woody*” sugiriendo que se parece y él asiente alegremente.
- También aparecen en forma considerable imágenes y videos musicales y él comparte cuáles son sus bandas favoritas.
- Su hermano llega a estar presente en los eventos y reuniones a las que acude y comenta con agrado en sus publicaciones.

- En ciertas reuniones, con grupo pequeño de amigos, dice sentirse en familia y a gusto.
- En la mayoría de sus conversaciones persisten bromas, juegos de palabras y actitud relajada

#### **Joven 4.**

- Muestra a su sobrino, de aproximadamente 3 años, en un par de videos y en una fotografía, además dialoga respecto a él con una prima y con su madre.
- Tiene contacto intermitente pero considerable con su madre. Se postean enlaces, imágenes y conversan breve y cariñosamente.
- Hay **interacciones cruzadas** con la **joven 2**. Las conversaciones versan entre temas de clase, juegos offline, sugerencias de lugares a visitar, conversaciones de *Whatsapp*, declaraciones de cariño y agradecimientos por amistad.
- En varias ocasiones la joven comparte enlaces o imágenes que refieren su postura en temas sociales, como la no discriminación a la gente con tatuajes, la equidad de género, el respeto a privacidad y libertad, y lealtad en las relaciones.
- Actualiza seguido su fotografía de perfil, usa herramientas de edición, cuida postura y vestimenta.
- En 3 ocasiones comparte videos musicales de bandas de rock y expresa su gusto.
- Parece tener afición a los horóscopos, ya que realiza 5 publicaciones relacionadas.
- Muestra afición por productos culturales japoneses, principalmente por *Hello Kitty*, de quien publica imágenes y video promocional de la casa-museo del personaje y por la caricatura *Dragon Ball*, de la cual postea un *meme* cómico y un par de imágenes.
- Los pocos diálogos que se generan de sus publicaciones suelen versar entre bromas, opiniones breves, expresiones amistosas y pláticas de planes o actividades offline.
- Es llamativo que en la gran mayoría de sus publicaciones no comentan sus contactos.
- Un par de interacciones son con la **joven 5**, con la cual también sostiene una amistad; se expresan su aprecio y dan muestras de cariño

#### **Joven 5.**

- La joven publica en 5 ocasiones estados en los que agrega un estado anímico de Facebook, redacta reflexiones, que enlista de forma ordenada y sistemática con apoyo visual de emoticones y viñetas; son ideas a manera de consejo, concientización y aprendizaje.
- En las reflexiones que publica sus temas se refieren a la forma de afrontar la vida, la importancia de las personas y de disfrutar.

- En al menos 8 ocasiones amigas y contactos la etiquetan en publicaciones junto con gran cantidad de personas, las publicaciones son sobre temas muy diversos y en la mayoría de éstas, ella no comenta ni interactúa.
- Las publicaciones en las que es etiquetada tratan de memes cómicos, bromas eróticas, video sobre la importancia del contacto cara a cara, chistes, videos cómicos, cualidades en amigas, espectáculos para mujeres con *strippers* y trabajo en equipo.
- En par de ocasiones la etiquetan en publicaciones relacionadas con su trabajo (*call center*), donde la joven presenta actitud positiva y es referente para otros compañeros.
- Casi no modifica su fotografía de perfil, no más de 2 ocasiones.
- Tiene un particular gusto por la *Torre Eiffel*, ya que una amiga suya en 3 ocasiones le comparte imágenes alusivas (conjuntos de cama, tatuaje y postales).
- Tiene interacciones cruzadas (2) con **joven 4** que el referente es un video de casa de *Hello Kitty* en Tailandia y en otra la voz de la **joven 4**, en ambas hay muestras de cariño y buena relación.
- En una publicación específica en que comparte imagen con reflexión de Friedrich Nietzsche muestra un estado anímico de tristeza y habla de no tener el control de los sentimientos.

#### **Joven 6.**

- En la gran mayoría de sus publicaciones usa frases de autores, ya sean filósofos, literatos o psicólogos.
- Gusta de expresarse distinto a los demás, con léxico y actitud letrada, así como enfocarse en aspectos no mencionados.
- El 20 de mayo publicó felicitación a sus colegas psicólogos y citó frase de Heine.
- Realiza dos publicaciones relacionadas con su deseo de tatuarse. En una de esas publicaciones se genera un diálogo extenso, relajado y en broma entre su padre, un tío, un par de amigas, su madre y el joven; dispersiones características del esparcimiento de una familia en la que hay confianza e integración.
- En una ocasión publica *meme* cómico-trágico acerca de lo complicado de acabar la tesis, recibe muestras de solidaridad incluyendo la de su madre.
- Se identifica a sí mismo en una imagen/historieta con un chico hablando sobre psicoanálisis y una chica que no le entiende y sólo se fija en su físico.
- Compartió 2 memes culturales con afán selectivo, uno sobre psicoanalistas (Freud y Lacan), otro sobre pintora (Remedios Varo), él los comparte y suscribe la idea.
- No cambió su fotografía de perfil y la única fotografía que subió fue de un pastel que le regalaron, con la imagen de Nietzsche y la portada del libro “Así habló Zaratustra”, haciendo mención a que su familia conoce su peculiar afición.

- Existen escasos diálogos, un par con familiares, otros breves respecto a temáticas que publica y un par de sucesos *offline*.

El contexto comunicativo en el que ocurren los intercambios simbólicos entre individuos, es un complejo que determina las expectativas, normas y aspiraciones de los actores implicados. A partir de ahí, cada cual evaluará la acción de la otredad, en función de un código, de un contrato y del ontológico afán de beneficio mutuo.

En *Facebook*, esta situación es radicalmente distinta a determinados contextos no sólo de lo *offline*, sino incluso de otras plataformas en Internet. Los elementos que empoderan a los jóvenes y permiten el control de su mundo interactivo, propician la eclosión de novedosos universos referenciales. —In other terms, for the first time, young people are given the possibility to co-construct the contexts of communication, i.e., the —horizon of meaning” [11], in which their self-narrations are given meaning” (Durante, 2011, 612). [En otros términos, por primera vez los jóvenes reciben la oportunidad de co-construir los contextos de comunicación, i.e., el —horizonte de significado” [11], en el cual dotan de significado a sus auto-narraciones].

### *Similitudes develadas*

En general, se observa que estos jóvenes actúan y producen en *Facebook* de manera diferenciada, aunque también hay coincidencias. Algo característico es que salvo el **joven 6**, los demás modifican su fotografía de perfil y cuando lo hacen procuran salir favorecidos. El propio **joven 6**, en su fotografía de perfil fue fotografiado por un colega con intención artística en donde se muestra su tatuaje. Es decir, les importa la imagen física que muestran.

Por otra parte la mayoría sostiene conversaciones que divagan y con alto contenido lúdico, en cuanto a bromas, comicidad y actitud relajada. En 2 de los 6 jóvenes hay al menos una persona cercana a ellos que aparece constantemente en sus publicaciones, y en esos 2 casos se trata de familiares: hermano (**joven 1**), madre y sobrino (**joven 4**). En al menos otros dos casos (**joven 6 y joven 3**) se muestra también una relación cercana e integrada con al menos algún familiar.

En cuanto a sus aficiones, todos tienen al menos un gusto que resalta, ocupa su imaginario y es movilizado en su producción de contenido. En orden de sujetos serían: los gatos y los conciertos; la gimnasia; la música (escucharla y crearla), en especial el rock; la cultura popular japonesa y la música; la Torre Eiffel y las reflexiones; el conocimiento, en especial el psicoanálisis.

En todos los casos salvo en uno (**joven 6**), los jóvenes tienen fuerte orientación a la convivencia y a mostrarla en imágenes, a recordararla con palabras o a coordinarla. En todos los casos a excepción de uno (**joven 4**), al menos una ocasión, citan frases, sean de canciones, de autores o refranes como parte de sus estados y publicaciones.

Todos los jóvenes comparten imágenes prediseñadas, memes o contenido visual propio y exclusivo de las redes sociodigitales y del ciberespacio. En todos los casos también, hacen referencia en algún momento a alguna otra red sociodigital o a un servicio de mensajería instantánea.

Otra constante es que se expresan, en general, libremente, con seguridad y dominio de sus propios perfiles, además de que la mayor parte del tiempo sus actos e interacciones se orientan al esparcimiento, a pasar un buen rato, a generar-se buenas sensaciones. Cada uno de los jóvenes en alguna ocasión, aunque sea implícitamente, proyecta su estado anímico.

Las particularidades han sido detalladas en la descripción de cada joven por separado, para que se puedan apreciar las características de cada uno y así delinear una imagen indicial de su identidad.

Lo que define a las personas, eso que permite conocer al otro, acercarse o alejarse, desearlo o rechazarlo, idealizarlo o menospreciarlo, amarlo o aborrecerlo, sólo emerge a partir de la interacción comunicativa, de la convivencia, de la implicación que la expresividad y la puesta en común son capaces de posicionar en la conciencia de sí y de alter; —..el saber quiénes somos y quiénes son los demás orientan nuestro actuar en el mundo, entre otras cosas, porque dicha representación refleja nuestras creencias, valores, anhelos, biografías y sentires” (Arcila, 2008, 6).

### **2.3.2. Formas y recursos expresivos**

Si se piensa en la imagen pública, la política, la publicidad o la cinematografía entre otras tantas actividades expresivas, sus contenidos conmueven o no gracias a su estilo, no basta una temática dura o dolorosa, si no hay ambiente en consonancia con la misma (la música, el ritmo, los tonos, etc.); una película, un anuncio, un discurso o un debate tendrán determinados efectos no sólo por la información manifestada sino por el tratamiento de la misma que permitirá al producto culminar en mensaje.

Por lo tanto, cuando se habla de la forma en que los jóvenes se expresan en *Facebook*, se habla de la capacidad que poseen para usar los recursos disponibles en la generación de contenido, en la vinculación con los otros y en la proyección de determinada imagen.

—...we believe that people—knowingly or unknowingly—endorse possibilities enabled by technological affordances, when such endorsement gives them new —powers” [24], which are connected with their own desires. In the case of social networks, notably young people are

given the possibility (and therefore the power) to co-construct, in informational terms, a meaningful —context of communication”, where their narrative identities can be formed, enacted and evaluated” (Durante, 2011, 607).

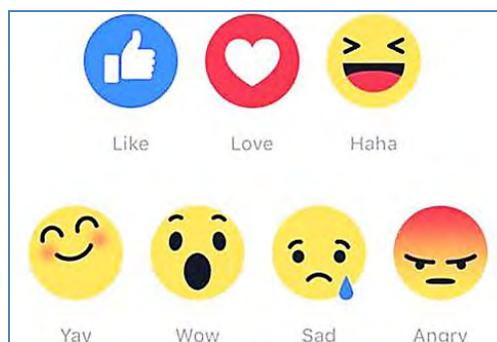
[...creemos que las personas -consciente o inconscientemente- aprueban posibilidades habilitadas por los soportes tecnológicos, cuando dicha aprobación les da nuevos ‘poderes’ [24], los cuales están conectados con sus mismos deseos. En el caso de las redes sociales, la gente joven notablemente recibe la posibilidad (y por consiguiente el poder) de co-construir, en términos informacionales, un ‘contexto de comunicación’ significativo, donde sus identidades narrativas pueden ser formadas, presentadas y evaluadas].

Una vez que se han caracterizado las temáticas, los intereses y las interacciones que ocupan la atención y atañen al actuar en el mundo de estos seis jóvenes universitarios, tanto de forma individual como global, ahora se ofrece de forma puntual el repertorio de recursos expresivos de los que se valen para su producción comunicativa y la forma (acaso intención y tonos) en que expresan su situación.

#### *La producción textual en sus ágoras*

Las principales herramientas que usan los jóvenes para acompañar las expresiones textuales, sean publicaciones, comentarios, diálogos, saludos, etcétera, a lo largo de todas las publicaciones en los seis casos, son:

- Emoticones/caras/corazones: **203** veces se usan, si se engloban, las caras expresivas, los emoticones móviles, las figuras y corazones. Es la cifra más alta y un recurso dominante si se toma en cuenta que en cada interacción las intervenciones textuales se multiplican. Los emoticones son relevantes en el sentido, en que sustituyen lo incorpóreo, el rostro no presente se sana a través de una cara que indica los matices entre el agrado y desagrado de cada situación.



- Figuras retóricas/otros: anglicismo (9), repetición (3), mote/apodo (6), sarcasmo (5), frase de canción (2), doble sentido (2), analogía (2), frase figurativa (2), ironía (3),

metáfora, refrán, primera persona plural, tercera persona para autorreferencia. Estas son las estrategias semánticas-lingüísticas que implementan para enfatizar.



- Mayúsculas: **8** ocasiones en que palabras o frases enteras son escritas en mayúsculas para captar atención (algunos lo interpretan como equivalente a gritar).
- Signos de puntuación para enfatizar: **42** ocasiones que recurrieron a los puntos suspensivos y/o signos de exclamación.



- Risas textuales: **30** risas esgrimidas de forma textual que indican la gracia que alguna idea, imagen o publicación causa ya sea de forma auténtica o como gesto de cortesía.
- Abreviaturas: **8** abreviaturas que son muy propias del nuevo léxico digital, un ejemplo: **bff** (*best friends forever*).

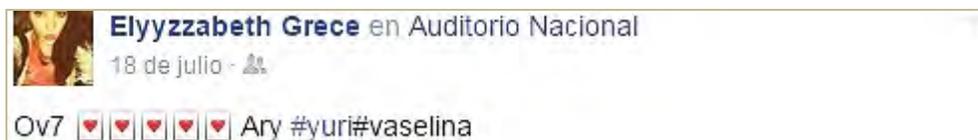


- Adjetivos: **18** apoyos en calificativos para describir rasgos en las personas, evaluar acciones y en general como forma de clasificar a los demás.

- Diminutivos: **11** veces se usan en frases coloquiales, en expresiones cariñosas, pero principalmente al llamar por su nombre a las amistades/contactos.
- Coloquialismos: **21** ocasiones en que con un léxico informal se comunican ideas.



- Groserías: **5** enunciados que contienen lenguaje considerado soez, regularmente para enfatizar una idea/sentimiento o como parte del habla común de los sujetos.
- Estado anímico *Facebook*: *maravillosamente (2), agradecida, fantástica, coqueta, aliviada, positiva*, fueron los estados anímicos, provistos por la red, que utilizaron, únicamente las jóvenes.
- HT: **19** veces se recurre a esta herramienta proveniente de otra red sociodigital (*Twitter*), que significa etiqueta con almohadilla, o símbolo “#” y sirve para destacar alguna idea temática que se considera relevante para el autor de la publicación.
- Vinculación/referencia a otras redes: *Whatsapp (3), Instagram (2)* y *Twitter*. En estas seis ocasiones se usa o menciona alguna de estas redes para compartir imágenes, compartir un *tuit* o sucesos relevantes *offline* como conversaciones en el móvil.
- *Check in*: **3** veces se recurre a la función de indicar el lugar en el que se está consumiendo.



- Tono/Intención: esta dimensión emerge cuando en algunas (que no todas) de las publicaciones, pero principalmente conversaciones destaca un tono, una intención en el aspecto formal de los discursos, los hallazgos destacados fueron: desenfado (8), ternura (5), vehemencia (3), amoroso (3), broma (10), cariñoso (7), reclamo(2), conminación (3), cómico (5), empático (3), confianza (3), congratulación (4), persuasión (3), reflexivo (4), halago (4) y burla (5).

Más que adicionarse elementos a los propios de contenido textual, estos recursos se integran como complementos significativos que dan sentido al decir de los jóvenes y de sus contactos, ya que cabe destacar que estos usos expresivos son realizados no sólo por los sujetos de estudio sino también por sus interlocutores.

### *Universo multimedia*

Respecto al conjunto de elementos no escritos por estos actores comunicativos, podemos encontrar un amplio repertorio audiovisual que a continuación será compartido.

### Videos

- Musicales: **5** canciones con videoclip de la plataforma *Youtube*.
- Caseros/proprios: **8** videos grabados por los jóvenes o por otras personas cuyo formato es elemental, no tiene edición y es realizado por particulares. Van de la presentación de niños pequeños, las ejecuciones de instrumento musical, un juego de convivencia en una fiesta y la realización de acrobacias gimnásticas.
- Promocionales: **3** videos que entre receta, destino turístico y compañía de ejercicio promueven su marca.
- Cinematográficos: **1** fragmento de una película de la cultura “ehola”.
- Televisivos: **1** fragmento de programa televisivo en el que se cuenta un chiste.
- Conciertos: **2** canciones interpretadas en vivo por bandas de rock.
- Ciberespacio: **5** videos que son elaborados en y específicamente para Internet, con formatos y herramientas propias del ciberespacio y temáticas variadas.
- Virales: **2** videos que circulan en redes sociodigitales y que por su alcance y penetración se les considera virales.
- Cómicos: **6** videos cuya exclusiva función es provocar risa; emanados de diferentes fuentes.

### Imágenes

- Fotografías: **86** publicaciones en que se subieron fotografías que involucran a los jóvenes estudiados.

- *Selfies*: **24** de las fotografías en que aparecen los jóvenes son de las denominadas *selfies*.
- Imágenes prediseñadas: **21** imágenes compartidas son de temáticas variadas y previamente diseñadas, es decir, del repertorio de imágenes que circula por diversos medios digitales y que no tienen un autor específico en su mayoría.



- Imágenes/enlaces: **10** imágenes que son entrada a enlaces de reseñas, reportajes o algún tipo de redacción.



- Imágenes textuales: **8** imágenes que contienen únicamente texto.



- Imágenes promocionales: **15** imágenes que se comparten con diversas intenciones pero cuyo contenido está enfocado en promocionar eventos o artículos.
- Capturas de pantalla: **8** imágenes que se comparten por mostrar el contenido de alguna pantalla (móvil u ordenador) como referente de interacción.



- Imágenes/dibujo: **5** imágenes que son dibujos, caricaturas o diseños animados.
- Historietas: **2** imágenes que relatan una historia en el formato mencionado.
- *Memes*: **9** imágenes propias del ciberespacio, que suelen manejar estilo sarcástico y contenidos que enlazan lo cotidiano con tópicos especializados. En este caso, predominaron los relacionados con aspectos culturales.



- Artículos: **2** imágenes que son portada de artículos periodísticos y son ruta de acceso.

Para finalizar esta caracterización de la comunicación en *Facebook* que llevan a cabo los jóvenes y sus rasgos estilísticos, se puede afirmar que en la imagen que muestran en fotografías de sí mismos, les es fundamental proyectarse como atractivos, estar conformes con cómo se ven, y para ello trabajan detalladamente su vestimenta, su pose, su gesto facial, editan las fotografías, ensayan la que más les favorecen y finalmente, eligen y se muestran.

Por otra parte, en pocas ocasiones ocurre, pero es significativo, que en comentarios o ideas que expresan a una persona específica, el texto ha sido editado, lo que representa que piensan cuidadosamente lo que dicen y cómo lo dicen en función de sus objetivos.

Además, algunas publicaciones (no más de 4) que fueron compartidas por los amigos de los sujetos de estudio, están relacionadas con profundas reflexiones sobre las relaciones, frases de declaración amorosa y fotos de perfil. Se recuerda que la acción de *compartir* implica mostrar y citar íntegramente al otro y su pensamiento/imagen.

Entre los **6** jóvenes, el total de interacciones comunicativas asciende a **150** de entre **248** sucesos expresivos, es decir, un porcentaje de **60.48%**. Este porcentaje indica que de cada **5** publicaciones en **3** acontece comunicación, en las otras **2** sólo hay expresiones y enunciaciones sin diálogo. Esto obviamente acotado a este conjunto de universitarios.

Y de ese total de interacciones comunicativas las que más ocurren son los reconocimientos (**26.66%**) y los diálogos breves (**22%**). Los reconocimientos son en su mayoría de aprecio (**45%**) y los diálogos breves son amenos (**84.84%**) en forma y dramáticos (**48.48%**) en orientación.

Es posible que el principal activo para el éxito de *Facebook* no sea tanto la interactividad (oferta que tiene mayor fuerza con los servicios de mensajería instantánea), sino la conversión que permite de persona en personaje público. Las manifestaciones de los individuos en la red les permiten aparecer ante los demás como noticia/acostamiento.

—Tant la representaciones que se tienen de «uno mismo», como la que se tienen de «el otro», son mecanismos claros de mediación comunicativa. Ambas nos remiten tanto al nivel de contenido (lo que decimos) como al nivel de relación (a quién y cómo se lo decimos), ya que influye en la elección que hacemos de los objetos del mundo de la referencia y la manera en que los comunicamos en función de la situación y la relación que establecemos, o pretendemos establecer, con nuestra alteridad” (Arcila, 2008, 6).

Esas representaciones del *self* delimitan temáticas, matizan acercamientos, estructuran normas implícitas, sugieren lo que interesa decir de sí y de los interlocutores y permiten entender la situación anímica de cada interacción; todo esto en un proceso abierto, basado en el aprendizaje que los individuos adquieren con sus experiencias socializantes mediadas comunicativamente, pero también es a la inversa, las experiencias interactivas retroactúan sobre el autoconcepto que los individuos co-construyen de sí mismos y de sus alteres.

### *Cerrando sesión*

En el presente capítulo y hasta este punto del trabajo se han expuesto los principales factores contextuales, los rasgos de una sociedad global que construye su existencia en determinadas condiciones económicas, socioculturales y existenciales.

Respecto al ámbito digital, se han desarrollado las condiciones y posibilidades que provee *Facebook*; se han descrito y sistematizado las prácticas comunicativas a partir de un trabajo de selección y análisis de información de los seis jóvenes universitarios que son estudiados y protagonizan la propuesta del presente estudio. Su acontecer en esta red se puntualiza a partir de rasgos/tendencias válidos para los sujetos estudiados:

- Participan activamente en su biografía, confirmando la noción de prosumidor en la que simultáneamente consumen y producen significados.
- Cuidan y producen la imagen física que proyectan y buscan estar presentes en las conciencias de sus alteres.
- Se apoyan de recursos audiovisuales y visuales de forma recurrente y dominan asertivamente estos lenguajes.
- Utilizan lo verbal en su comunicación, producen textos y complementan lenguajes.
- Gustan de relacionarse, interactuar y expresar su afectividad.
- Sus intereses y gustos son referente central de sus enunciaciones.
- Externan su estado anímico explícita o implícitamente.
- Se orientan enfáticamente a la convivencia, la diversión y el esparcimiento.
- Están presentes sus vivencias *offline* en la mayoría de sus manifestaciones.

En el siguiente capítulo se desarrollará el aspecto analítico-interpretativo propio de la metodología propuesta, para dar cauce a uno de los aspectos centrales de la investigación: la identidad y sus formaciones.

### **CAPÍTULO 3. IMÁGENES DEL ALTER-EGO E IDENTIDAD DEVELADA EN FACEBOOK**

Si la identidad muestra lo que la persona es y la hace distinta a cualquier otra, pero a la vez muestra la huella de su contexto, de sus relaciones, de su mundo social (Habermas, 2007) compartido, entonces se vislumbra un fenómeno complejo que el principio hologramático de Morin explica adecuadamente:

*–el todo está en cierto modo incluido (engramado) en la parte que está incluida en el todo. La organización compleja del todo (holos) necesita la inscripción (engrama) del todo (holograma) en cada una de sus partes que sin embargo son singulares; de este modo, la complejidad organizacional del todo necesita la complejidad organizacional de las partes..., pero no por ello son puros elementos o fragmentos del todo; al mismo tiempo son micro-todo virtuales” (Morin, 2009, 113).*

Está claro que la interacción y la identidad forman parte de un sistema recursivo que se construye a sí mismo, y que sin duda no importa cuál es la causa y el efecto, ya que se forma una dinámica virtuosa en la cual ambas pueden serlo y ninguna lo es.

En el presente capítulo se va a profundizar la caracterización y la interpretación de los rasgos de identidad que los jóvenes estudiados develan de sí mismos en sus diversas instancias, a partir de sus manifestaciones comunicativas que fueron detalladas en el segundo capítulo. Se pretende hacer una lectura inferencial a partir de la información evidente y explícita pero también a partir de lo latente, lo oculto y lo no dicho.

Se utilizará el corpus previamente recopilado del monitoreo de actividad en sus perfiles de *Facebook*, interrelacionado con la teoría seleccionada y propuesta respecto a la categoría de identidad y con apoyo del análisis de contenido. Además, y para poder contrastar así como dotar de mayor solidez la interpretación, se realizan entrevistas a los seis jóvenes universitarios en las que ellos mismos asumen rasgos de su propia personalidad, intereses, actividades, concepciones, etcétera, con el fin de enriquecer la interpretación.

Finalmente el capítulo pretende identificar y comprender la identidad de los sujetos en función de sus interacciones, expresiones y relaciones en la red sociodigital *Facebook*, así como el fenómeno mediador desdoblado por los propios jóvenes entre sus estrategias comunicativas y la modelación identitaria de su *self*.

#### **3.1. Grupos relacionales y estrategias de mediación**

La mediación es un concepto que designa el proceso de apropiación situacional de las personas, es decir, se trata del ajuste entre la realidad y sus sucesos, como forma de comprensión del mundo. La mediación es base de la producción y reproducción cultural. –La experiencia mediada ha influido considerablemente tanto en la identidad del yo como en la organización básica de las relaciones sociales” (Giddens, 1993, 10).

El concepto de mediación se relaciona estrechamente con la articulación entre individuos de distintos estratos, ideologías e intereses para coexistir e incluso conversar; ese vínculo operante es la mediación, lo que da lugar a que algo sea asequible e incluso inteligible en una relación cualquiera atravesada por la información.

La mediación es un concepto eminentemente social, como construcción de sentido. –La mediación social tiene su centro en el análisis de la referencia, en lo que el mundo es para los actores sociales y sus instituciones a través de y configurado en códigos simbólicos” (Galindo, 2008). En términos llanos, la mediación es el proceso que permite compartir pautas culturales, ajustar comportamientos y establecer relaciones. Se trata de la adecuación del grupo al sujeto y viceversa expresada en signos comunes para los prosumidores.

Martín (1977) concibe a la mediación con base en un principio dialéctico, donde ésta es una forma de adecuación entre el individuo y el grupo, o la institución, los grupos y el individuo, de tal suerte que la mediación es la clave de los intercambios entre comunicación pública y sociedad, el ligamiento entre lenguaje y las representaciones sociales. –Representar una cosa, un estado, no es simplemente desdoblarse, repetirlo o reproducirlo, es reconstituirlo, retocarlo, cambiarle el texto” (Moscovici, 1979, 38). En las representaciones como en la mediación, hay una resignificación operada por el sujeto.

Para toda representación se requiere visibilización, en *Facebook*, ésta es condición de existencia como actor perteneciente a dicho universo y se alcanza por medio de actos expresivos que posicionan la imagen de cada joven en el imaginario de sus contactos, integrados a partir de algún grupo. –La visibilización se ha hecho hashtag, pues ella se ha tornado una forma de ser, y sobre todo, de ser aceptado por una comunidad; por ello, todos queremos dejar nuestra intimidad expuesta, vista, exhibida, esa es la condición de posibilidad para pertenecer a una comunidad: formas novedosas de pertenencia” (Constante, 2015, 140).

En los entornos *online* no anónimos, como puede ser *Facebook* (más allá de nicknames y pseudónimos, las personas incluyen a gente que les conoce en el mundo *offline*), suele presentarse una media entre la faceta absolutamente fantasiosa de una persona, que en total anonimato pretende ser algo distinto a lo que él mismo considera que es y la constricción tradicional del ambiente *offline* de suma vigilancia activa donde la

persona se limita a ser como debe, en función de las normas y el rol (tendencia superyoica). Esa media estaría entre un yo potencial, aspiracional, deseado, y uno fáctico, moldeado socialmente.

Las tecnologías digitales reconfiguran la subjetividad del tiempo y espacio vividos. Al habitarlas, como en el caso de las redes sociodigitales, se interioriza el suceso como una experiencia cotidiana pero distinta de lo *offline* que trastoca los parámetros del ser y estar con los otros. –Con las tecnologías digitales parecería que los viejos espacios se reducen y que las agujas del reloj giraran más rápido. Estas mutaciones afectan a las oposiciones y diferencias que fundan nuestro sistema de significación cultural” (Scolari, 2008, 275).

La imagen del individuo que se compenetra, interdepende, coexiste pero a su vez es el centro del proyecto y esfuerzo propios es la más recurrente de nuestra época. Personas que trazan itinerarios para sí, con los otros, por medio de los otros y a veces a pesar de los otros.

–El sí mismo es algo de lo cual hay que escribir, tema u objeto (sujeto) de la actividad literaria” (Foucault, 1990, 62). En las redes sociodigitales se expresa a través de variados lenguajes lo que uno es, lo textual está presente en las autorreferencias que los prosumidores llevan a cabo implícita o explícitamente de lo que son, de lo que hacen y de lo que quieren.

–Desde el siglo XVIII hasta el presente, las técnicas de verbalización han sido reinsertadas en un contexto diferente por las llamadas ciencias humanas para ser utilizadas sin que haya renuncia al yo, pero para constituir positivamente un nuevo yo. Utilizar estas técnicas sin renunciar a sí mismo supone un cambio decisivo (Foucault, 1990, 94)”.

La defensa enconada del acceso a la información es en el fondo la defensa de la –tecnología del yo” más poderosa en la sociedad del conocimiento, que permite una sociabilidad segura, selectiva y controlada, así como una modelación del *self* con recursos más veloces, flexibles y abundantes: la interacción digital.

El esfuerzo etnográfico de los principales círculos relacionales de los jóvenes estudiados queda representado de la siguiente manera:

Figura 2.1



Fuente: Elaboración propia

Figura 2.2



Fuente: Elaboración propia

Figura 2.3



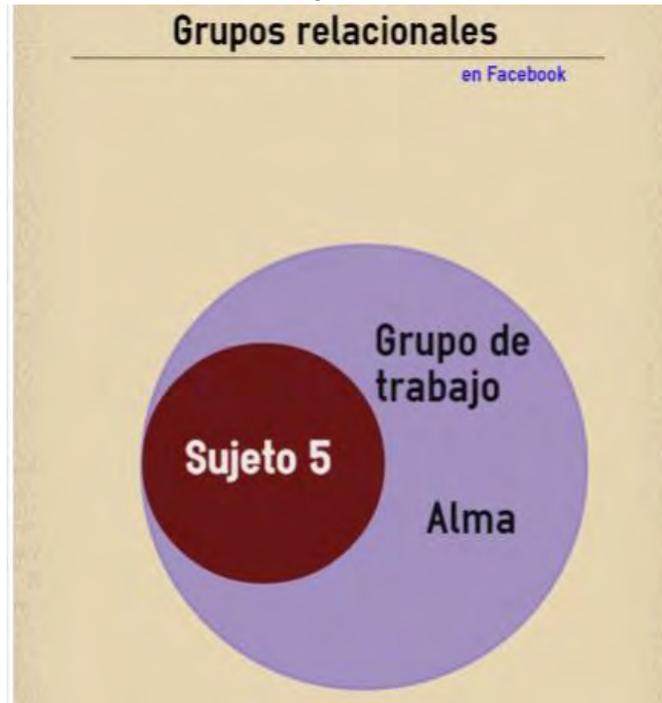
Fuente: Elaboración propia

Figura 2.4



Fuente: Elaboración propia

Figura 2.5



Fuente: Elaboración propia

Figura 2.6



Fuente: Elaboración propia

Lewis, Kaufman, González, Wimmer y Christakis (2008) caracterizan los tipos de vínculos en redes sociodigitales. Los autores distinguen entre relaciones débiles (únicamente se produce intercambio de información) y fuertes (actúa como soporte y ayuda emocional para sus miembros).

En el caso de los tipos de vínculos que establecen a partir de las interacciones con las personas incluidas en su mundo circundante, es decir, aquellos con los que más conviven y se relacionan en su biografía de *Facebook*, los porcentajes de relaciones se representan de la siguiente manera:

Figura 2.7



Fuente: Elaboración propia

Figura 2.8



Fuente: Elaboración propia

Figura 2.9



Fuente: Elaboración propia

Figura 2.10



Fuente: Elaboración propia

Figura 2.11



Fuente: Elaboración propia

Figura 2.12



Fuente: Elaboración propia

En estos gráficos, los resultados -tomando en cuenta que la cantidad de interacciones que son útiles como material para realizar esta clasificación son muy dispares- muestran diferencias en la manera en que cada sujeto se vincula con sus pares más próximos en su cotidianidad *online*, la cual está relacionada de forma considerable con su esfera *offline*.

Es fundamental señalar que con mismas personas que aparecían e interactuaban frecuentemente, en ocasiones lo hacían de forma meramente informativa o lúdica (débil) y en otras más emocional o solidaria (fuerte); conceptos que se utilizan para distinguir momentos y facetas de los sujetos.

Este ejemplo nos permite notar que más que ser determinante la distinción es tenue y tendencial, no se puede generalizar que con una amistad los sujetos establezcan sólo un tipo de vínculo, sino que es una variación de acuerdo a los temas, los momentos anímicos, las contingencias en sus vidas y el propio ambiente gestado en *Facebook* con la participación/intervención de los prosumidores y las improntas de la propia red sociodigital.

Entre las estrategias de mediación o formas en que los jóvenes ajustan su comportamiento a la situación y a sus interlocutores se encuentra de forma general la capacidad para modificar su léxico dependiendo de las personas con las que están dialogando o al público al que se dirigen cuando etiquetan a otros o son etiquetados. Esta selección del léxico utilizado se diversifica entre desenfadado (desestructurado, con groserías y faltas de ortografía), solemne / formal (cuidado, detallado y respetuoso) y emocional (expresivo, espontáneo y directo).

Esta clasificación no es absoluta, sino una caracterización de formas dominantes entre las que versa el vocabulario activo de los jóvenes estudiados y a cada una de estas formas expresivas regularmente corresponde cierto grupo de personas que serían respectivamente: conocidos y amistades; familiares mayores y compañeros universitarios o laborales; y familiares contemporáneos, amistades cercanas y parejas o pretendientes amorosos.

Otra de las estrategias de mediación identificadas en las expresiones identitarias de los jóvenes radica en las temáticas. En los contenidos se intersectan dos situaciones, el léxico y las personas con quienes interactúan, a saber, dependiendo la temática el léxico varía y dependiendo las personas las temáticas varían. Los jóvenes suelen realizar estos ajustes de manera intuitiva y automática, se nota espontaneidad basada en el conocimiento que poseen de cómo desenvolverse dependiendo los escenarios, situaciones y actores.

Por otra parte los jóvenes asumen y ejercen conscientemente su libertad a expresarse como desean en cada una de sus facetas y entornos sociales, ya que si bien ajustan su léxico y temáticas a sus interlocutores, no renuncian a interactuar de forma abierta y cotidiana ni a expresar ideas con su propio estilo. Esto se refleja en las publicaciones que ellos realizan y los diálogos que de ellas se desprenden, su configuración es abierta para todos sus amigos/contactos y en algunas ocasiones pública (visible para toda persona en *Facebook* aunque no sea su contacto), principalmente en fotografías de perfil y de portada.

### **3.2. Identidad: autorreferencia, heteroimagen y alteridad**

#### *Eclosión, desarrollo y enfoque del concepto: identidad*

—La noción de self está íntimamente ligada a la historia y las encrucijadas de la modernidad” (Bernasconi, 2015, 2). El individuo en tanto entidad digna de análisis y con autonomía propia como concepto nace a partir de la modernidad, en ese momento se podría rastrear lo que hasta la actualidad se entiende cuando se pretende estudiar la identidad.

Como resultado de estos intensos análisis, la propia noción de *self* ha variado en el transcurso del tiempo; desde un producto o derivado de las estructuras políticas o prácticas, hacia una categoría de auto-comprensión históricamente situada, internamente elaborada y construida interpersonalmente.

—Inicialmente, podríamos decir que la noción primaria de identidad nace bajo una conceptualización —fuerte”, en tanto se refería a particularidades macrosociales inmanentes e inmovibles, cuestión que ha ido avanzando hacia una concepción —débil” de la identidad,

en la que entran a formar parte los rasgos subjetivos de pertenencia sociocultural del individuo, siendo éstos además entendidos en un estado de construcción permanente, es decir, como dinámicos, flexibles y relativos” (Arcila, 2008, 4).

La identidad ha mutado desde el siglo XIX hasta la actualidad. En un principio, influidos por el ego cartesiano, se la consideraba como núcleo sólido de un sujeto racional, trascendental y absoluto; un ser completo que en su autonomía radicaba la esencia a lo largo de su existencia. Después, en el auge sociológico, se plantea a la identidad como construcción social, emanada de estructuras, instituciones e interacciones entre los sujetos; aquí el sujeto es un ser interdependiente, producto de intercambios simbólicos. Por último, ya en el enfoque postmoderno, se concibe la identidad como un complejo dinámico y cambiante que caracteriza al sujeto en tanto proyecto en movimiento, que en múltiples escenarios desarrolla diversas identificaciones controvertidas; la identidad aquí es un proceso inacabado.

–[1] Según Gilberto Giménez (2005), la aparición del concepto de identidad en las ciencias sociales es relativamente reciente, hasta el punto de que resulta difícil encontrarlo entre los títulos de una bibliografía antes de 1968. Sin embargo, explica que los elementos centrales de este concepto ya se encontraban bajo formas equivalentes en la tradición socioantropológica desde los clásicos” (Arcila, 2008, 8).

Las concepciones contemporáneas de la identidad la conceptualizan como un resultante más histórico y situacional que trascendental y esencialista. Es en la discursividad cotidiana del individuo donde se le busca, ya no en los determinismos sociales del Estado y la colectividad.

Siguiendo a Ricoeur, la identidad está relacionada con el tiempo –la temporalidad específica en que un yo se asume y existe-, el lenguaje –la autoreferencia-, la responsabilidad de un yo asumido conscientemente, la otredad como complemento que posibilita su existencia y la dualidad propia de una identidad, entre su inmutabilidad o núcleo no cambiante y su ipseidad o asunción como proyecto.

La identidad y su alteridad, como contornos y complementos se deben considerar no como entidades separadas, sino como una relación dialéctica. Y esta relación está mediada por procesos de interacción social, así construyen una identidad dinámica que fluye y se ajusta de acuerdo a las normas sociales en turno y a los actores implicados en cada momento.

La identidad se juega en el vaivén entre lenguaje y acción. –Si decir es hacer, es en términos de acto como hay que hablar del decir. Ahí reside la principal intersección con la teoría de la acción...” (Ricoeur, 1996, 21). La importancia asignada por el individuo a la percepción intersubjetiva es alta, –doy por sentado que cuando el individuo se presenta ante

otros tendrá muchos motivos para tratar de controlar la impresión que ellos reciban de la situación” (Goffman, 2001, 26).

La identidad se gesta a partir de la historia individual, pero también a partir de la situación actual, es decir desdobra un carácter dual en ese sentido. Por tanto se considera prudente hablar de deconstrucción o ajuste de identidad, más que de cambio o formación.

La identidad se construye a partir de mecanismos de autopercepción que se inscriben en el lenguaje, en el encadenamiento del relato, en el modo de narrarse a sí mismo y en las formas de narrar el entorno... La identidad se constituye a través del relato, al dar un orden (el de la trama) al conjunto de acontecimientos contingentes que conforman nuestra existencia” (Marcús, 2011, 110).

La identidad se crea en un contexto social e histórico, dinámico e interactivo del que participan los sujetos a través de la mayor mediación humana: el lenguaje. Así, se mira a la identidad como el entramado de características distintivas del individuo, cuya existencia ha sido forjada a partir de la relación con los otros y en cuyo seno se comparten patrones que en ocasiones se proyectan como una imagen (percepción y representación), determinan la personalidad y permiten la autorepresentación en la interacción.

–In the Internet era, the social world includes both the online and offline environments, and an important skill people need to learn is how to coordinate their behaviors in these two realms. Among other things, the Internet provides new resources and opportunities for identity production that can be used to overcome some limitations inherent in face-to-face situations” (Zhao et al, 2008, 1831). [En la era del Internet, el mundo social incluye tanto ambientes en línea como fuera de línea, y una habilidad importante que la gente necesita aprender es cómo coordinar sus comportamientos en estos dos reinos. Entre otras cosas, la Internet provee nuevos recursos y oportunidades para la producción de identidad que pueden ser utilizados para superar algunas limitaciones inherentes a las situaciones que se dan cara a cara].

En este sentido, internet, las redes y específicamente *Facebook* son por un lado: una herramienta más que se adhiere a las posibilidades mediáticas y comunicativas de los sujetos, y por otro, una disrupción revolucionaria por proveer un escenario, un *lebenswelt* mínimamente distinto –lo cual implica ya un cambio radical- a lo antes experimentado por las personas (salvo algunos nativos digitales).

–Identities are what we convince others to think of us as; it matters not whether that happens online or offline, or whether they are anti-normative or socially desirable” (Zhao et al, 2008, 1832). [Las identidades son aquello de lo que convencemos a los demás que piensen de nosotros; no importa si ocurre en línea o fuera de ella, o si son anti-normativas o socialmente deseables]. La identidad es representación individual y colectiva de lo que algo aparenta ser, y no es relevante desde la perspectiva fenomenológica si es más real o

imaginaria, más verdadera o falsa, lo relevante es que se experimenta lo que algo potencialmente es, ha sido y pretende ser en una ruta caleidoscópica sin fin.

Como antes se ha postulado en este trabajo, y otros autores clásicos han afirmado de diferentes maneras, la identidad es una construcción colaborativa entre el yo y la alteridad, y sólo en el marco situacional de cada faceta de la vida y de cada grupo de relaciones tiene sentido hablar de identidad. El aislamiento haría inútil tener una identidad e incluso imposible; las personas son similares, incluso iguales y diferentes a la vez. La identidad es el recurso para dotar de unicidad al individuo a pesar de lo que comparte con los demás.

—In contrast, in the digital reality, social networks for instance are platforms (as in the case of Facebook) that enable users to take advantages of networked affordances in order to construct, in informational terms, not only their identities but also to participate in the co-constructions of their networked contexts of communication” (Durante, 2011, 595). [En contraste, en la realidad digital, las redes sociales por ejemplo son plataformas (como en el caso de Facebook) que habilitan a los usuarios a sacar ventajas de los apoyos de la red con el objeto de construir, en términos de información, no sólo sus identidades sino también participar en las co-construcciones de sus contextos de comunicación en la red].

Estas ideas son muy similares a las del *lebenswelt* desplazado en Pineda (2013), ya que el entramado y trasfondo en el que tiene lugar la acción comunicativa no está definido previamente, ni establecido según parámetros que limiten -sin tomar en cuenta al individuo- las normas sociales. En estos nichos sociodigitales, lo que ocurre es un proceso no finalizado de construcción colectiva e individual del marco que posibilitará las ulteriores interacciones.

La identidad se juega entre la cooperación dual interna/externa de confianza: en uno mismo para estructurar un relato coherente y en la capacidad/voluntad de los demás, para entenderlo y respetarlo; y la tensión contradicción de narración controvertida: entre la verosimilitud del relato de un *self* según percibe, recuerda e interpreta, y el margen de duda razonable entre lo fáctico de un suceso (el relato de otros), enfrentados entre sí.

La identidad por tanto es un fenómeno dinámico y complejo en el sentido Moriniano, ya que emerge sólo a partir de procesos cooperativos/competitivos en condiciones privadas/públicas a partir de estados de consciencia/inconsciencia proyectando objetivación/subjetivación a un mismo tiempo y sin estar jamás finalizada.

Trasladando las regiones goffmanianas a las interacciones digitales, las redes sociales constituirían en sí mismas el escenario donde tiene lugar la representación del personaje por parte del actuante, mientras que los bastidores serían su vida presencial u offline, desde la cual accede a la escena digital cada vez que interactúa en el entorno online. También formaría parte del trasfondo escénico el tiempo dedicado a la configuración y actualización de la información que aparece en el perfil del usuario, antes de hacerla pública, y el tiempo que permanece conectado pero sin actuar, sino como mero espectador de las representaciones de otros personajes (Serrano, 2012, 8).

Las redes sociodigitales propician el desarrollo de habilidades y recursos para gestionar la identidad personal, en procesos relativamente sencillos de selección sobre lo que se quiere mostrar y lo que no, permite realizar atenuaciones y cambios que después podrán contrastar más o menos cuando se está en una situación de corporalidad física ante los demás. La congruencia percibida dependerá del grado de aproximación entre el yo digital y el yo presencial, pero más aún del tipo de relación con las personas, ya que no es lo mismo conocer a alguien vía ciberespacio y posteriormente reunirse con la persona, que la ruta inversa.

–The general and widespread use of information technology is, in fact, challenging our traditional way of thinking about the world and our identities in terms of stable and durable structures; they are reconstituted, instead, into novel forms” (Durante, 2011, 594). [El uso general y amplio de la tecnología de la información está, de hecho, desafiando nuestra tradicional forma de considerar el mundo y nuestras identidades en términos de estructuras estables y duraderas; en vez de ello, están reconstituyéndose en formas novedosas]. En el presente trabajo, se ha señalado la aguda transformación que han provocado las redes sociodigitales en las relaciones, la construcción de identidad, la producción de información y los marcos de pensamiento que modelan el mundo de vida para cada agente social.

Como se observa, son demasiadas las posibilidades que esta dinámica genera, es indudable que aún en lo más trabajado, fabricado y aparentado de un perfil digital, la persona irremediamente verá algo de su yo, pero como siempre ha ocurrido hay lugares inaccesibles a la propia conciencia que ahora es más fácil se manifiesten a través de estas ventanas digitales de riqueza identitaria.

#### *Elementos de identidad y universo subjetivo de los jóvenes*

Las personas poseen y desarrollan continuamente tres facetas distintas de identificación que incluyen su personalidad y constituyen su ser en tanto a individuos insertos en un entramado de existencia social. Esta instancia es amplia, inabarcable, procesual e inconmensurable, esto es debido a la imposibilidad de mirar a un mismo tiempo desde todos los ángulos existentes la identidad del individuo.

Por tanto, explorar la identidad es seguir rastros visibles, contemplar efectos no visibles y sintetizar lo aparentemente evidente con la narración del propio actor. En este caso se detallarán los rasgos identitarios de los jóvenes universitarios estudiados a los que objetivamente se ha podido tener acceso más las inferencias válidas en torno al fenómeno comunicacional digital. Es importante aclarar que al hablar de la identidad, no se refiere -al menos en este estudio- a la totalidad que configura a cada joven sino a una parcialidad (faceta) del ser de cada joven, una aproximación válida como relato abierto y no concluyente.

Las tres instancias en las que se enfoca el presente apartado, es en la autodefinición de los jóvenes, la definición de otros hacia ellos y cómo se asume, así como lo que dice de cada joven la opinión que expresan y se forjan de sus pares. Por supuesto que estas instancias se hibridan, coparticipan y esas implicaciones también serán observadas de aquí en adelante. Al hablar de autoimagen y heteroimagen, y a pesar de que los conceptos son distintos entre sí, existe una estrecha relación e influencia, ya que no hay identidad sin alteridad, y las construcciones del *self* son simultáneamente y desde un inicio individuales y colectivas.

### 3.2.1. Narración del self y ego

La autoimagen es la imagen que se tiene de uno mismo a partir de los elementos que el individuo tiene a su disposición para mirarse, conocerse y después relatarse.

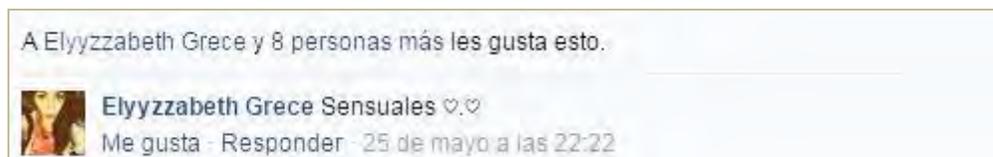
Por supuesto que la autoimagen está determinada en buena medida, por la relación simbólica, real e imaginaria con la otredad, es decir, con la idea que el individuo intuye y atribuye que sus congéneres más cercanos tienen de sí. Como es bien sabido, la sociedad, los otros, aparecen aún en lo más íntimo del imaginario de cada persona debido a que la vida se desarrolla en redes de interrelaciones que van formando la personalidad de cada individuo y le permiten construir una identidad multifacética en todos los casos.

While explicit identity statements often take the form of autobiographic descriptions given by the users, implicit identity statements can be found in the impressions “given off” by the users. For example, by selectively listing one’s affiliations with certain groups, activities, or hobbies, an individual is implicitly making an identity statement about him- or herself. Those online identity production strategies enable people to stage a public display of their hoped-for possible selves that were unknown to others offline (Zhao et al, 2008, 1820).

[Mientras los enunciados explícitos de identidad con frecuencia toman la forma de descripciones autobiográficas hechas por los usuarios, los enunciados implícitos de identidad pueden ser encontrados en las impresiones “dadas” por los usuarios. Por ejemplo, enlistando selectivamente las afiliaciones de uno a ciertos grupos, actividades o pasatiempos, un individuo está implícitamente haciendo una declaración de identidad sobre sí mismo. Esas estrategias de producción de identidad en línea habilitan a las personas a establecer una demostración pública de sus posibles personalidades esperadas que eran desconocidas para otros fuera de línea].

**Sujeto 1** – Su autoimagen está constituida de variados elementos, sin embargo, se destacan los preponderantes. Es una persona con un entorno familiar integrado y sólidas relaciones en general, le gusta disfrutar y se desenvuelve de forma confiada y respetuosa con los demás.

Su imagen física le agrada, se siente segura con su cuerpo y sin caer en la exacerbación del mismo, por el contrario, siendo mesurada, deja ver que se considera atractiva.



Le gusta divertirse, lo expresa abiertamente. Por su propia edad, parece lógico que le guste salir y beber, se relaciona de forma confiada y desenfadada con su hermano y amistades. Disfruta salir y platicar de esas convivencias sin reparo.

—Lo que somos, dice Ricoeur (1984), no es una cosa estática o una substancia, sino la expresión de nuestra existencia en forma narrativa (Polkinghorne 1988). La narrativa es según Ricoeur el recurso del que disponemos los seres humanos para hacer frente a la irrepresentabilidad del tiempo” (Polkinghorne citado en Bernasconi, 2015, 8).



Ha desarrollado fuertes vínculos familiares, esto le provee personalidad con autoestima elevada y confianza en sí misma. Por otra parte, se nota un alto sentido de apego a la familia y muestras de afectividad.

A Elyzzabeth Grece y 14 personas más les gusta esto.

-  **Elyzzabeth Grece** Me ganaste xD esq ni la edite juu  
Me gusta - Responder - 👍 1 - 28 de mayo a las 11:33
-  **Elizabeth Velazquez Sosa** Que lindas princesas  
Me gusta - Responder - 👍 2 - 28 de mayo a las 11:50
-  **Tania Jiménez** Jajaja esq te tardas mijaa XD siiii tan pequeñas tiaa 😄  
Me gusta - Responder - 👍 1 - 28 de mayo a las 12:03
-  **Lisha AJ** Cuantos añooooos 🙄🙄🙄🙄🙄🙄  
Me gusta - Responder - 👍 1 - 28 de mayo a las 14:23
-  **Elizabeth Velazquez Sosa** Uy ya llovio  
Me gusta - Responder - 👍 2 - 28 de mayo a las 14:25
-  **Elyzzabeth Grece** Jajaja teníamos tania u yo como 4 -5 años no?  
Me gusta - Responder - 👍 1 - 28 de mayo a las 14:40
-  **Roby Mtz** Haaayy que bonito:) jajaja ❤️  
Me gusta - Responder - 👍 2 - 28 de mayo a las 14:41
-  **Tania Jiménez** Como 3-4 porq robby no tiene el año y le llevamos 3 grece..!  
Me gusta - Responder - 👍 1 - 28 de mayo a las 14:42
-  **Elyzzabeth Grece** Ooh es verdad Roby Mtz era una bbe  
Me gusta - Responder - 👍 1 - 28 de mayo a las 14:48



Sus fotos de perfil la muestran en primer plano a ella sola, le gusta ser la protagonista de su biografía. Suelen ser imágenes que le favorecen, llamativas pero sobrias y agrega alguna frase original, que sutilmente refiere a su imagen. Le gusta mostrarse de manera que se le vea auténtica, creativa y natural. “El perfil de los individuos en las redes sociales, les sirve para recordar la imagen que están transmitiendo a los demás” (Bonet, 2015, 20).



En general, en sus fotografías, sus gustos musicales y sus comentarios hay una alusión constante a la sensualidad, lo atractivo; mostrado en relación a su gusto y autorepresentación.

- Trabaja en me veo en el espejo y digo acabroonn si existe la perfección ♡  
Desde el 1995 hasta la fecha
- Estudió en Universidad Lucerna

**Sujeto 2** – El peso de su autoconcepto es voluminoso y fuerte, en el sentido en que es de los temas recurrentes y en general, es a donde se traslada su atención, a sí misma y especial énfasis en su cuerpo. Se percibe un ligero afán de que le observen, de desplegarse, de estar presente en la conciencia de la alteridad.

Su mayor interés tiene que ver con una actividad deportiva: gimnasia. Se enfoca constantemente, se muestra preparada y le apasiona más que cualquier otro rubro. Aquí, más allá de ser su pasión esta actividad deportiva se puede encontrar el deseo latente de "estar en forma", propio de la modernidad líquida (Bauman, 2003).



Es evidente que le gusta ser el centro de atención en su entorno cercano y que además, está acostumbrada a ello. Esto se menciona sin juicio de valor alguno, no se considera inadecuado ni correcto, es una realidad en su forma de comportarse y relacionarse en su perfil de *Facebook*.



En *Facebook* el perfil y/o biografía desempeñan un papel preponderante, ya que como espejo muestra lo que en parte se es, lo que los demás pueden ver, pero también muestra al propio individuo cómo se ve en contexto, es decir, como una experiencia onírica en la que el yo se ve deambulando. El sujeto es capaz de auto-observarse en su forma de hablar (escribir), de opinar, de compartir, de sugerir, de definir sus gustos y más aún en la forma en que otros se dirigen a él. Es en términos de Ricoeur un auténtico *sí mismo como otro*.

Respecto a su cuerpo, es algo a lo que necesita referirse y tiene la fijación de autoevaluarse. Pareciera que está inconforme con su cuerpo, pero es un tanto engañoso, ya que su actitud la muestra estable y constantemente sube fotografías suyas que no mostraría una persona que no estuviera a gusto con su cuerpo. Por tanto, parece ser más el juego histérico<sup>7</sup> de una joven que busca ser reconocida y proyectar una imagen atractiva y a la vez de exigencia consigo misma.

---

<sup>7</sup> En todo sujeto histérico persisten, de manera más o menos invasora, los vestigios de una queja arcaica que se desarrolla sobre el fondo de una reivindicación amorosa referida a la madre. En efecto, el histérico se vive frecuentemente como *no habiendo sido suficientemente amado por el Otro...* La incidencia más manifiesta de esa relación desvalorizada con el objeto del deseo de la madre, se localiza en el nivel de la *identidad del histérico*. Esta identidad es siempre insatisfactoria, desfalleciente, en otras palabras, parcial, respecto de una identidad plenamente realizada, dicho de otro modo, *ideal*. De ahí provienen los esfuerzos tan vanos como insaciables, que despliega el histérico en su esfuerzo de realizar dicha identidad.

Muy tempranamente, Freud había llamado nuestra atención subrayando hasta qué punto *el histérico deseaba sobre todo que su deseo permaneciera insatisfecho...* Por lo mismo que lo que el histérico persigue está ordenado, ante todo, por esta identificación con el objeto ideal del deseo del Otro... Por tanto, no es sorprendente observar la extrema afición que el histérico presenta con todas las situaciones en que esta identificación imaginaria es susceptible de *ponerse en escena*. Aquí encontramos lo que habitualmente se conviene en llamar el *narcisismo fálico* de los histéricos... esta estrategia histérica interviene, pues, para *tratar de desbaratar la cuestión del tener, o sea, el encuentro inevitable con la falta*.

En nombre de ese ideal, parece evidente que el *afán de perfección* va a movilizar sin descanso a la mujer histérica. Se trata además, exactamente, de una exigencia en la relación con la perfección que, como es lógico, encontrará sus

A Jen Rosiecookie y 61 personas más les gusta esto.



Arianet Rodarte Muchos intentos xD te quiero Jen Rosiecookie 😊

Me gusta · Responder · 👍 1 · 29 de mayo a las 17:29



Jen Rosiecookie ya seee 😊 te quier más

Me gusta · Responder · 👍 1 · 29 de mayo a las 19:32



Alfonso Vera No manches pues cuanto pesas Jen Rosiecookie

Me gusta · Responder · 👍 1 · 29 de mayo a las 22:16



Jen Rosiecookie 44 😊 soy una obesa mil

Me gusta · Responder · 29 de mayo a las 22:17



Alfonso Vera Calmate para tu altura yo digo que estas baja

Me gusta · Responder · 29 de mayo a las 22:18



Jen Rosiecookie Si ya see, eso dice el doctor 😊 pero los doctores estan bien liquillos xD

Me gusta · Responder · 👍 1 · 29 de mayo a las 22:19



Alfonso Vera Jajaja no ma loquilla tu cuidate eres la mejor

Me gusta · Responder · 👍 1 · 29 de mayo a las 22:22



Jen Rosiecookie Gracias 😊 si ya me cuidare

Me gusta · Responder · 👍 1 · 29 de mayo a las 22:25

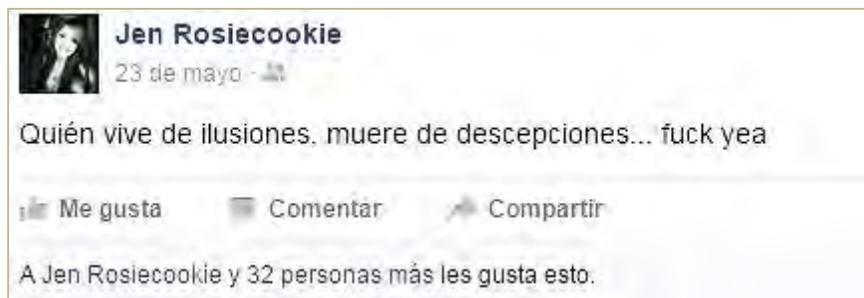
Aunado a la victimización y su supuesta inconformidad respecto a su cuerpo, es importante señalar que sabe usar las redes de forma sistemática, actualiza constantemente su perfil, entreteje contenidos con otras redes (*Instagram* en este caso) y publica imágenes/tópicos que en términos de popularidad (*likes*) generan impacto considerable.

---

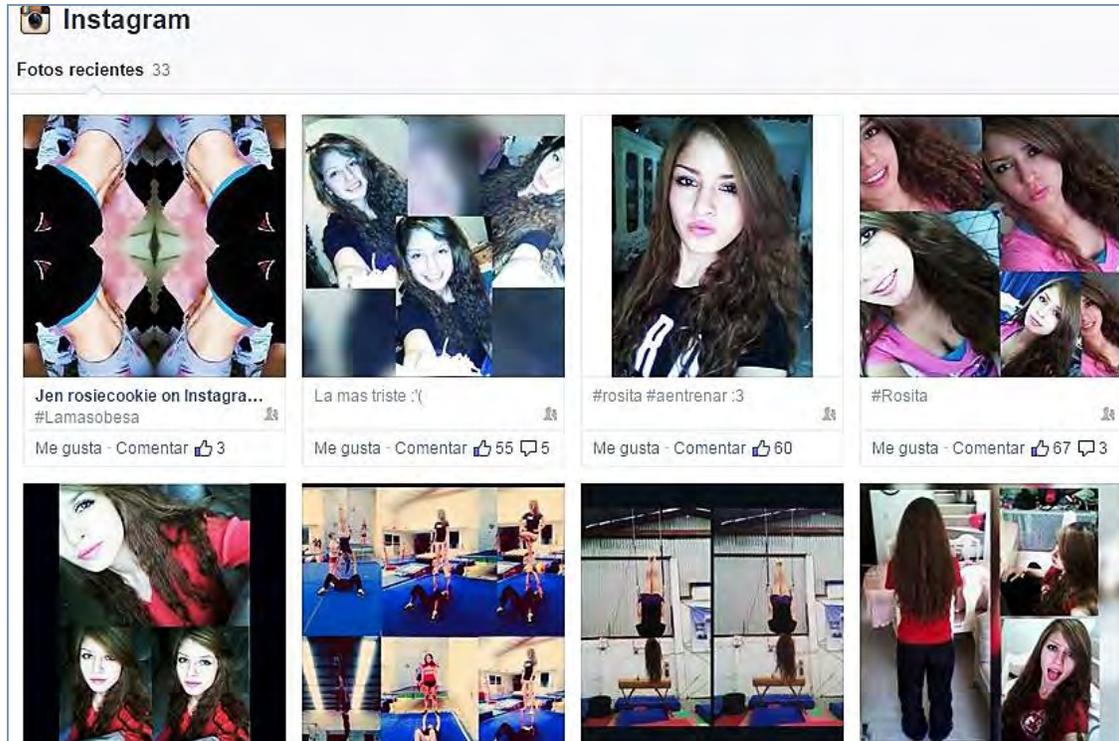
soportes privilegiados en ciertos estereotipos culturales e ideológicos, comenzando por la colusión entre lo *bello* y lo *femenino* (Dor, 2006, 94-95).



No deja de ser llamativo que utiliza frases en sus estados de *Facebook*, que se enmarcan en lo reflexivo con estilo coloquial y sencillo, relacionadas con sus momentos anímicos. En la información permanente de su biografía, vuelven a aparecer frases, reflexiones, minicuentos en notas. Se destaca esta información, ya que su *Timeline* es muy visual, poco analítico, por tanto, contrasta que aparezca esta faceta con un mínimo gusto lector; su actitud es pasiva, lee y comparte, no genera nuevo contenido.



Sus fotos de perfil regularmente y álbumes fotográficos la muestran a ella en primer plano, con imágenes editadas mínimamente, efectos que le permiten proyectarse de forma llamativa en busca de atrapar la mirada de su público; regularmente aparece haciendo ejercicio relacionado con la gimnasia que es lo que más interés le genera.



**Sujeto 3** – Su imagen física es tema tanto para él como para sus pares. La música es el tema más destacado en su actividad digital y está íntimamente ligada con su personalidad, es una persona emocional. En su de perfil desdobra su estado anímico en la relación texto-imagen.

Sus fotografías de perfil suelen estar producidas con efectos de intención artística. Son imágenes a las que se dedica tiempo, no son cualquier fotografía casualmente realizada. Se observa una caducidad rápida de fotografías, ganas de mostrar más, movimiento perpetuo.



La música, la lírica y sus estados de ánimo muestran su sensibilidad y orientación al anhelo de una relación y al enamoramiento. La música la aprehende como una forma de expresar lo que siente, así como relatar sus historias y momentos.

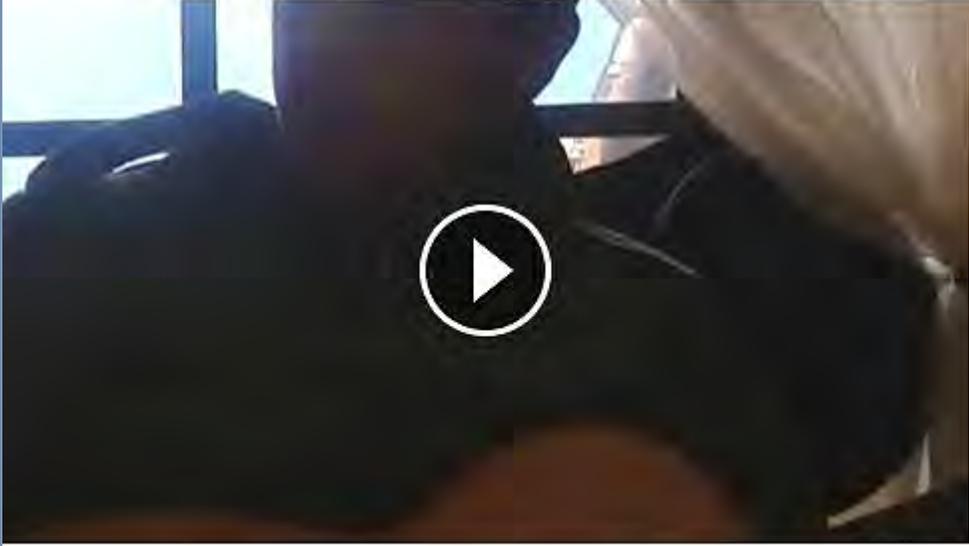
—La identidad del Yo corresponde entonces a aquel constructo que es activado por estas sucesivas prácticas de auto-narración” (Bernasconi, 2015, 8). Esa autonarración que se halla en las publicaciones de *Facebook* adopta nuevos formatos, relatos biográficos que no siguen estructuras tradicionales, con variedad de lenguajes, recursos multimedia y -en ocasiones- relativamente pocos signos, develan gran parte del pulso del *self* de los jóvenes.



Su afición a la música trasciende el rol de espectador, sabe tocar la guitarra, ha estado en una banda musical (rock), le gusta escucharla, componer y reproducir música. Practica de forma regular, es constante, se enfoca en mejorar y lo disfruta.

 **Diego Isaac Beltran Cuevas** ha subido un video nuevo.  
26 de septiembre a las 12:46 · 

Decidi dejar de esperarte y quererte me dare la oportunidad de querer a alguien mas.... pero gracias por seguir inspirandome a hacer lo que me gusta



 Me gusta    Comentar    Compartir

A 40 personas les gusta esto.

 **Mario Ivan Tellez** tokas perron carnal. ya nada mas falta q t animes a cantar""  
Me gusta · Responder · 26 de septiembre a las 16:40

 **Diego Isaac Beltran Cuevas** Jefeje eso de la cantada no se me da hermano ja  
Me gusta · Responder ·  1 · 26 de septiembre a las 17:06

También muestra orientación a salir a bares, ir a fiestas y convivir con sus amistades; divertirse en general. Por otra parte le gusta ejercitar su cuerpo (ya se ha reportado sobre el grupo “Nación Goliath”) y tiene como pasatiempo la crianza y peleas de gallos.



**Sujeto 4** – Es reservada, segura de sí misma, de pocas palabras, introvertida y con una mezcla de intereses entre lo común, lo de moda y algunos gustos más peculiares y que escapan de la norma. Esporádicamente llega a postear enlaces que connotan prácticas de consumo y aspiración en función de alcanzar su yo ideal.

No habla prácticamente de su imagen ni de su cuerpo, lo hace poco y por vías más espontáneas e indirectas, pero cuando lo llega a hacer, muestra alto grado de conformidad.

- 

[Lizbeth Ramírez Bueno](#) los esperaré Emoticono colonthree dile que lo ama su tía guapa Emoticono heart  
 Me gusta · Responder · 1 · [23 de mayo a las 11:59](#)
- 

[Lucy Delonge](#) si ya sabe que lo amo, jaja Emoticono smile  
 Me gusta · Responder · [23 de mayo a las 12:04](#)
- 

[Lucy Delonge](#) y tu también  
 Me gusta · Responder · [23 de mayo a las 12:04](#)
- 

En sus fotografías de perfil, sin buscar mayor exhibición o popularidad se muestra a ella en primer plano y en ocasiones con efectos visuales de duplicidad.



—Nuestras concepciones sobre nosotros mismos nos importan y esa importancia se construye sobre distinciones de valor” (Bernasconi, 2015, 4). Y en el proceso constructivo de esquemas de valoración, los valores que pondera cada individuo son asignaciones, colocaciones y posicionamientos dentro de un contexto comunicativo, dentro de un *lebenswelt*.

Se proyecta a sí misma como una chica sensible, que aunque no lo muestre o parezca, tiene una alta sensibilidad hacia la gente y los sucesos de su entorno cercano.



Le gusta compartir enlaces, imágenes y contenidos variados sobre posturas socioculturales que conllevan un posicionamiento de su parte y pueden incitar al debate o la difusión de ciertas expresiones culturales.

 **Lucy Delonge** a través de **Cultura Colectiva**  
12 de julio · 🌐

Amélie ❤️



**Cinco cosas que no sabías de Amélie - Cultura Colectiva**  
Si viste Amélie, seguramente tuviste una sensación de estar enamorado de París, del amor, de la música francesa y de la imaginación en la cinta dirigida por Jean Pierre-Jeunet. Este filme, galardonado como mejor guión original en los premios...  
[CULTURACOLECTIVA.COM](http://CULTURACOLECTIVA.COM)

 **Lucy Delonge** ha añadido una foto nueva.  
23 de septiembre a las 21:06 · 🌐



Si amas a alguien déjalo ir de pachanga.  
Si vuelve no es tuyo.  
Si no vuelve tampoco es tuyo.  
La gente no es de nadie.  
No mamen.

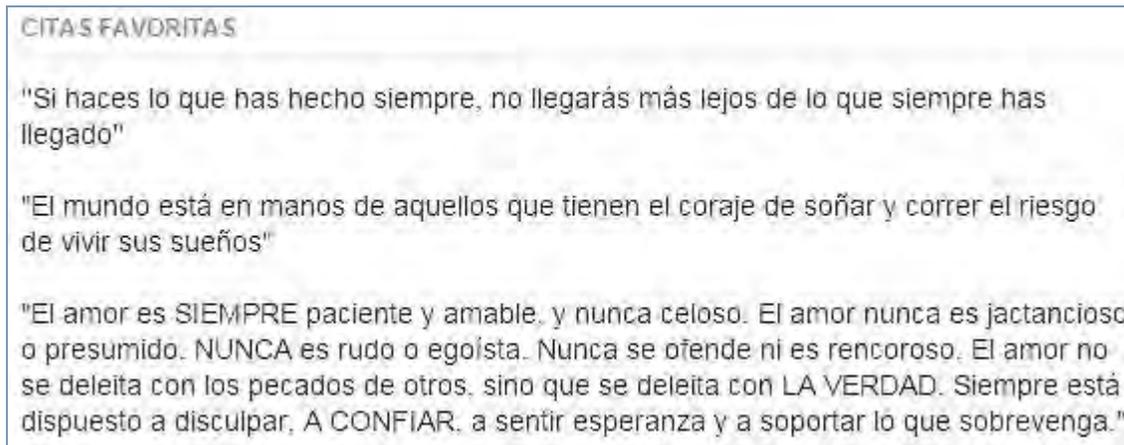
👍 Me gusta    💬 Comentar    ➦ Compartir

A Jen Rosiecookie, Jessica Moor y 12 personas más les gusta esto.

 **Lizbeth Ramirez** 🙌🙌🙌 😊  
Me gusta · Responder · 👍 1 · 24 de septiembre a las 9:43

 **Jen Rosiecookie** Muy bien dicho Lucy 😊  
Me gusta · Responder · 👍 1 · 24 de septiembre a las 9:54

La música forma parte importante de los contenidos que comparte en *Facebook* y es el género rock y alternativo lo que más le interesa. Por otro lado le atraen frases motivacionales, sencillas y profundas, lo cual es un reflejo de su personalidad: una chica firme, sobria y contenta.



**Sujeto 5** – Tiende a lo reflexivo, a construir pequeñas frases, ideas, a manera de consejos. Es una chica sensible, respetuosa, segura de sí misma y un tanto tímida. Gusta de crear expresiones de sí, sutiles e implícitas.

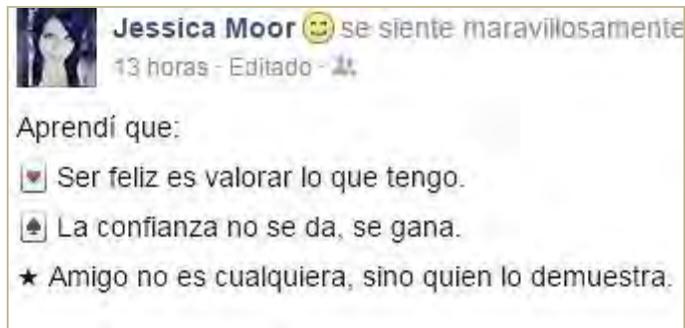
Es una joven que constantemente se autodefine y usa estados anímicos provistos por *Facebook* para enmarcarse temporalmente. Le gusta el autoconocimiento y explorar su *self*.



Es recurrente su afán de compartir frases con sentido optimista, lo hace sin dirigirse a nadie en específico, sino a un público en general; estas publicaciones no generan comentarios ni interacción regularmente.

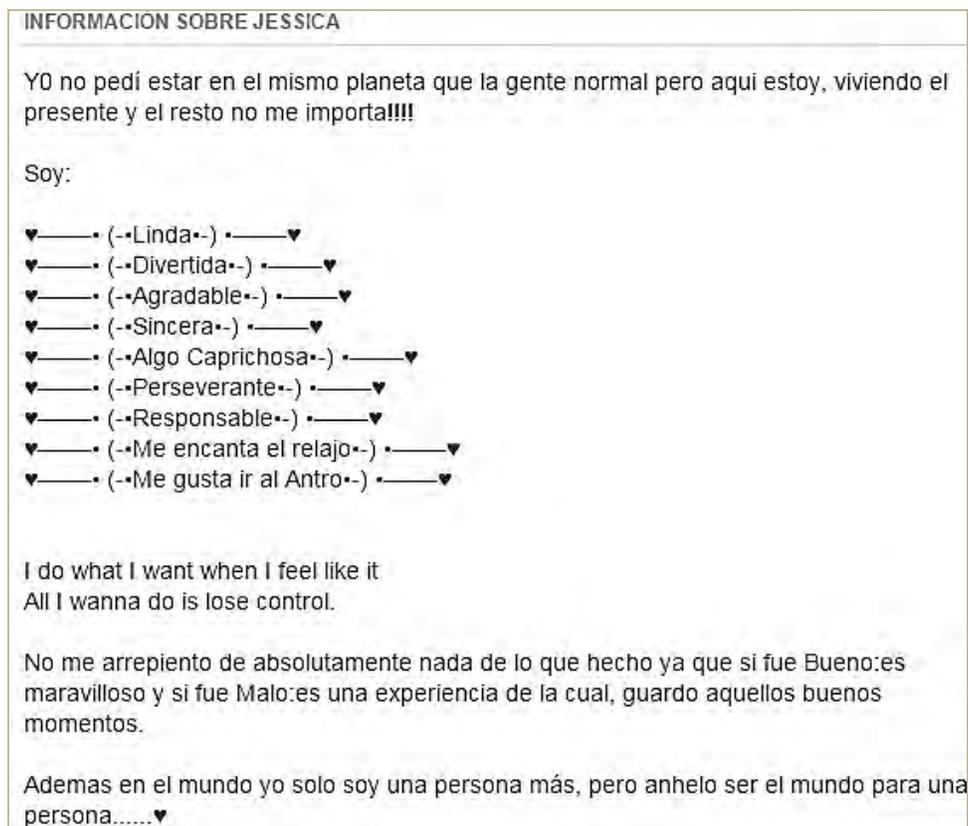


En ocasiones edita sus publicaciones, esto muestra el interés e importancia asignada a expresarse de manera que considera adecuada ante los demás, sea en forma o contenido.



Su orientación hacia el interior, es decir, a enfocarse en su yo, la lleva a definirse de forma abundante y explícita.

Al hablar del *self* se hace referencia a una categoría que alude al ejercicio auto-reflexivo mediante el cual el individuo se interpela a sí mismo, intentado responder en primera persona a la pregunta por su identidad” (Bernasconi, 2015, 3). Se trata de autoimagen, es decir, emergencia de representaciones que el individuo tiene de sí a partir del conjunto de elementos y factores, entre los cuáles se encuentran los otros y el mundo.





**Me gusta**

Todos los "Me gusta" 292 Películas Programas de TV Música Libros Equipos deportivos Atletas Personas Más

	<b>Clinica Psicoanalitica Losange</b> Causa Me gusta		<b>Centro de Estudios Especializados - Psicología</b> Escuela Me gusta
	<b>Memes Intelectuales</b> Comunidad Me gusta		<b>Memes de psicología</b> Comunidad Me gusta
	<b>Brinquito Hipster Brinquito</b> Personaje público Me gusta		<b>Pink Floyd México FanPage</b> Comunidad Me gusta
	<b>Arte, erotismo y perversión.</b> Artista Me gusta		<b>Inocente Pecado Café</b> Comida y restaurantes Me gusta

Referirse a autores relacionados con ciencia, arte o literatura, citarlos y emitir alguna opinión, es algo que disfruta y siente que le define y diferencia de los demás.

**Giovaz Lopez**  
15 de septiembre a las 18:33

"No le cuenten nunca nada a nadie. Si lo hacen, empezarán a echar de menos a todo el mundo."  
El guardián entre el centeno - J. D. Salinger

Me gusta Comentar Compartir

A ti, Ivonne LOove LooVe y 24 personas más os gusta esto.



Muestra actitudes curiosas, desenfadadas que contrastan con su postura por momentos de seria intelectualidad, ya que se nota una faceta lúdica y propia de jóvenes o adolescentes. Por otra parte le gusta ser crítico y reconoce cabalmente sus limitadas habilidades sociales.

**Giovaz Lopez**  
25 de septiembre a las 14:22 · 🌐

Facebook siempre golpeando en el ego xDD

**- Tú buscando libros para impresionar a las chicas**



**-Mientras tanto la chica que te gusta**



👍 Me gusta    💬 Comentar    ➦ Compartir

A 31 personas les gusta esto.

- 

**Francisco Lopez** Yo esperaba darte de regalo de graduación cual es la prisa  
Me gusta · Responder · 👍 1 · 30 de mayo a las 14:27
- 

**Martha Ferrera** 😬  
Me gusta · Responder · 30 de mayo a las 18:55
- 

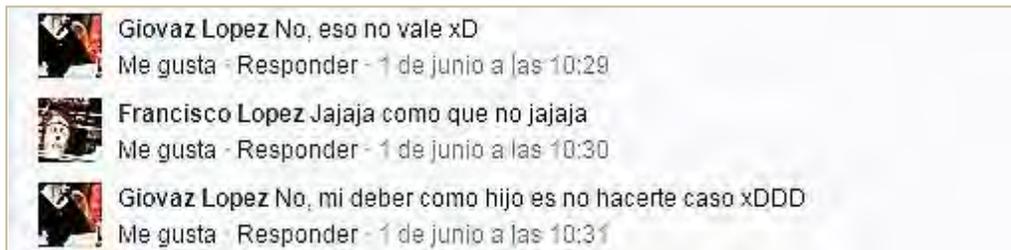
**Eduardo Lopez** Francisco Lopez dale a ese niño para su tatuaje  
Me gusta · Responder · 👍 1 · 31 de mayo a las 22:23
- 

**Francisco Lopez** Ta wueno ya anda y ven el jueves  
Me gusta · Responder · 31 de mayo a las 22:36
- 

**Francisco Lopez** Hay estos chamacos de hoy jejeje  
Me gusta · Responder · 31 de mayo a las 22:36
- 

**Giovaz Lopez** Sí, hazle caso a tu hermano xD 😊  
Me gusta · Responder · 1 de junio a las 10:23
- 

**Francisco Lopez** Tu haz le caso a tu padre que te decía que eso no es bueno para ti jajaja



Tiende a enfocarse mucho en su singularidad, en que no encaja con la mayoría y esto, implícita e inconscientemente, considera que debe ser atractivo hacia los demás. Lo paradójico es que cuando un individuo se desmarca de determinada mayoría, lo hace para automáticamente pertenecer e identificarse con otros grupos; en este caso de gente intelectual y/o con orientación académica.

—Así, vemos que las redes sociales son utilizadas para crear un autoconcepto ideal, lo que los autores del interaccionismo simbólico denominan asimilación, que explica el proceso *que se genera en el individuo cuando se identifica con un grupo y quiere imitar o poseer las características de sus participantes*” (Goffman citado en Bonet, 2015, 19).



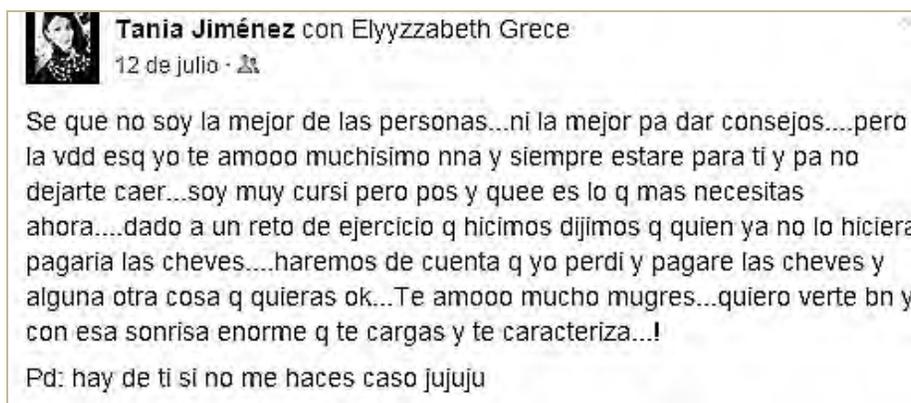
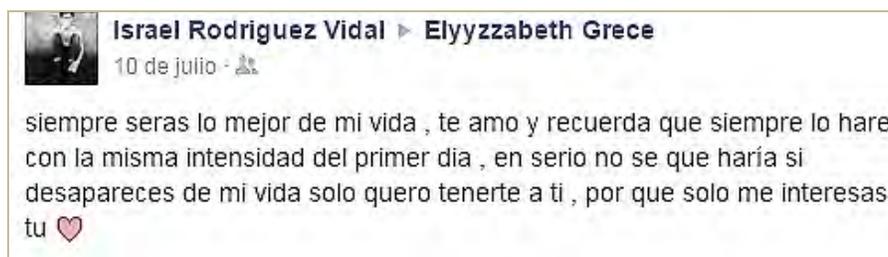
### 3.2.2. De persona a personaje: reputación

*Facebook* es una red importante ya que permite la visibilización de los jóvenes, la autopromoción, que requiere de aparición sostenida y orientada a causar determinada impresión en los demás. De ahí que a pesar de que cada vez más adultos ingresan a *Facebook* -y esto provocó la migración a otras redes de algunos jóvenes, principalmente adolescentes- sigue siendo un nicho digital que promueve la socialización, la exaltación de la imagen, la producción de información, el esparcimiento y la perpetuación de una parte del yo.

De este modo, la construcción de la identidad personal en las redes es considerada un "producto social". Floridi (2012), a partir de la idea de Foucault sobre las "tecnologías del yo" (*technologies of the self*), utiliza el término de "*Social-self*", para referirse a esta identidad especialmente creada para atraer a las otras personas. En definitiva, la identidad *online* es algo mucho más complejo que una mera suma de "elics" (Durante, 2011).

**Sujeto 1** – Sin duda, de forma general, la imagen que de ella tienen sus principales amistades y familiares es favorable. Le muestran aprecio y le reconocen cualidades con vehemencia. Los recuerdos con familiares y amigos son sustanciales, ya que se reviven con imágenes y comentarios; esto tiene trascendencia en quien es ahora y la preservación de esas relaciones.

Debido a su sensibilidad tiene su lado vulnerable, parecía tener novio, aunque no lo especificaba en su perfil, sin embargo, había comentarios implícitos y una declaración manifiesta de un chico; se identificó un momento de tristeza relacionado con una ruptura o decepción amorosa.



—La pérdida de control sobre los marcos de interpretación de los mensajes publicados, acentuada por el hecho de que estos permanecen en el tiempo, fue una de las críticas más certeras de los primeros estudios. No obstante, actualmente también se perfilan aspectos positivos de ese carácter imperecedero. Hay autores que consideran que esa permanencia en el tiempo favorece la auto-reflexión (a partir de la re-lectura). De hecho, podríamos decir que se comienza a consolidar la idea de una “identidad co-construida y narrada”. Co-construida porque es fruto de la interacción colectiva/grupal. Narrada porque se construye de forma diacrónica. El self se va renovando/actualizando constantemente y, de alguna manera, las redes sociales digitales propician así una mayor concienciación de la visibilidad de nuestra identidad personal. Floridi (2012) utiliza la expresión de “identity as a work in progress” o Cover (2012), siguiendo a Judith Butler, hablar de la “performative identity” (Huertas y Peñafiel, 2013, 6-7).



**Ismael Serranvelaz** ▶ Elyzzabeth Grece

12 de julio · Editado · 👤

Sister se q t regaño y t regaño pero es para q aprendas y que t hagas más fuerte.. Se q eres sensible y muy especial.. Pero no permitiré q t hagan sufrir ni t traten mal hermana vales un chingo y te mereces siempre lo mejor... Y yo esta a tu lado en todo momento.. Te adoro hermana en las buenas y en las malas estaré contigo chaparra!!!! Y a sonreír q el show debe de continuar 😊😊😊

👍 Me gusta    💬 Comentar

A Elyzzabeth Grece, Viry Razo y 5 personas más les gusta esto.



**Elyzzabeth Grece** Gracias macizo juro q todo será para bien y muchas gracias loooovv uu pulgoso

Me gusta · Responder · 👍 1 · 12 de julio a las 22:38

El cariño que le expresan sus familiares y amistades es evidente, con profunda devoción, siempre con halagos, mimos y ella corresponde de forma amorosa y respetuosa. Esto denota que fuera de la red es una persona solidaria con su gente cercana y alguien que se da a valorar por su nobleza y simpatía.

Te adoro mi fifi hermosa 😊

Me gusta Comentar

A Elyzzabeth Grece y 2 personas más les gusta esto.

 **Elyzzabeth Grece** Yo t adoro mucho más hermanita ❤️



Me gusta · Responder · 👍 2 · 12 de julio a las 19:34

 **Angiië Serrano** Años esa foto

Me gusta · Responder · 12 de julio a las 19:35

 **Elyzzabeth Grece** Siiii en año nuevo juju

Me gusta · Responder · 12 de julio a las 19:36

 **Uriel Trujillo** ➤ **Elyzzabeth Grece**

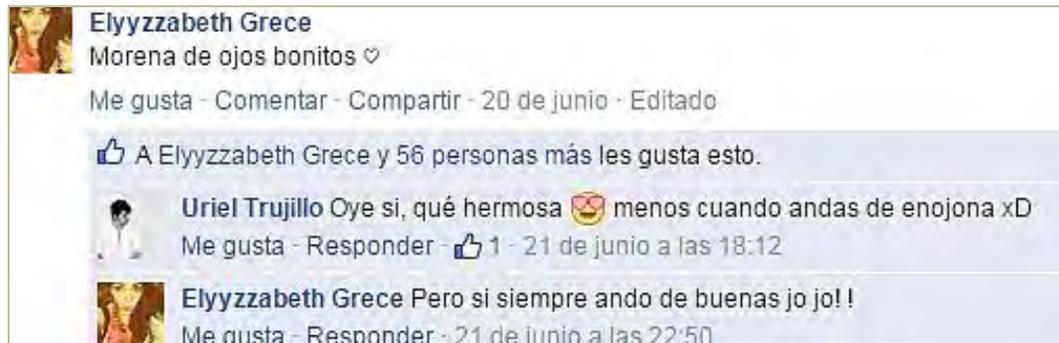
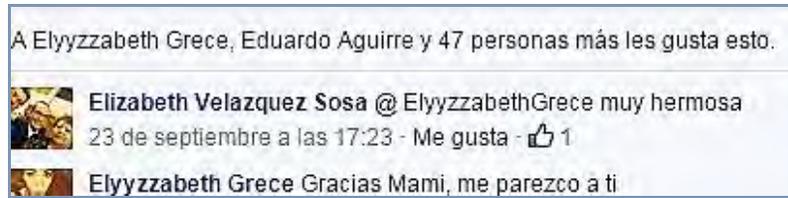
23 de septiembre a las 23:37 · 📍

Creíste que podría enojarme contigo??? Estás mal xD  
 Como te dije ese día que según te enojaste conmigo; nos amamos demasiado como para enojarnos uno con el otro, porque aunque nos tratemos de la goma, siempre estamos apoyándonos.  
 Te quiero, cara de gatote! Pecosa, "morena", y cien cosas más jaja 😊

Me gusta Comentar

A Patricia Pujol, Elyzzabeth Grece y 2 personas más les gusta esto.

En varias ocasiones recibe comentarios favorables que destacan su forma de ser e igualmente su belleza física, cuestión que abona a su autoestima.



**Sujeto 2** – Sus acciones denotan un esfuerzo razonable para tratar de aparecer atractiva y agradable hacia los demás; mayoritariamente logra que sus amistades aprecien su compañía, la consideren importante y la admire gente no tan cercana, en especial en el aspecto físico.

Varias personas le saludan, buscan dialogar, iniciar interacción, crear contacto con ella, es decir, es una persona solicitada en su página de *Facebook*. Esto confirma que otras personas ven en ella alguien atractiva para relacionarse socialmente y así conseguir notoriedad; la ven como baluarte de popularidad.





–Nothing is too small, irrelevant or indeed private to be left unsaid; anything can contribute to the construction of one’s own personal identity, and everything may leave a trace somewhere” (Floridi, 2012, 272). [Nada es demasiado pequeño, irrelevante o tan privado para dejar de decirlo; cualquier cosa puede contribuir a la construcción de la propia identidad personal, y todo puede dejar un rastro en cualquier lugar].

Por el tipo de fotografías que llega a publicar, causa impresiones de sorpresa principalmente en hombres, ya que la consideran físicamente atractiva. Ella no parece buscar de fondo eso ni exagera los piropos que recibe, aunque tampoco le incomoda causar esas reacciones; por otra parte le reconocen –quienes comprenden de gimnasia- su talento y desempeño en gimnasia y porras, a partir de los videos que sube y por la gente con quienes de hecho practica (*offline*) y luego se comenta a partir de fotografías.

[Ricky Gutierrez](#) ssssss carajo!!!

19 de julio a las 23:13 · Me gusta



[Ronald Kibut](#) super strong princess with wonderful eyes ,sweet smile and wonderful long hair

20 de julio a las 12:16 · Me gusta



[Yarely Luna](#) Te van mejor los chinos !!

20 de julio a las 18:51 · Me gusta · 1



[Jen Rosiecookie](#) O muchas gracias

20 de julio a las 20:32 · Me gusta



[Arte De J. Hiram Nuñez Ochoa](#) Bellísima

20 de julio a las 21:38 · Me gusta



[Rosa De Lima Gonzalez Lopez](#) Se te ve muy padre



21 de julio a las 10:36 · Me gusta

A Jen Rosiecookie y 89 personas más les gusta esto.



[Hector Smac](#) Muy bien solo un poco mas jala tus brazos 😊

Me gusta · Responder · 19 de mayo a las 22:29



[Jen Rosiecookie](#) Si 😊 eske fue el primero xD

Me gusta · Responder · 19 de mayo a las 22:29



[Hector Smac](#) Tu muy bien nna 😊 3res increíble ;p

Me gusta · Responder · 19 de mayo a las 22:30



[Jen Rosiecookie](#) Gracias 😊 tu igual eres increíble 😊

Me gusta · Responder · 19 de mayo a las 22:32



[Hector Smac](#) Naaaa ni tanto mas tu 😊 Jen

Me gusta · Responder · 19 de mayo a las 22:38

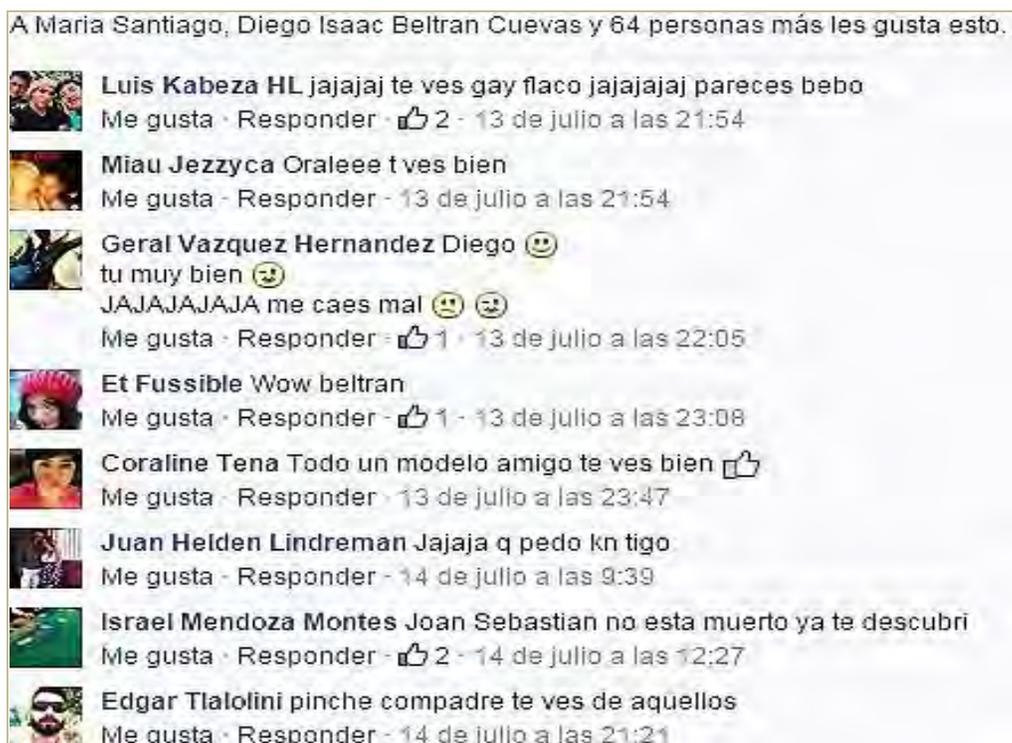
No faltan las muestras de cariño por parte de personas que se pueden considerar cercanas a ella, posibles amistades, además de la atención a sus estados de ánimo y

situaciones; esto la muestra como una joven que socializa sana y favorablemente de manera que logra crear lazos afectivos.



**Sujeto 3** – Es un joven buscado por sus amistades y contactos. Causa interés con sus actividades, principalmente su música, le ven como una persona interesante en general y en particular para diversión (ir de fiesta). Su físico también es motivo de comentarios e interés. Su forma de actuar connota agrado por compartir con los demás y tendencia a hacer catarsis con los otros sobre sus intereses y asuntos sentimentales.

Es muy clara la tendencia de referirse a su físico -cada que publica una foto- con frases de halagos por parte de las chicas o de burlas (amistosas) de los chicos. Esto deja ver de forma latente que los demás sienten confianza al relacionarse con él.



Forma parte del estado de ánimo de otras personas e influye en él, lo ven como alguien carismático con quien es agradable platicar y estar. Esto muestra que es una persona integrada socialmente y empática. También le llegan a expresar afecto explícitamente.



 **Esme Looliss Ruiz** ▶ **Diego Isaac Beltran Cuevas**  
15 de septiembre a las 18:01 · 🌐

Chiquii.. ♡♡  
Buenaas TarDees..  
Cdt.. Tee Quieroo...  
((Gracias Porr El Aguuua))  
😁

👍 Me gusta    💬 Comentar

A Diego Isaac Beltran Cuevas le gusta esto.

 **Diego Isaac Beltran Cuevas** Jejejeje tambien t quiero ♡.  
De nada ..... jejeje  
Me gusta · Responder · 👍 1 · 15 de septiembre a las 18:04

 **Esme Looliss Ruiz**



Me gusta · Responder · 15 de septiembre a las 18:05

Le suelen buscar en su muro, con intención de mantener un contacto que les permita ser parte de su círculo y muestran interés en él y sus problemáticas.



Reconocen su talento musical y le alientan a seguir progresando en su técnica. Esto indica que es una persona a la que sus más allegados toman en serio y conocen sus capacidades, ya que han vivido y compartido esa faceta de su vida.

 **Diego Isaac Beltran Cuevas** ha compartido el video de Alexis Real.

26 de septiembre a las 9:08 · 



**Alexis Real** con Diego Isaac Beltran Cuevas

29 de agosto a las 21:58 · Editado · 

#perdiendoeltiempo #nomelase

 Me gusta    Comentar    Compartir

A 11 personas les gusta esto.

 **Beltran Alan A** A no manchen esta muy chida esa rola

-  **Tania SF** tocas muuuuy bien felicidades  
 Me gusta · Responder ·  1 · 26 de septiembre a las 22:13
-  **Diego Isaac Beltran Cuevas** Muchas gracias amiga t mando un abrazo  
 Me gusta · Responder ·  1 · 26 de septiembre a las 22:45
-  **Brenda Hernandez** Excelente Amigo   
 Me gusta · Responder · 26 de septiembre a las 23:24
-  **Diego Isaac Beltran Cuevas** Gracias amiga t quiero :-):-):-)  
 Me gusta · Responder ·  1 · 26 de septiembre a las 23:25
-  **Ricardo de Leon** Es la que me dijiste que estas componiendo?  
 Me gusta · Responder · 17 horas
-  **Diego Isaac Beltran Cuevas** No hermano esta es de pink  
 Me gusta · Responder ·  1 · 17 horas

**Sujeto 4** – Es una joven muy valorada por su familia, en especial por su madre, la ven con aprecio sus amistades, como alguien valiosa y a quien procurar. No hay muchas referencias a ella, no es tan popular ni tan sociable, la poca gente que le busca lo hace de forma auténtica.

Su madre le comparte imágenes con reflexiones sobre la importancia de ser ella misma, le muestra implícita y explícitamente apoyo total a sus decisiones. Se nota un fuerte vínculo femenino en su relación, de lucha, soporte emocional y solidaridad. No está explícito, pero todo indica la ausencia de padre y esto estrecha más la relación madre-hija.





Las pocas veces que le escriben o se dirigen a ella, lo hacen con respeto y cariño. Esto denota que es una persona reservada, de bajo perfil, pero segura y selectiva, no persigue notoriedad con sus publicaciones, prioriza la calidad por encima de la cantidad; sus relaciones *offline* tienen más peso y la red la usa de forma limitada como herramienta para sus intereses.



El “self en sí mismo no deriva de su poseedor, sino de la escena completa de su acción”, afirmó (Goffman, 1959, 252). Y es que cuando las personas se presentan unas a otras, no están mostrando su “yo interno”, sino su faceta social, encarnando un personaje, tal y como lo hace un actor al ejecutar una pieza dramática. Con esta metáfora dramática se considera el elemento expresivo de la vida social como recurso para el manejo de impresiones.

1. ◊ A [Jen Rosiecookie](#) y 4 personas más les gusta esto.

◊ **Comentarios**

◊



[Jen Rosiecookie](#) Son las mejores del mundo mundial mundialista jajaja hoy no mas xD jajaja

[Me gusta](#) · [Responder](#) · 1 · [10 de julio a las 22:21](#)



[Cynthia Balderas](#) Jajajajajajajajaja xD no ma porque estamos lejos!? Jaja

[Me gusta](#) · [Responder](#) · [10 de julio a las 22:22](#)



[Jen Rosiecookie](#) Jajaja no ma les digo algo jajaja apenas me di cuenta lo que doxo lucy xD jajaja no maaa la mas tonta,si tan solo no vivieran lejos y donde te dicen de cosas Emoticono cry

[Me gusta](#) · [Responder](#) · [10 de julio a las 22:24](#)



[Lucy Delonge](#) Jajaja las quiero Emoticono colonthree

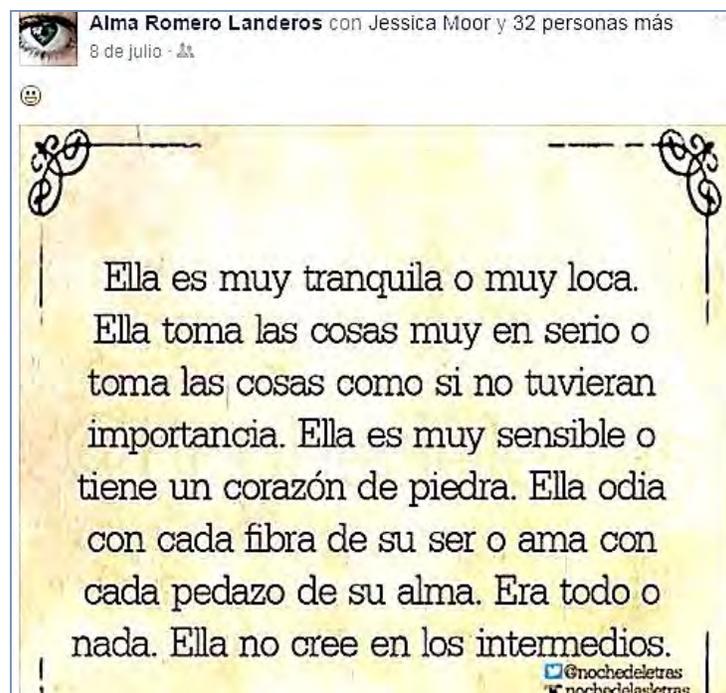
[Me gusta](#) · [Responder](#) · 1 · [10 de julio a las 22:24](#)

**Sujeto 5** – Es una joven reflexiva, con actitud positiva y perseverante. No es prácticamente solicitada ni buscada, no muestra su físico, es introspectiva y sus amistades son similares; su actitud indica que está contenta y conforme con su forma de ser, aunque su nivel de socialización es limitado y eso la inquieta, ya que inconscientemente expresa ideas y sensaciones propias en busca de generar atención en los demás.

Tiene grupos de conocidos y algunas amistades de sus compañeros de trabajo que publican y la incluyen pero no suele haber diálogo ni expresiones directamente hacia ella, sino sólo de forma general, impersonal, junto a varias personas.



Una amiga suya, sin necesidad de palabras ni mención directa conoce uno de sus gustos predilectos, a saber: la Torre *Eiffel*, y le comparte imágenes de dicha insignia. Esto connota que esta amiga le aprecia, ya que la tiene presente en su navegación por la red y se toma el tiempo de publicarle imágenes, es decir, la joven es valorada, genera pocos lazos sociales pero cercanos y de calidad.



**Sujeto 6** – Este joven es visto de forma favorable y con cierto dejo de admiración por su círculo cercano. Su personalidad peculiar y sus esfuerzos por remarcarla le permiten que los demás lo valoren como alguien especial y distinto. No llega a ser sociable, buscado ni popular, mas sí tiene interrelaciones amenas con algunos amigos y con su familia.

Sus propias autorreferencias propician la participación de sus contactos respecto a sus habilidades sociales y sus relaciones amorosas, donde le consideran poco hábil, pero valoran su originalidad e incluso ponderan su culto al intelecto antes que el placer del cuerpo y se divierten con su proyección enunciada.



—Facebook users may emphasize or even exaggerate the part of their possible selves that are socially desirable but not readily discernible in brief offline encounters, such as

one's character, intelligence, and other important inner qualities" (Zhao et al, 2008, 1821). [Los usuarios de Facebook pueden enfatizar o incluso exagerar la parte de sus posibles personalidades que son socialmente deseables pero no fácilmente discernibles en encuentros breves fuera de la red, tales como el carácter de uno, la inteligencia u otras cualidades interiores importantes].

Esta apreciación tiene relación con la premisa de este estudio: los jóvenes buscan decir quiénes son, gritarlo metafóricamente. Pero ¿qué sentido tendría la redundancia de expresar lo visible de lo que uno es? Puede haber dos grandes motivos que en ocasiones se fusionan, quieren expresar su autoimagen a cierto público que no los conoce lo suficiente en el entorno *offline* para saber lo que a manera de novedad comunican, o, y este aspecto es crucial, quieren comunicar lo que consideran que no es evidente de su *self* e inconscientemente para ellos es fundamental que otros lo sepan, especialmente gente cercana de su entorno *offline*; es un afán de certeza y control sobre la modelación de su heteroimagen.



### 3.3.3. Opinión de los alteres

No sólo se expresa la identidad a partir de estos espacios tan propicios para la presentación del *self* y su respectiva retroalimentación en cibercomunidad, sino también se modela, se construye, deconstruye, afirma, niega y fluye. Analizar esto es sustancial para la lógica de la identidad territorializada en el ciberespacio y más aún en su carácter abierto, dialógico, como relato inconcluso, social y determinante transitorio.

En el mundo digital la construcción del contexto no está dada ni establecida por completo y es menester mapear (académicamente) la significancia de las interacciones digitales y sus efectos en la autoproducción del individuo y el ciberespacio, como relación parasitaria entre sistema y macrosistema. Si importa el valor que uno mismo y otros asignan al *self*, es problemático y necesario estudiar las referencias dadas en *Facebook*, entre las que destacan la opinión que los jóvenes expresan de la otredad; lo que el individuo piensa y dice de los demás aporta información valiosa de su propio *self*, de sus valoraciones y afectos.

**Sujeto 1** – Esta joven suele ser cariñosa y afable con sus amistades y familiares, tampoco faltan las bromas y juegos de lenguaje. En términos generales expresa conformidad y satisfacción respecto a sus pares. Es importante precisar que suele ser buscada, ella reacciona recíprocamente a las muestras de cariño de los demás, pero no inicia ella estas declaraciones.

Procura a sus amistades, valora el tiempo que ha compartido con personas, la solidez de sus relaciones. Reconoce a los que considera personas especiales en su vida y pondera su incondicionalidad.

 **Elyzzabeth Grece**  
29 de mayo · 🌐

Diana Roxio Luna miraa ♡ por 14 años d amistad

**21 cosas que solo sabes si han sido mejores amigas por más de 10 años**

Un toque fresco de noticias, entretenimiento, moda, belleza, estilo de vida, libros y todos los temas que preocupan a las mujeres.

[WWW.UPSOCL.COM](http://WWW.UPSOCL.COM)

A Patricia Pujol, Elyzzabeth Grece y 2 personas más les gusta esto.

 **Elyzzabeth Grece** Siempre estaré contigo; eres de las pocas personas q vale la pena estar a su lado t amo cara de perro 😊 x siempre

Me gusta · Responder · 23 de septiembre a las 23:41

Expresa afecto por sus familiares y amistades de manera abierta y auténtica. Esto muestra que es una persona capaz de mostrar sus emociones sin ningún reparo.



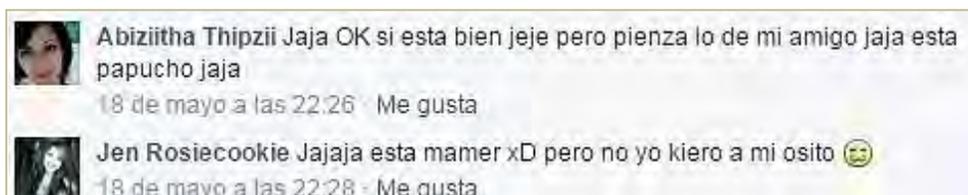
**Sujeto 2** – Suele dirigirse a sus amistades con aprecio. En algunos casos expresa afectividad de forma más vehemente y regularmente la buscan a ella, propician sus pares la interacción y ella corresponde con la gente que considera cercana. La chica muestra indiferencia en algunas ocasiones que se dirigen a ella, con esto se infiere que distingue selectivamente entre sus amistades y los simples contactos.

En ocasiones, cuando es solicitada o le emiten mensajes, no contesta y sólo da *like* y en otras, platica con ellos (cuando suelen ser amigos o más cercanos) recordando sucesos, expresando aprecio, reconociendo extrañarles o planeando encuentros.



No hay interacciones directas visibles con su pareja, sin embargo, asegura tener novio y las pocas referencias que hace de él, muestran que tiene cierto sentido de lealtad y respeto por la relación, además de priorizar la forma de ser antes que el físico.





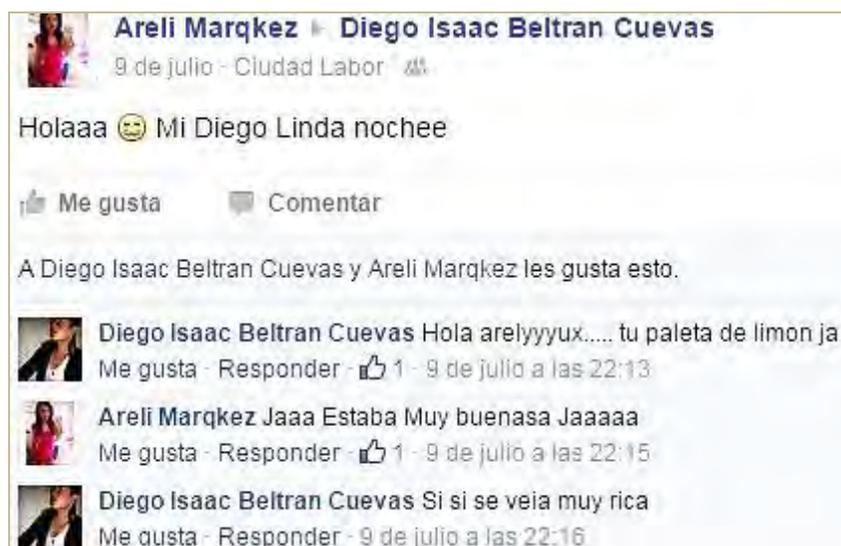
Con algunas amistades (de la universidad) muestra alta orientación a la relación, además de mostrarles afecto de forma lúdica. Se identifica que la joven tiene intereses en común con ellas y forma grupos amistosos a manera de alianzas para enfrentar la cotidianidad escolar. Para ella la universidad es un espacio principalmente de esparcimiento, de diversión y convivencia con sus amigas. Por otra parte estas alianzas tienen que ver con los conflictos y diferencias -propios de las relaciones- que tiene con otros compañeros universitarios.





**Sujeto 3** – Su proceder hacia los demás es afectuoso y de implicación, ya sea en proyectos (musicales), grupos informales (Nacion Goliath/ gimnasio) o relaciones amistosas. Concibe a su gente cercana como soportes emocionales y gente en la que se puede apoyar; se dirige a los demás de forma lúdica, desenfadada pero con respeto.

En algunas ocasiones el joven les responde con misma afectuosidad a los comentarios o contactos que recibe y en otras no responde ni asiente con *like*.





Con facilidad expresa sus sentimientos y comparte dilemas emocionales. A sus amistades más cercanas las llega a equiparar con familia, calificativo que muestra su capacidad de arraigo a la gente y su entrega emocional.





Gusta de participar con sus amistades de eventos, experiencias y esparcimiento, además posteriormente recordarlos a través de registros fotográficos. Esto connota que el joven atribuye importancia a las vivencias con los demás y le alegra reconocer abiertamente esos momentos que percibió como agradables.



**Sujeto 4** – Su postura hacia los demás es variada, en algunos casos de simple cortesía, en otros de afecto e interés en la relación y en ocasiones de profundo cariño. Casi no se expresa sobre sus pares, pero cuando lo hace es marcada su actitud alegre y cercana con quien considera amistad y cordial pero sobria con quien no. Se nota una persona independiente, poco sujeta y mínimamente orientada a pretender la atención de los demás.

Muestra emoción y amor por su sobrino de aproximadamente 3 años, dialoga respecto a él con otros familiares y gran parte de su atención está posada en él. A su vez su expresividad y ternura se exagera al tratarse de su sobrino.



[Diego Julián](#) ¡Es hermoso! :')

[Me gusta](#) · [Responder](#) · [1](#) · [23 de mayo a las 9:35](#)



[Lucy Delonge](#) lo sé :) es muy lindo mi pequeño

[Me gusta](#) · [Responder](#) · [1](#) · [23 de mayo a las 9:36](#)



[Gabitha Marley](#) Guapo Ian....

[Me gusta](#) · [Responder](#) · [23 de mayo a las 10:10](#)



[Lizbeth Ramírez](#) Precioso gordito Emoticono colonthree

[Me gusta](#) · [Responder](#) · [23 de mayo a las 11:01](#)



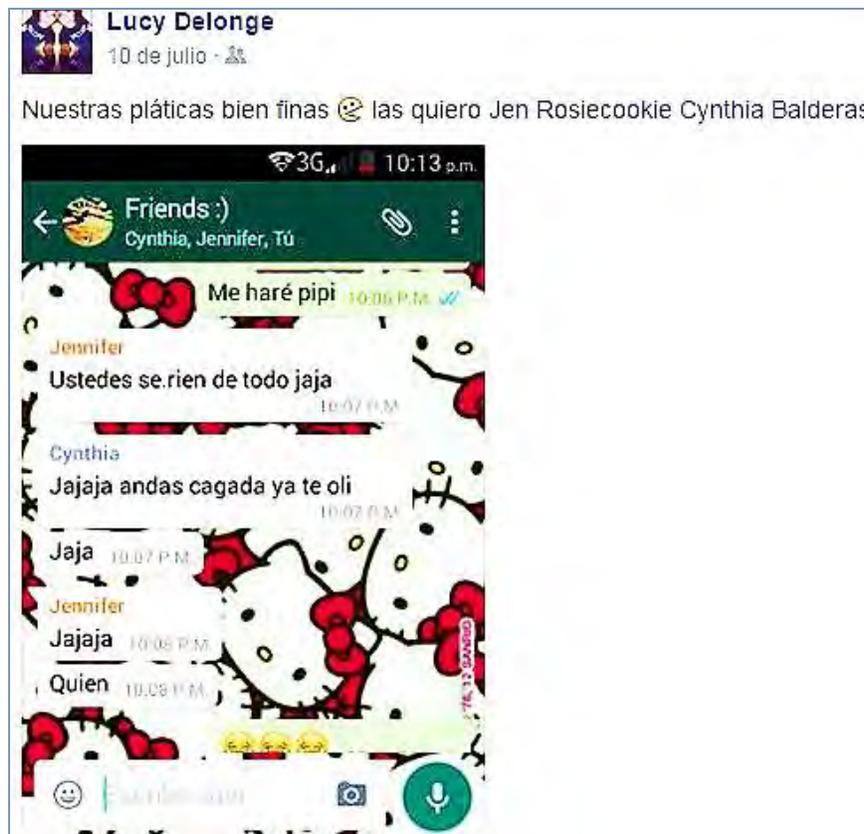
**Lucy Delonge**

18 horas · Instagram · 📷

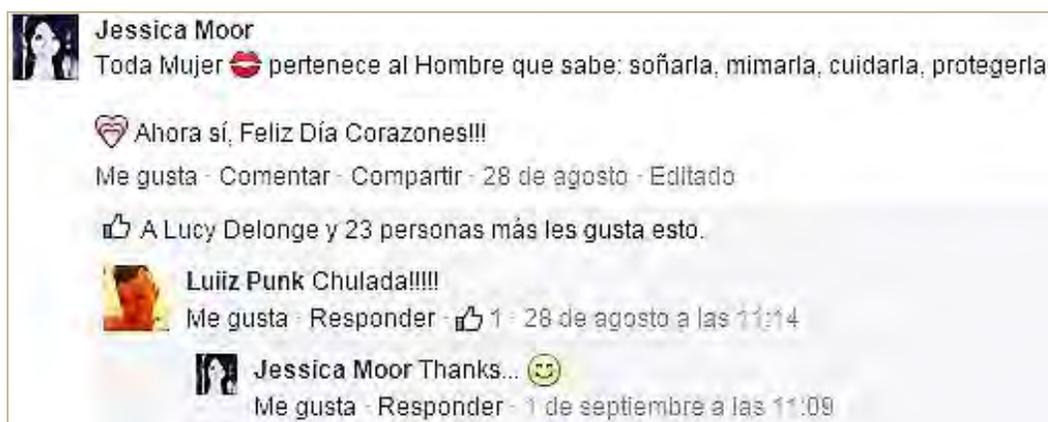
Ian mi amor chiquito



Ocasionalmente realiza declaraciones sentimentales a sus amigas, muestra una alta orientación a la relación aunque con actitud bastante serena. Esto indica que es una persona estable emocionalmente, que confía en la reciprocidad y determina sus prioridades. Muestra poca información abierta, cuida su privacidad, por tanto, es cautelosa con la confianza.



**Sujeto 5** – Así como su heteroimagen es poco clara, ya que hay pocas manifestaciones expresivas de otros hacia ella, ocurre lo mismo con su actividad en *Facebook* hacia los demás, hay mínimas manifestaciones sobre los otros. Las raras veces que se refiere a sus alteres muestra una actitud afable y tierna; se deduce un rol un tanto maternal de su parte, asume con gusto responsabilidad sobre el ánimo de los demás.



–Mi identidad es definida por los compromisos y obligaciones que proveen de un marco o horizonte dentro del cual puedo intentar determinar caso a caso qué es lo bueno, o valorable, o qué debe ser hecho, o a qué adhiero y a qué me opongo. En otras palabras, es el horizonte desde el cual soy capaz de tomar posición” (Taylor citado en Bernasconi, 2015, 7).



Su actitud hacia sus amistades/compañeros universitarios y de trabajo es complaciente, busca con mesura hacer sentir bien a su interlocutor.

# TRABAJO EN EQUIPO

18 662 470 reproducciones

**La Foka** ha subido un video nuevo.  
13 de agosto · Editado · 📌

Se la saben toda

Síguenos: La Foka

👍 Me gusta    💬 Comentar    ➦ Compartir

A Jessica Moor y 9 personas más les gusta esto.

 **Veronica Arredondo Tellez** Jajajaja muy cierto.  
Me gusta · Responder · 16 de septiembre a las 18:48

 **Jessica Moor** Eso es equipo, lo vamos mejorando... Jajaja  
Me gusta · Responder · 👍 1 · 16 de septiembre a las 23:01

 **Erika Jimenez** apoyo a Jessi 😊  
Me gusta · Responder · 👍 2 · 23 de septiembre a las 17:18

 **Lucy Delonge** ha compartido el vídeo de Hello Kitty Online Store.  
16 de septiembre a las 21:52 · 🌐

Jessica Moor llevame por físss



9502 reproducciones

**Hello Kitty Online Store** ha subido un vídeo nuevo: Hello Kitty House.  
16 de septiembre a las 21:36 · 🌐

¿Quién ha tenido la fortuna de estar ahí? 😊

👍 Me gusta    💬 Comentar    ➦ Compartir

A Jessica Moor le gusta esto.

 **Jessica Moor** 😊 Hay que hacer las maletas... 🧳  
Me gusta · Responder · 16 de septiembre a las 23:35

**Sujeto 6** – Su concepción de los demás refleja respeto y simpatía como personas, sin embargo, como pares suyos, por ejemplo jóvenes estudiantes, sin ser elitista ni actuar excluyendo, está implícito que les considera poco interesantes y limitados en conocimiento. Por ello siente que pocos entienden su forma de pensar, aficiones e ideas, así, los otros para él se dividen en mayoría que él homogeneiza y minoría, donde él puede encajar. Por lo mismo, rara vez se refiere a los demás, su atención está en sus intereses y en él.

Se refiere a su familia con jovialidad, se connota afecto y buena relación, estas manifestaciones muestran su lado más elemental y humano.

Montse Chick Jaaa... No quieres nada!!

21 de mayo a las 23:52 · Me gusta · 1



Giovaz Lopez Jajajaja pos oye! Me tienen que consentir Emoticono tongue

22 de mayo a las 6:49 · Me gusta · 1



Martha Ferrera

22 de mayo a las 10:09 · Me gusta · 1



Giovaz Lopez ¿Qué madle?!!!! :@

22 de mayo a las 10:32 · Me gusta · 1



Las relaciones con sus amistades están mediadas por actividades de aprendizaje o académicas y en algunos casos de esparcimiento, pero con complemento intelectual.



Adicional a la lectura cualitativa previa de los contenidos evidentes y las narrativas gestadas por los jóvenes en sus perfiles de *Facebook* durante el periodo estudiado, se procede a la exposición sintética de lo que el análisis de contenido reveló a nivel identitario, así como en el capítulo 2 se presentaron sobre el ámbito comunicativo.

Se compartirán los resultados a manera de complemento a toda la caracterización y ejemplificación ya aportada. Se podrán observar las congruencias reveladas por el análisis de contenido en relación con el análisis discursivo basado en la conceptualización de identidad, pero también los posibles contrastes y contradicciones propias del comportamiento de individuos y de la identidad como categoría lábil en las personas y su continuo devenir.

Los resultados se presentan de mayor a menor número de ocurrencias en cada categoría de identidad y sus correspondientes subcategorías que permiten ubicar una forma de ser y actuar en *Facebook*. Se omite la categoría de *gustos e intereses* la cual ha sido detallada en el capítulo 2 y por cierto, fue la más recurrente en 5 de 6 jóvenes.

El **sujeto 1** en cuanto a su *orientación a la relación* muestra una tendencia *alta*. Sus *posicionamientos/declaraciones* son en su mayoría *sentimentales*. Su *heteroimagen* es absolutamente *favorable* y su *autoimagen* totalmente de *conformidad*, además sus *autorreferencias* son *implícitas* en forma y con sentido de *aprobación*. La *opinión de la alteridad* que expresó es totalmente de *simpatía* y su *estado anímico* *alegre y reflexivo*.

El **sujeto 2** en su *autoimagen* muestra principalmente *conformidad*, aunque en un par de ocasiones (20%) denota *inconformidad*. Sus *posicionamientos/declaraciones* son en su mayoría *sentimentales*. En cuanto a su *orientación a la relación* muestra una tendencia igualmente *alta y baja* en diferentes oportunidades. El *estado anímico* dominante es *reflexivo*. Su *heteroimagen* es absolutamente *favorable*. Sus *autorreferencias* son

mayoritariamente *explícitas* en forma y con sentido de *aprobación*. La única *opinión de la alteridad* que expresó es de *simpatía*.

El **sujeto 3** en cuanto a su *orientación a la relación* muestra una tendencia *alta*. Sus *posicionamientos/declaraciones* son en su mayoría de *filiación*. Su *heteroimagen* es absolutamente *favorable*. Su *autoimagen* totalmente de *conformidad*, además su *opinión de la alteridad* que expresó es, salvo una ocasión (*indiferencia*), totalmente de *simpatía*. Su *estado anímico* es principalmente *emotivo*. Y sus *autorreferencias* son, una *implícita* y una *explícita* en forma; ambas con sentido de *aprobación*.

El **sujeto 4** respecto a sus *posicionamientos/declaraciones* predominan los *socioculturales*. Su *autoimagen* es de total *conformidad*. Su *orientación a la relación* muestra una tendencia *alta*. Sus *autorreferencias* son *implícitas* en forma, una con sentido de *aprobación* y la otra de *desaprobación*, además la *opinión de la alteridad* expresada es en ambos casos de *simpatía*. La única referencia a su *heteroimagen* es *favorable* y no ocurrió ninguna publicación acerca del *estado anímico*.

El **sujeto 5** expresa su *estado anímico* en su mayoría *reflexivo* y *emotivo*. Su *orientación a la relación* muestra una tendencia ligeramente *alta*, ya que en otras ocasiones ocurre una tendencia *media*. Sus *posicionamientos/declaraciones* son en su mayoría de *filiación*. Sus *autorreferencias* son principalmente *implícitas* en forma y con sentido de *aprobación*. Su *autoimagen* es en ambas ocasiones de *conformidad*. La única referencia a su *heteroimagen* es *favorable* y no hubo ninguna publicación acerca de *opinión de la alteridad*.

El **sujeto 6** realiza *posicionamientos/declaraciones* un par de veces *políticos/económicos* y otro par *socioculturales*, al hacer *autorreferencias* son *explícitas* en forma y principalmente con sentido de *aprobación*. En cuanto a su *estado anímico* una expresión le denota *reflexivo* y otra *angustiado*. Su *orientación a la relación*, en la única manifestación, es *alta*. Su única proyección de *autoimagen* es de *conformidad*. No ocurrieron expresiones específicamente de *heteroimagen* ni de *opinión de la alteridad*.

De manera global, de un total de 41 *declaraciones/posicionamientos* realizados entre los 6 jóvenes, 17 fueron *sentimentales*, esto representa un **41.46%**; y de un total de 36 acciones que involucran la *orientación a la relación* en 26 ocasiones los jóvenes mostraron una *alta orientación*, **72.22%** de las ocasiones; la intención comunicativa como muestra de procurar la relación y de expresar su aprecio fue relevante.

Así, se evidencia que cuidar los lazos afectivos, crear nuevos lazos, expresar y recordar el cariño que sienten por sus pares y promover la convivencia forma parte de sus prioridades al habitar y actuar en *Facebook* como parte de su universo de vida tanto *offline* como *online*.

### 3.3. El orden de lo dicho

Decir (o escribir) es trazar una línea, es modificar el entorno irrumpiendo en el estado de cosas y creando un testimonio que se instaura en el tiempo a partir del trabajo hermenéutico de estructurar un contenido con determinado sentido y de la(s) interpretación(es) situacional(es) que dicho mensaje tendrá por parte de los interlocutores. Cada expresión tiene un antecedente racional o emocional de donde emana y será entendida en el contexto al que pertenece pero también resignificada en contextos sucesivos bajo una dinámica polisémica.

La cuestión es que lo que dicen las personas, consciente o inconscientemente, está marcado por una impronta intuitiva de lo que consideran *ad hoc* para cada momento, e incluso las reacciones que un comentario provoca son convenciones sociales de lo aceptable, lo razonable y lo que se escapa de dichos parámetros. Más allá de que no exista un control absoluto sobre lo expresado y lo interpretado, es evidente que hay criterios dados sobre lo que se puede decir y cómo se debe decir; existe un orden discursivo.

—.. la obra de Foucault transitó desde el análisis de las prácticas discursivas a través de las cuales los seres humanos gobiernan la conducta de otros, hacia el estudio de las prácticas discursivas a través de las cuales el sujeto se gobierna a sí mismo” (Bernasconi, 2015, 6). Fenómenos discursivos que han sido exacerbados por la web 2.0 y su lógica de co-elaboración de pautas que hallan su pináculo en redes sociodigitales, a saber *Facebook*, ágora de vida cotidiana, donde los jóvenes se sujetan a cierto orden co-construido.

En la web, las posibilidades discursivas y la participación se han potenciado a tal nivel que se acude a un fenómeno catalizador de subjetivación detallada y obsesiva tanto individual como colectiva, de notoriedad personal vía las narrativas mosaico. —Es internet uno de los dispositivos de control y de dominio más sofisticados que se hayan producido desde que se inició la Modernidad: descubre, devela, revela, muestra sin cortapisas toda la intimidad posible para trastocarla en pública” (Constante, 2015, 148).

Si al designar, articular y proponer verbalmente se introduce un principio organizador de las ideas, de lo potencial y lo dado, es entonces en el campo del lenguaje, de su funcionamiento, de su estructura, de su transformación, de su ser, que cobra sentido el mundo para las personas. —El lenguaje es el análisis del pensamiento: no un simple recorte, sino la profunda instauración del orden en el espacio” (Foucault, 2012, 100).

Gran parte de *lo dicho* por los jóvenes devela lo que han aprendido como parte de su empoderamiento y autoconocimiento, a partir del contexto en que sus intervenciones serán recibidas, su público, al cual conocen, los concientiza sobre la creación de

heteroimagen. —. even when people speak about themselves (*i.e.*, disclose personal data), they are involved in the construction of a trustful and shared context of communication, where their narrative identity is expected to be interpreted” (Durante, 2011, 605). [... incluso cuando las personas hablan de sí mismas (*i.e.* proporcionan datos personales), se involucran en la construcción de contextos de comunicación confiables y compartidos, donde se espera que sea interpretada su identidad narrativa].

Además, es nodal recordar que, como afirma Constante (2015), la estrategia de visibilizar lleva implícita la acción de ocultamiento, es decir, en lo que el individuo muestra sobre sí, está selectivamente relegando lo que no desea mostrar, está empañando otros aspectos de su personalidad; esto sucede de forma consciente e inconsciente.

—.. as suggested by the Latin origins of the word, to reveal (*–re-velare*”), means both to unfold (*i.e.*, to remove the veils) and to hide something (*i.e.*, to multiply the veils). This signifies that the identity construction is not simply determined by the disclosure of information (that bears on trust) but is revealed by a multifaceted selection of information (a combination of disclosure and closure) that bears on trust and privacy” (Durante, 2011, 596). [...como se sugiere en el origen Latín de la palabra revelar (*–re-velare*”), significa tanto divulgar (*i.e.* quitar los velos) como esconder algo (*i.e.* ampliar los velos). Esto significa que la construcción de identidad no está determinada simplemente por la apertura de información (que se basa en la confianza) sino es revelada por una selección multifacética de información (una combinación de apertura y ocultamiento) que radica en la confianza y privacidad].

A esta dimensión de lo oculto como aspecto intrínseco del mostrar, de lo secreto, de lo que el individuo guarda para sí, como activo valioso que no pertenece a otra esfera que a la subjetiva, la única y propia, habría que adicionar toda la estructura inconsciente que no es que se oculte sino que ni siquiera se conoce que existe, es decir, es una zona totalmente en sombra, rasgo constitutivo de cada individuo, a pesar de no tener conciencia de la misma.

El objetivo del presente apartado es contrastar lo observado, analizado e interpretado en el monitoreo sobre la actividad en los perfiles de los jóvenes universitarios, con lo que aportaron -en entrevistas semiestructuradas de tipo cualitativo, vía digital- los mismos sujetos sobre aspectos de su propia identidad. La intención es examinar las similitudes y divergencias entre su proceder y lo que ellos piensan de su propia actividad en *Facebook*, es decir, las congruencias y contradicciones que habitan entre sus actos y su pensamiento.

Las entrevistas se realizaron posteriormente a las primeras fases de investigación, con el objetivo de acrecentar el nivel de veracidad de la interpretación basada en la información y comportamientos explorados. Esto se debe también a que la identidad es una

categoría de análisis ambigua que escapa a determinaciones absolutas. Adicionalmente se obtienen pistas sobre su identidad *offline*, lo cual es valioso para el estudio.

### **3.3.1. El ser deseado y el ser posible: el lado consciente de la identidad**

El individuo actúa en el mundo movilizado por nociones diversas acerca de la existencia, entre las que se hallan su lugar ontológico, su forma de ser, lo que le es propio y único. Esta imagen de sí es algo que le ocupa y lo lleva a formar concepciones deseadas conocidas como ideales, gestados intersubjetivamente a través de las relaciones y la aprehensión de parámetros socioculturalmente heredados. A partir de ahí el individuo suele desarrollar un criterio propio y orientar sus esfuerzos para convertirse en eso que desea y considera valioso.

"A través de la web puedes crear un ideal de ti mismo. Puedes manifestar quién quieres ser y tratar de crecer en función de eso. Siempre estamos maquinando una imagen de nosotros mismos, siempre tratamos de poner en el escaparate lo mejor que tenemos" (El País, 2008).

El ser deseado es esa pulsión que marca las acciones de las personas, soportada por la irremediable incompletud del sujeto, su devenir se dota de sentido debido a ese afán de transformarse en lo que desea, o en lo que cree desear, que para efectos prácticos es lo mismo, ya que se sabe de antemano que cuando alguna persona alcanza ciertos logros, metas, cambios en su personalidad, en su mentalidad y en sus acciones, de cualquier manera se autoimpondrá nuevos objetivos relacionados con lo que en ese momento querrá ser y hacer.

Este ideal del yo que se materializa en lo que cada persona –en este caso los jóvenes universitarios- desea ser, es un constructo social e individual simultáneamente y sólo puede ser vivido, entendido y expresado a través de manifestaciones comunicativas mediadas por la facultad del lenguaje. Es en el discurso como práctica biocultural, donde emergen los acontecimientos que configuran la vida de las personas y aparecen sus rasgos de identidad.

–El lenguaje –se enraiza” no por el lado de las cosas percibidas, sino por el del sujeto en su actividad... Se habla porque se actúa, no porque al reconocerse conozca. Al igual que la acción, el lenguaje expresa una voluntad profunda” (Foucault, 2012, 304).

Es pertinente afirmar que el discurso es una forma de acción en el mundo. Cuando alguien publica algún contenido en *Facebook*, no está sólo expresando algo, sino está realizando un acto con pretensión de validez, desdoblándose ante la otredad, definiéndose, deviniendo en productor de sentido propenso a ser consumido y comentado ilimitadamente.

Cuando se utiliza la noción del “ser posible” se hace referencia a características que un individuo posee, que lo identifican ante los demás y reconoce en sí mismo, así como a rasgos que paulatinamente adquiere como parte de su desarrollo. No se habla de un ser real, porque no existe dicha entidad en forma pura, la noción de posibilidad integra lo fáctico con lo imaginario, ya que al ser la identidad un concepto subjetivo surgido de la relación entre autoimagen y heteroimagen sólo se puede pensar en congruencia más que en certeza.

–El usuario puede confeccionar la imagen que quiera que otros tengan de él mismo. Al manifestar preferencias culturales, religiosas, profesionales y políticas, anunciar su condición conyugal o la ausencia de ella, expresar qué tipos de amistades busca, opinar sobre lo que dicen otros y colocar sus fotografías, el usuario de redes como Facebook especifican los rasgos que podrán definirlo” (Trejo, 2012, 36).

La identidad está mediada por lo esperado socialmente del individuo, por sus aspiraciones, pero también por un principio de realidad, en el que se identifican rasgos de personalidad, como temperamento y carácter, rasgos fisiológico-genéticos y aspectos socioculturales y político-económicos que le caracterizan. Todos estos elementos versan entre la inmutabilidad y el dinamismo que apunta hacia el cambio, entre ambos se halla lo posible, eso que se es y se puede llegar a ser más allá del ideal y los deseos.

–More freedom on the social side means more freedom to shape oneself... But one may certainly try one’s best to show them who one might reasonably be, or wish to become, and that will tell a different story about oneself that, in the long run, will affect who one is” (Floridi, 2012, 272). [Más libertad en el ámbito social significa más libertad para moldearse uno mismo... Pero uno puede ciertamente esforzarse al máximo para mostrarles quien razonablemente puede uno ser, o desea llegar a ser, y eso contará una historia diferente sobre uno mismo que, a largo plazo, afectará quien uno es].

Cabe recordar que no hay división tajante entre lo que se anhela ser y lo que se cree ser, los jóvenes al expresarse muestran un híbrido entre sus rasgos reales y deseados. En el ejercicio de autoobservación adivinan esa potencialidad, lo posible como instancia de su ser más cercana a lo real que a lo imaginado, pero abierta al proceso infinito de autoconstrucción.

El consumo en las redes sociodigitales tiene que ver con un orden establecido que sin duda, es social, pero el foco del análisis estaría en la apropiación de esas condiciones socioculturales por parte del individuo, cómo cada uno construye su imagen con esos recursos disponibles. –Los jóvenes emplean las nuevas tecnologías con gran facilidad entre otros motivos porque han sabido hacer de ellas recursos de expresión, socialización, autonomía y libertad... En las redes sociales los jóvenes hallan terreno propicio para mostrarse...” (Trejo, 2012, 36).

**Sujeto 1.** Su uso asiduo de *Facebook* coincide con el tiempo que dice estar conectada. —Todo el día tengo abierta esa página, solo cuando entro a la uni esq apagó [sic] el Facebook”.

La relación con sus familiares es cercana tal como se reportó, convive con ellos fuera de la red, ya que refiere que los fines de semana —los días me las paso en reuniones familiares o salgo con mis papás y hermano y abuela a centros comerciales o a distraernos”.

Algo no evidente, en su actividad en la red, es su afición por la lectura que afirma tener —me gusta leer novelas... jaja Siii me gusto muchísimo ese libro y el d la tregua de Mario Benedetti [sic]”.

La orientación a la relación y convivencia es congruente con lo que confiesa que le gusta de la red, así como su estilo sobrio en fotografías, sustentado en lo que valora como correcto. —Pes me gusta xq me entero de loq hacen personas q no puedo ver, me recuerda cumpleaños,(no tengo buena memoria para eso de los cumpleaños) [sic]”, —M desagrada q [sic] algunos de mis amigos o amigas suban... fotos muy intensas casi vendiéndose”.

Otro aspecto que no aparecía en su actividad registrada y dice ser importante para ella, es informarse sobre acontecimientos nacionales e internacionales —Ytambién porque sigo páginas donde me entero de loq [sic] pasa en México o el mundo. Tengo notimex, el universal”.

Confirma que sus círculos cercanos son familiares y amistades, y con ellos genera vínculos dentro y fuera de la red. —Acepto a personas q [sic] conozco. He rechazado las solicitudes de personas q nunca las he visto ni hemos platicado. A quienes les doy like es porque me gusto su foto, regularmente es a lo que suben mis familiares, o amigos cercanos”, —Mis mejores amigas las conocí en la primaria, y nuestra relación ya de tantos años ha seguido y nos frecuentamos mucho”.

Se confirma que tiene una opinión favorable de sus pares, que valora sus relaciones y se siente conforme con esos vínculos. Además reafirma su seguridad y autoestima respecto a sus características de sociabilidad. —M gusta q sean solidarias, mis amistades han estado en momentos buenos y malos, y me han demostrado esa amistad. También tengo amigas d la prepa, esq en realidad me lleve con la mayoría bien, no soy de causar problemas o contar lo que me dicen, quizá eso me ha ayudado y soy sociable [sic]”.

Respecto a la opinión sobre su forma de ser, aporta datos novedosos, imposibles de aprehender con la información disponible en la red, pero afirma otros que son parte del perfil general ya establecido, y aún los datos adicionales reflejan congruencia con lo inferido respecto a su personalidad e identidad:

—Me considero una persona tranquila, soy muy sociable, penosa un poco solo con ciertas personas, me gusta reír mucho. Soy detallista y amorosa, dedicada en loq hago, puntual, muy responsable. Me gusta que lo q hago me quede bien, comprometida. También soy enojona cuando me provocan jaja, solidaria con las personas y con los animales, siempre ando cuidándolos. No me gustan las mentiras, lo malo

cuando me enoja esq se me nota, quizá eso no puedo ocultar, pero fuera d eso soy risueña. En momentos serios si pienso las cosas muy bien, sus contras y lo bueno; soy muy noble en mi forma de ser. Pero cuando la gente m falla, yo cambio con ellos, no soy la misma de antes y mi trato es diferente. Muchos dicen q soy algo creída, pero cuando m conocen opinan lo contrario [sic]”.

En su caso, parece haber un alto grado de conformidad respecto a la persona que es y lo que le agrada de ello. Se podría vislumbrar que un par de aspectos relacionados con ese **ser deseado**, están en mantener sus lazos familiares y amistosos, ser exitosa y corresponder al apoyo de su familia, lograr que se sientan orgullosos; en que cada vez más gente la valore y admire íntegramente: en sus capacidades, su físico y sus valores. Se nota una alusión al amor de pareja que puede ser uno de sus ideales a lograr.

**Sujeto 2.** Se ha apuntado que gusta de interrelacionar *Facebook* con otras redes y sabe cómo hacerlo principalmente por medio de imágenes y esto se comprueba, —Instagram me gusta porque pues suben fotos, y sigo a otros donde toman fotos interesantes o que son fotografías”.

Su pasión por el deporte, específicamente la gimnasia, se hace patente: —studio, hago ejercicio le ayudo a un profe a dar clase de porras; lo de estudiar y ayudarle al profe [sic] es de lunes a viernes y entreno sábado y domingo”.

Confiesa un sentir inadvertido y relevante respecto a su actividad deportiva, —unque me de miedo cuando me cargan me da miedo por qué me pueden tirar y en gimnasia dios, ME da miedo porque son cosas que ya depende de mi y luego veo como se lastiman; no me gustaría que me pasara algo [sic]”.

Por otra parte se ratifica su orientación a lo visual, le interesa y agrada ver de los demás elementos visuales. —Me gusta porque puedo ver fotos de otras personas”.

Se confirma que tiene un rol de popularidad y actúa en consonancia con ello, ya que no se enfoca en los demás, es exigente y difícilmente coadyuva a la popularidad de otros. —Casino doy likes a menos que me guste mucho la foto”.

Respecto al interés por su imagen atractiva y su rasgo de vanidad, se confirma el cuidado de su físico; ella afirma sobre la elección de sus fotografías de perfil —me preocupa mi sonrisa xD [sic] no se me gusta mucho elegir mis fotos de perfil por mi sonrisa y cabello”.

Se reafirma que al relacionarse con sus pares es selectiva y distingue entre contactos y amistades, esto porque concientiza que —nda mayoría solo convinimos ósea hablamos y todo pero amigos en sí no. Solo como 3 personas considero amigos, muchos depende de la persona que esté se comportan diferente o incluso me eh dado cuenta que solo me hablan por interés que por buscar una amistad, otros según son amigos y luego pues hablan mal de ti y eso no me gusta... y para que sea más cercanos deben pues ser honestos y ser tal y como eres no sentirse más unos que otros”.

Así como el contraste en relación a su posible gusto por aspectos literarios y frases reflexivas anteriormente reportado, aparece otro contraste al afirmar que —me interesa

aprender mas cosas academicamente [sic] para no tener solo lo que se, siempre hay cosas por aprender y eso me gusta mucho que cada día sepa cosas nuevas”. Esto se considera poco acorde a su perfil, ya que no hay casi indicios de interés por aprendizaje académico en su actividad de *Facebook*.

Respecto a su forma de ser, se confirman la mayoría de los rasgos, con aportes novedosos que enriquecen su perfil. Solamente se percibe contraste con el énfasis en ciertos valores que detentan una postura en ella más humana de lo que se puede percibir en sus interacciones digitales, más tendientes a lo pragmático y frívolo.

—A pesar de ser una persona se podría decir tímida en para algunas cosas como para hablar en público, soy una persona que es honesta con las personas que quiero que me gusta tener metas, y cumplirlas para pues tener siempre un objetivo y ser mejor persona en todos los aspectos, actuó como soy no me gusta sentirme mas ni menos de lo que soy porque siento que todos somos iguales y que no hay necesidad para sentirse mas o menos ya que después podría necesitar de otras personas. Doy lo mejor de mi porque a mi me gustaría que dieran lo mismo que doy pero así no es, es por eso que no espero nada y mejor doy lo mejor. A veces quiero que no me mienten o hablen mal de mi pues yo no lo hago, siento que algunas personas solo buscan diversión y pasarla bien pero no una amistad o algo y como no me gustaría que me hicieran algo malo pues yo no las hago [sic]”.

Esta joven muestra conformidad consigo misma, salvo en aspectos de su físico en ocasiones, que podría ser una victimización antes explicada. Son opacas las pautas de su **ser deseado**, sin embargo, se comprende que convertirse en gimnasta de calidad es parte de sus prioridades y anhelos. Mantener relaciones cordiales y no enemistarse con los demás está en su agenda, así como desarrollar formas de inteligencia relacionadas con conocimiento y aprendizaje. Tiene predilección por los retos, buscará escenarios que impliquen dificultad y adrenalina.

**Sujeto 3.** Se confirma su actividad musical constante y su afición a bares y fiestas, con información que brindó respecto a las razones por las que está conectado frecuentemente a *Facebook*: —todo el día, pero tiene que ver mucho a lo que me dedicó... tengo una banda de rock y un bar y estoy en frecuente contacto con clientes y personas que requieren nuestro servicios”.

Se confirma su constancia musical, su esfuerzo por mejorar y su rol activo en dicha actividad. —...el domingo lo dedico a ensayos”, —Me gusta componer música, realmente es mi pasatiempo favorito pero también me gusta ejercitarme”. Además se comprueba su afición - antes detallada- al gimnasio con su grupo informal —**Equipo Goliath**”.

Como información novedosa, aunque no contradictoria con la interpretación de su identidad, afirma sobre la red —puedes estar enterado de novedades no sólo de las personas si no en todo y más que nada por la facilidad para estar en contacto con la gente y me desagrada un poco que se comienza a utilizar pues para críticas, humillación y para dar noticias falsas”.

Se presenta una situación paradójica en cuanto a sus fotografías de perfil, ya que por un lado reconoce que su elección se relaciona con estados de ánimo, cuestión que se destacó respecto a ser una persona emocional y relacionar texto (lirica) con imágenes, pero niega su intención estética, la cual es evidente; en suma, expresa parcialmente congruencia y parcialmente contradicción, ya que asegura no querer llamar la atención como proyección negada (a explicación no pedida culpabilidad manifiesta). —Dependen el ánimo que me encuentre, no tratando de llamar la atención sino de tratar de expresar lo que está pasando en mi vida en ese momento”.

Respecto a sus relaciones se mantiene la tendencia de ser una persona selectiva y equilibrada. —Pues mis amistades son de muchos orígenes las conozco en tocadas, en la escuela, en el bar o tal vez [sic] les podemos llamar conocidos pero si he conocido grandes amigos por ese medio”.

En cuanto a su forma de ser impera la lógica entre su autoconcepto y su identidad emanada a partir de su actividad digital. Hay una visión adicional sobre su conciencia y autocrítica en relación con sus acciones impulsivas y las consecuencias que le acarrearán, que concuerda con lo afirmado en el trabajo sobre ser una persona marcada por sus emociones.

—Me considero como una persona amigable con mente abierta dispuesta a aprender de la vida y de las personas con ganas de cada día ser mejor y superarme en todos los aspectos pero también suelo ser un poco irresponsable en mis actos, suelo no medir las consecuencias de lo que hago pero siempre aprendiendo de los errores y también actúo [sic] de manera impulsiva”.

En su caso, se siente a gusto con cómo es, pero se muestra autocrítico respecto a su actuar. Su **ser deseado** está relacionado con alcanzar mayor calidad y crecimiento en el terreno de la composición musical. Comprende que su emocionalidad lo lleva a tomar decisiones abruptas y actitudes inconvenientes, pero es consciente de que su orientación pasional le provee gozos, placeres y relaciones recíprocas con otros, así que pretende disminuir sus fallos pero no modificar esencialmente su carácter. El enamoramiento y los logros en sus negocios/ocupaciones son parte de sus motivantes.

**Sujeto 4.** Se identifica una postura que no queda explícita en su actividad en la red ni en la formación de su perfil, pero que no es contraria ni contrastante, sino que se percibía latente y aquí se manifiesta; su actitud crítica hacia la propia red —. sólo me conecto cuando alguien me habla por messenger o me etiqueta en imágenes, porque creo que ya no se me hace tan interesante lo que la gente postea... es que no me llama la atención estar pendiente de lo que otras personas suben ya que considero que últimamente facebook tiene mucha información basura... [sic]”.

Su postura crítica continúa y por ello el uso que hace de la red sin afanes de popularidad o notoriedad, ya que —se señaló en su heteroimagen— concibe *Facebook* como herramienta para aprendizaje, procuración de relaciones e información de sucesos noticiosos.

—. lo uso como medio de comunicación con personas que no suelo ver seguido que viven relativamente lejos, para tener contacto con compañeros de la prepa. Me gusta que puedes tener contacto y estar informado de cierta manera de las personas que te interesan y de sucesos en una forma muy rápida, me desagrada es que creo que se sube mucha información que no es importante o errónea y solemos creer que todo es verdadero... se pierde en parte pues la privacidad ya que hay personas que literalmente publican todo lo que hacen a todas horas y pues no creo que esa información sea necesaria o relevante para los demás”.

Se ratifica que es una persona selectiva y cautelosa, que no confía fácilmente en los demás, prefiere ser reservada y de bajo perfil para evitar experiencias desagradables. —... intento no subir mucha información mía por lo mismo de que cualquier persona pudiera indagar, soy selectiva en que personas acepto y que información pueden ver y que subo a Facebook. Acepto a personas que realmente conozco, antes si solía aceptar a gente que ni conocía pero pues luego te molestan y por eso aprendí la lección, jaja... solo amigos o familiares [sic]”.

También se constata madurez y sobriedad, se había apuntado que aunque sube fotografías de sí en su perfil, éstas suelen ser poco llamativas, sin dejo exhibicionista. —. que me guste como salgo, y que no se vea como vulgar o provocadora, porque luego basándose en lo que uno sube las personas se van formando ideas de uno y muchas veces son erróneas entonces si no quiero crear una imagen distinta. Además he escuchado que ya muchas empresas te investigan en redes sociales y dependiendo de lo que transmita tú [sic] perfil, las imágenes que subas, lo que publicas pues deciden si contratarte o no”.

Además, en la cita anterior, es clara su conciencia respecto a la creación de identidad frente a la alteridad, a partir de sus actos expresivos y el manejo de su imagen.

Finalmente, respecto a su forma de ser, se observa congruencia entre lo interpretado de su actividad digital y los rasgos que relata de sí. Se enfatiza su preferencia por relaciones *offline*, el equilibrio en el uso de redes, su personalidad introversa y reflexiva, más orientada a gustos y relaciones cercanas que a diversión exacerbada o sociabilidad masiva.

—Considero que soy una persona tranquila, disfruto mucho tener tiempo para mí, hacer cosas que me gustan, escuchar música, dibujar, tomar fotos, sí me gusta salir pero prefiero salir a conocer lugares o pueblitos en lugar de ir de fiesta en fiesta, prefiero reuniones más pequeñas. Soy una persona de ideas firmes pero también respeto a aquellas personas que opinen diferente a mí, no considero que haya una verdad absoluta tenemos que estar abiertos a recibir conocimientos nuevos; considero que soy selectiva en cuanto a amistades no creo que cualquier persona puede llamarse amigo. Sí me gusta estar en redes sociales pero creo que no hay que abusar de ellas. Y si en general me considero una persona alegre, con ganas de superación y firme. He escuchado que a personas no les gusta estar solas o cosas así, y yo en verdad disfruto mucho poder tener tiempo para mí, para estar con las personas que quiero y hacer lo que me gusta”.

Ella tiene claros sus intereses y rasgos, los asume con asertividad y conformidad. En su **ser deseado** estarían aspectos como el crecimiento y desarrollo profesional, ser tomada en cuenta por alguna organización para mostrar su potencial. Se ocupa y busca la manera de alcanzar una imagen social favorable, con énfasis en la respetabilidad. Pretende ser

proactiva en cuanto a los contenidos que produzca y comparta tanto en la red como fuera de ella, se encamina a mantener distancia crítica respecto al uso de redes sociodigitales.

**Sujeto 5.** Es la única de los jóvenes estudiados que menciona tener, usar y gustarle la red sociodigital *Twitter* y afirma conectarse a diario a *Facebook* aunque sea una hora.

Se confirma que es una persona introspectiva, con paciencia para desarrollar actividades en solitario que implican concentración y dedicación. —Me gusta leer, o estoy en instagram viendo fotos, dibujar super heroes o algún personaje de Disney Jajaja [sic]. En ocasiones me arreglo las uñas y hago diseños, un pasatiempo que tengo son los diseños de ropa o vestuarios”.

Como información novedosa afirma que sostiene charlas con sus amistades vía *inbox*, de lo que se deduce que su poca actividad visible es compensada con pláticas privadas, salvando su intimidad, dejando de lado la notoriedad y apostando por la personalización, es decir, vínculos de calidad, como se advertía en la interpretación de su actividad. —Me gusta cuando todos comentan las fotos, que puedo platicar por inbox con las personas que ya no frecuento”.

Como parte de la conciencia y conocimiento que posee de la red, expresa su desagrado por actitudes que pueden mermar la autoestima de los demás, acorde con su temperamento afable y su nobleza hacia los demás. —No me gusta cuando utilizan la red para hacer bulling porque te exponen ante todos. El típico [sic] cuando en un grupo alguien no les cae bien y empiezan las indirectas o insultos, o cuando postean alguna imagen y saben que van a dañar a alguien”.

Respecto a su actitud solidaria y sus gustos se confirman ya sea con las frases que le gusta leer y escribir o con el apoyo al proyecto de otros. —Elike por lo regular lo colocó [sic] en frases, fotos de viajes, páginas de poesía. También cuando ellos crean su propia página los apoyo”.

Su mesura y timidez, así como la mínima importancia asignada al físico, se hace patente en la elección de sus fotografías, cuando afirma —Que mis ojos se vean lindos jaja [sic], no me gusta andarme exhibiendo”.

Su orientación a los contenidos optimistas, su actitud ocupada de animar a los demás se reafirma con su propia descripción de actividades en la red. —También colocando videos de conferencias de superación personal, los coloco en mi perfil para mis amigos. Los saco de YouTube”.

Finalmente en cuanto a su forma de ser, a diferencia de en la red, es breve y se muestra menos detallada respecto a facetas de su sensibilidad, aunque aporta más rasgos de fortaleza de carácter y determinación. No es contrastante con el perfil antes interpretado, sino complementario de aquél. —Soy muy sociable, tranquila, perseverante, responsable,

estudiosa. No me gusta que me griten o que traten de elegir por mi porque soy muy determinante en lo que quiero. Me pongo objetivos y metas. Solo cuando en verdad no duermo si tengo mal genio”.

Esta joven muestra madurez y seguridad en su personalidad y actividades. Parte de su **ser deseado** estaría orientado a alcanzar mayor notoriedad y atención entre sus amistades y círculos cercanos. Le interesa ser referente para sus pares en cuanto a aspectos anímicos, aconsejar a la gente y ayudar es algo que buscará con ahínco y por medios cognitivos más convincentes. Ha vivido alguna experiencia no grata (directa o indirectamente) como ser hostigada, molestada o menospreciada y actúa en función de que no se repita.

**Sujeto 6.** Su ínfimo uso de la red y mínima actividad registrada contrasta con el tiempo que asegura revisar *Facebook*, pero por otra parte está en consonancia con su poca vocación al uso de tecnologías digitales. —Hace una semana abrí Instagram, no había utilizado otra hasta entonces, no era muy afecto a la tecnología. Desde que tengo celular con 3g, muy continuamente, cada que tengo unos minutos lo reviso”.

Se constata fehacientemente que sus intereses son académicos, más inclinados hacia la Psicología (carrera que inició antes que Comunicación), y esto permea su actividad *offline*. —Trabajo de 7 a 3 en una escuela y doy terapia de 4 a 10, los sábados estudio la maestría y los domingos doy terapia de 11 a 3, por eso me odia mi novia xD [sic]”.

La adquisición de conocimiento es de sus principales empresas y reafirma lo observado en su biografía; en sus tiempos libres gusta de —er o estar con mi novia comúnmente, intentó dedicarle mucho tiempo a la lectura. Cuando tengo un poco más, hago ejercicio”.

El uso que pondera de *Facebook* es acorde con lo identificado en su perfil, enfocado a la información y a la productividad cognoscitiva, con mínimo enfoque socializante. —...es muy útil para cuestiones laborales e incluso académicas, tienes contacto con mucha gente que no tienes tiempo de ver, además puedes compartir y recibir información. No me gusta que sea tan pública, que terceros gusten de interferir en tu vida privada cuando tú no lo deseas así”.

Su desdén respecto a la fotografía de perfil es equiparable con su desdén a enfocarse en aspectos físicos o superficiales desde su punto de vista, en vez de elementos intelectuales. —Lambio cada 3 años xD realmente no es de mucha relevancia para mi, cuando lo hago es porque me agrada mucho la imagen [sic]”.

En cuanto a sus relaciones y vínculos amistosos en su ámbito *offline* se halla una congruencia con lo interpretado respecto a su opinión de la alteridad *online*, considera poco interesante y valiosa para convertirse en amistad a toda persona que no le enriquezca en el campo del conocimiento. —Normalmente en la escuela o trabajo, son muy pocos, tienen que tener algo que ofrecer en cuestión intelectual, si no, no pasan de conocidos”.

El autoconcepto que tiene de sí está en armonía con lo interpretado respecto a su identidad en la red. Se considera especial y eso le provee de una imagen distintiva; es algo que ha interiorizado y determina su actuar, sin que lo vea como problemático ni ventajoso.

–Soy una persona centrada, con metas, con ambiciones intelectuales muy amplias y que constantemente me frustran. Poco sociable, introvertido. Me gusta pensar que mi formación yoica es poco común y, por ende, mi forma de expresión. Me frustra que mi vacío intelectual cada vez se hace más grande y nunca podré llenarlo ni conocer todo lo que quisiera. No sé, en mi círculo hay cosas que no encajan de mi pensamiento con la modernidad, Mejor dicho [sic], posmodernidad. El tipo de lectura, escritura e interpretación de los textos, por ejemplo, de la pintura o la música o, en general, del arte que es de mi agrado”.

Él manifiesta autocríticas y se considera inconforme por la condición existencial de su *self*, aunque se nota profunda pasión en sus actividades intelectuales, agrado por su peculiaridad e incluso cierta conformidad con sus propias frustraciones. Su **ser deseado** es – a diferencia de los otros sujetos- evidente y focalizado, o monotemático (según se vea): busca alcanzar plenitud académica, intelectual y profesional en la clínica, ser reconocido por esas competencias y forjar su reputación a partir de ello.

### 3.3.2. El ser oculto: el lado ciego del yo en *Facebook*

Adicional a las representaciones que los otros despliegan sobre determinado individuo –que influyen en su identidad-, las concepciones que el propio individuo construye de sí, el ideal del yo, el yo esperado socialmente y las características manifiestas y evidentes del mismo, existe una estructura que pasa inadvertida para ese *self*, esta estructura tiene que ver con el inconsciente, manifestaciones latentes, que pueden ser visibles y notadas por los alteres o pueden permanecer ocultas para todos los observadores.

–Secret diaries, both offline and online, are most often governed by the capacity of the competitive Self to leave out of the narration what cannot be confessed to anyone, namely, what is both most painful and harmful. In other terms, even the most secret messages, are written, offline and online, as if they could be one day looked for and read by someone else” (Durante, 2011, 617). [Los diarios secretos, fuera de línea y en línea, están en su mayoría gobernados por la capacidad de la Personalidad competitiva para dejar fuera de narración lo que no puede ser confesado a nadie, literalmente, lo que es tanto lo más doloroso como dañino. En otras palabras, incluso los mensajes más secretos, están escritos, fuera de línea y en línea, como si pudieran algún día ser buscados y leídos por alguien más].

Los actos inconscientes y los rasgos no considerados por cada individuo, están de cualquier forma relacionados con el desenvolvimiento discursivo que intuye e incluye a la

alteridad en sus más profundos pensamientos. Muchas de las cegueras que afectan a los individuos están vinculadas a sucesos, características o sentimientos indeseados y traumáticos que son negados u omitidos en las narraciones debido a un bloqueo psíquico.

En palabras de Foucault (2012), la representación es perpendicular a sí misma: indicación y aparecer simultáneamente. Los signos lingüísticos e icónicos gestados en redes sociodigitales son representación y contenido de lo que ocupa y preocupa la psique de las personas; dimensión duplicada, indicios de ideas y las ideas mismas que atañen a la construcción de identidades.

—El modo de ser de la vida... me son dados, fundamentalmente, por mi cuerpo; el modo de ser de la producción... me son dados por mi deseo; y el modo de ser de lenguaje... sólo me son dados a lo largo de la tenue cadena de mi pensamiento parlante” (Foucault, 2012, 328). Y el lenguaje representa un complejo sintomatológico de lo que el individuo sabe, piensa y desea pero también de lo que no conoce de sí mismo, lo que le angustia y anhela profundamente sin cobrar consciencia de ello. El pensamiento más escondido se insinúa en los signos expresados.

—...parece que el pensamiento occidental haya velado para que en el discurso haya el menor espacio posible entre el pensamiento y el habla; parece que haya velado para que discurrir aparezca únicamente como una cierta aportación entre pensar y hablar; de eso resultaría un pensamiento revestido de sus signos y hecho visible por las palabras, o inversamente, de eso resultarían las mismas estructuras de la lengua utilizadas y produciendo un efecto de sentido” (Foucault, 1992, 29).

Si pensar y hablar son estructuras adyacentes de una misma actividad, en las redes sociodigitales queda plasmado claramente que lo que alguien selecciona, recorta, copia, cita, articula, comparte pertenece a una esfera que de algún modo se relaciona con el pensamiento que posee y por el cual es poseído el sujeto.

—Así, antes aún de la constitución de los individuos o de los actores sociales miembros de la sociedad, existe algo que sobrepasa a cada quién, que sobrepasa a la sociedad” (Maffesoli, 2000, 248). Es esa episteme Foucaultiana que el mismo Maffesoli menciona, que es un orden, una forma previa en que se ha modelado el pensar y actuar en cada contexto.

En la implicación heterogénea se hallan las estructuras visibles y ocultas del individuo, en esa pluralidad multifacética están las estridencias y los silencios; comprensión de lo dicho como huella inequívoca de la frontera entre lo que se devela y se oculta, entre lo que el individuo conoce e ignora de sí y eventualmente de los demás.

No se está en posición de hacer un análisis psíquico de los sujetos, ni es la intención del estudio, sencillamente a partir de estas reflexiones, conceptos y disertaciones se pretenden exponer, tras una lectura interpretativa de la información provista por los sujetos

de estudio, las temáticas ocultas y los rasgos no enunciados que de algún modo se insinuaron en su actividad monitoreada en *Facebook*.

En el caso del **sujeto 1**, lo oculto, lo no observado ni expresado sobre sí se encuentra en su valoración de la sensualidad en sí misma y en los demás como detonante de interés y atención, así como su marcada tendencia al esparcimiento y diversión sociales, en fiestas, eventos, lugares, con presencia de bebidas alcohólicas, baile y convivencia.

Lo no visto por el **sujeto 2** está relacionado con su ambivalencia entre la conformidad e inconformidad con su cuerpo. El proceso ya señalado, de victimización, no parece notarlo la joven cuando lo proyecta, éste sería el rasgo destacado de su lado ciego en su actividad digital. Otro punto es un tenue narcisismo, es amistosa y noble con sus pares, pero se relaciona con ellos a propósito de ser –regularmente– ella el tema y centro de la interacción.

En el caso del **sujeto 3** se infiere que lo inaccesible a su conciencia es el grado de apego que tiene con ciertas amistades, es decir, no ha dimensionado el impacto emocional que tiene en su gente cercana ni que ellos tienen en él. Muestra sujeción emocional (sin que se considere una condición problemática ni patológica) relacionada con que atiendan lo que desea expresar, y no hay indicios de que lo haya concientizado.

El **sujeto 4**, es una joven en quien difícilmente se hallan proyecciones ocultas a sí misma sobre su identidad, sin embargo, se pueden atribuir de forma no tan evidente, un par de aspectos: le importa su imagen física y sus atuendos más de lo que admite, reconoce y considera; a pesar de afirmar estar abierta a otros puntos de vista, se percibe rigidez y cerrazón hacia gente que considera superficial.

Respecto al **sujeto 5**, lo más destacado entre lo no dicho del que se puede notar rastro en su actuar, es que busca y desea captar más atención de sus amistades y conocidos de lo que ella misma concibe. Además trabaja constantemente su autoestima con reflexiones sobre ser especial y valiosa a manera de autoayuda terapéutica; por último, proyecta en su discurso un anhelo recurrente por el enamoramiento.

El lado oculto del **sujeto 6** tiene una recurrente compulsión a fijar su atención en la existencia o ausencia de su relación de pareja. Por otra parte, no parece haber observado suficientemente que, en ocasiones, sus acciones expresivas y formas relacionales contrastan, generando un choque conceptual con sus pretensiones y posturas de solemne intelectualidad.

Hasta aquí se ha realizado una interpretación cuidadosa sobre los rasgos de identidad de los sujetos estudiados con base en sus manifestaciones expresivas en la red sociodigital *Facebook* y en las entrevistas realizadas. Se han destacado elementos claves de las distintas esferas referidas a su autoimagen, heteroimagen y opinión de la alteridad,

además de sus perspectivas ideales/deseadas de sí, sus concepciones sobre lo que son potencialmente y sus puntos ciegos que detentan lo oculto para ellos mismos de su actuar y transitar en el entorno digital por medio de sus acciones significativas y comunicativas.

El análisis y la lectura interpretativa han permitido delinear perfiles generales y limitados al ambiente digital, pero claros y profundos, a partir de la detección de similitudes (congruencias) y disparidades (contrastes/contradicciones) entre sus relatos, autonarraciones, interacciones y comportamientos. Además se aportaron las principales estrategias mediadoras que los sujetos desarrollan para adecuar sus prácticas discursivas a sus pautas relacionales; por último el capítulo ha incluido una red mínima de sus círculos cercanos.

Anteriormente (capítulo 2) se habían detallado las diversas aristas de la comunicación desplegada por los jóvenes a lo largo del periodo de monitoreo en sus perfiles de *Facebook*, como parte de su actividad visible. Al hablar de comunicación están incluidos los rasgos específicos de interacción entre los jóvenes y sus pares, y todo esto analizado como signo representativo de la identidad en los sujetos.

El trabajo de investigación ha concluido y en adelante sólo resta sintetizar y condensar los hallazgos generados en el proceso que junto con la potencia interpretativa relacionada con los marcos conceptuales seleccionados permitirán concluir el estudio en función de la pregunta y la premisa de la investigación.

## Conclusiones

Los resultados arrojados por el presente estudio respecto a la identidad mediada por la interacción comunicativa de los seis jóvenes estudiados en *Facebook*, han demostrado que la construcción de sí mismos es un proceso abierto y en constante gestación a partir de sus actividades cotidianas, la observación asidua de sus pares, sus relaciones e interacciones con los alteres, la exploración de novedades, así como la reafirmación de sus intereses por medio de actos expresivos y contenidos compartidos.

En adelante se sintetizan ordenadamente los hallazgos y se relacionan con la premisa y pregunta de investigación para definir si se cumple, pero más aún cómo acontece el fenómeno que se estudió y de esta manera brindar una imagen concluyente que se alcanzó en esta investigación.

La pregunta de investigación general que ha guiado los esfuerzos del presente estudio es: ¿Cómo acontece la mediación de identidades a partir de las interacciones comunicativas gestadas entre jóvenes universitarios en la red sociodigital *Facebook*?

### ➤ Relevancias teóricas

Respecto al mundo digital afirman algunos investigadores que “Es un microespacio alejado del mundo de los adultos en el que los jóvenes disfrutan de todo tipo de productos y servicios (descarga de canciones, películas, videojuegos, entre otros) y donde incluso ellos mismos son objeto de consumo. El número de amigos en las redes sociales determinan el éxito social...” (García et al, 2010, 75). Así como Bauman (2009) afirma la búsqueda de autoproducirse para ser vendible, en redes sociodigitales los jóvenes buscan ser consumibles, es el propio acto de consumir, de ser visto y leído, lo que se persigue.

Al pensar la identidad en redes sociodigitales se devela que es imposible separar el concepto del entorno, del contexto, del marco situacional en que esas identidades se manifiestan por medio de un trabajo expresivo, es decir, se ha confirmado la noción de que la identidad ocurre en determinadas condiciones y circunstancias particulares, que como trasfondo determinan cómo se entiende, se mira y se determina la misma identidad de los actores involucrados en acciones e interacciones.

“When communicating through social networks, young people do not only aim to bridge the discrepancy between the ideal and the actual self [42], but they implicitly and, to some extent, unknowingly co-construct their identities and the context of communication where such identities will be interpreted and understood” (Durante, 2011, 612). [Cuando se comunican a través de redes sociales, los jóvenes no sólo intentan disminuir la discrepancia entre el yo ideal y el yo real [42], sino que implícitamente y hasta cierto punto, ellos

inconscientemente co-construyen sus identidades y el contexto comunicativo en el que dichas identidades serán interpretadas y entendidas].

Por tanto la identidad, se debe comprender como una dimensión que atraviesa al individuo, que muestra diversas caras, matices y elementos dependiendo desde dónde se le mire, esta es la condición de su labilidad; la propia identidad es múltiple, no se puede aprehender de forma absoluta ya que sus manifestaciones son siempre parciales y está en constante reconfiguración.

La mediación en este estudio se ha conceptualizado como el proceso que permite la vinculación del individuo con los otros recíprocamente, sin que se piense en una noción canónica, sino como aquellas estrategias básicas que permiten a cada sujeto arreglárselas con el mundo en cada situación. Por tanto, se puede decir que este proceso ocurre de forma permanente en las puestas en escena de los sujetos, lo aprenden gradualmente, de forma intuitiva e implícita, permite a cada joven delimitar sus intereses, expresarse, mantener sus lazos afectivos y crear nuevos vínculos.

Es fundamental encontrar un equilibrio dinámico que dé cuenta del fenómeno de redes sociodigitales como dispositivo tecnológico, práctica cultural y transformación social sin caer en el determinismo tecnológico –que postula un impacto directo de las herramientas- ni en el reduccionismo social –que postula las transformaciones a partir de las decisiones de agentes sociales exclusivamente-, sino bajo un paradigma complejo que comprenda el fenómeno como un todo caótico, multifactorial y con relaciones complementarias.

–Mientras que las primeras investigaciones intentaban traspasar el conocimiento que se tenía de las relaciones amistosas presenciales al mundo digital, las más recientes se preocupan más bien por buscar los “protocolos amistosos” que el propio entorno digital ha creado (o, mejor dicho, está creando)” (Huertas y Peñafiel, 2013, 4). Es interesante este giro o ampliación del análisis, ya que muestra la conciencia de que no sólo se traslada el mundo *offline* al *online*, sino que emerge un modo de ser propio del ecosistema digital. También ocurre, en algunos casos, que se desbordan los *patterns* del mundo digital a la convivencia *offline*, pero eso es ya un epifenómeno del que no se ocupa este trabajo.

Seguir realizando un corte tajante entre lo *online* y lo *offline*, es decir, entre la vida cotidiana en el ciberespacio y la que requiere presencia física, representa una disyunción artificial, ya que ambas dimensiones no sólo coexisten sino que se nutren mutuamente.

La repentina atención al mundo digital de Internet, y las investigaciones/estudios que en el ámbito académico se han comenzado a convertir en tópico recurrente, es debido a la necesidad de comprender, dada por lo complejo y vertiginoso del propio fenómeno. En tal situación, un *logos* sobre los usos del ciberespacio y los patrones sociales de las redes se convierte en el atisbo de pautas sociales emergentes revestidas como prácticas culturales.

–En las redes digitales así como en otros espacios, la definición de la identidad, ya sea social o individual, es asunto de contrastes, pero también de interlocuciones. Nos construimos en nuestro contexto, en articulación con más que en rechazo a los otros” (Trejo, 2012, 37). Aunque suele haber actitudes y enunciados autocríticos, en la mayoría de los casos se evidencia un comportamiento de defensa del ego, de enaltecerlo y de concentrarse en aquello que gusta de la propia personalidad y de los otros, así, al relacionarse con sus amistades son mínimas las posturas críticas; el debate o cualquier señalamiento – por honesto y bien intencionado que sea- se esquiva con tal de ser aceptado y mantener la armonía.

–La identidad define a los individuos y a los grupos que forma pero nadie tiene una sola identidad. Somos unos frente a los otros, somos otros delante de nosotros mismos” (Trejo, 2012, 28). Es entre estos polos que la vida de las personas transcurre en busca de un equilibrio dinámico. En cualquier caso, sea la introspección o la externalización, lo que atañe al sujeto es el *self*. Mostrarse o retraerse son extremos de la misma ecuación de sentido: atenderse a sí mismo.

#### ➤ Acontecimientos/Hallazgos

En cuanto a su interactividad relacionada con su sociabilidad en el marco de su identidad como forma de ser, el hallazgo es que hay una correspondencia transparente y directa, esto es, los jóvenes **1, 2 y 3** son altamente sociables y su porcentaje tanto de actividad como de interacción es alto, los jóvenes **4, 5 y 6** son menos sociables y sus números en cuanto acciones e interactividad disminuye considerablemente. Este hallazgo se triangula y obtiene a partir del conteo del monitoreo en el análisis de contenido, del análisis cualitativo de sus perfiles y de las afirmaciones que ellos hacen sobre sí en las entrevistas.

Los sujetos vinculados de forma cercana a cada joven estudiado son realmente pocos en contraste con la cantidad de amigos/contactos que llegan a tener en *Facebook*. En los diagramas de sus círculos cercanos, se observa que en cada esfera cercana al individuo no hay más de **4** grupos/personas incluidos y el total de las **3** esferas no excede los **8** contactos cercanos. Esto permite afirmar que los lazos significativos que los jóvenes trasladan del mundo *offline* a la red, que crean en la red y que mantienen por este medio son mínimos, tanto observado ahí como reconocido por los propios jóvenes.

Esto constata lo que se venía comentando en el estudio, la interactividad como forma de vinculación cercana no es el principal activo de *Facebook* sino la notoriedad, la aparición en público que representa una novedad con gran alcance. A pesar de esto, lo que sí ocurre en esta red es una explosión de afectividad recurrente por parte de los jóvenes estudiados, quienes de forma recíproca manifiestan el cariño por su gente cercana; pocas amistades, criterio de selectividad y alta tendencia afectiva en su comunicación.

Respecto a los recursos expresivos que utilizan los jóvenes se puede concluir que existe una paradoja en cuanto su repertorio, por un lado e inicialmente es homogéneo, predecible, es decir, se redonda entre el uso de emoticones, anglicismos típicos, abreviaturas, coloquialismos, imágenes que circulan incansablemente por la red, videos virales, frases hechas, bromas y difícilmente crean algún contenido propio, o dinámica distinta, como plantear algún foro, debate o juego; pero por otra parte, dentro de ese embudo expresivo limitado hay una inmensa variedad de elementos en cada uno de los rubros antes mencionados y en la recombinação que pueden hacer de ellos.

Es evidente que reformulan o deforman –según como se desee pensar- el lenguaje, que no suelen pensar ni esforzarse por alcanzar gran originalidad ni estética en sus expresiones, pero que sí les interesa marcar su propio estilo entre sus círculos cercanos y expresarse de forma divertida ante los demás, así como interactuar con dominio, confianza y asertividad. Esto habla de una afirmación dual de su identidad: en tanto son parte de sus comunidades/audiencias donde pueden ser entendidos y recibidos sus comentarios, y en tanto se distinguen/desmarcan de los demás, pero desde adentro de esa lógica y contexto.

Todos los jóvenes estudiados muestran una capacidad arraigada para ajustar su comportamiento léxico-semántico en función de la situación, la temática y los interlocutores. Con esto confirman su empoderamiento en este medio digital con base en sus estrategias de conocimiento social adquirido, así como una conciencia de su libertad y alcances en estos medios, pero también de las amenazas, riesgos e injusticias que ellos definen claramente al expresar lo que les gusta y no les gusta de dicha red. Con esto no se indica que todo lo hagan exitosamente, sino que comprenden el entorno en que se desenvuelven y por tanto sus decisiones no son inocentes si les perjudican ni casuales si les benefician.

Las manifestaciones de identidad en los jóvenes son mayormente implícitas, a saber, se pueden encontrar sus rasgos identitarios principalmente en su afiliación a grupos, gustos, actividades, en sus ideas manifestadas, en los contenidos compartidos, en sus imágenes antes que en autorreferencias manifiestas de sí mismos. Aunque sí llegan a ocurrir autodefiniciones y enunciaciones de sí por parte de los sujetos (y en estos casos son muy reveladoras), son mínimas estas pautas explícitas, salvo en las entrevistas. Por tanto la identidad se halla más en la actividad cotidiana, procesual que en descripciones clasificadoras de los jóvenes.

El cuerpo, la imagen física de los sujetos es un tema recurrente, en el caso de los jóvenes más sociables se enfatiza este aspecto y en el caso de los más reservados aunque no se menciona tanto, las pocas veces que se hace, se precisa la relevancia en juego del autoestima y la conformidad con sus *selves*, e incluso el no hablar de eso o no darle importancia al físico es un punto de partida en las prioridades que establecen en cuanto a su forma de ser.

Otro hallazgo destacado y trascendente en su actividad digital es el marcado grado de selectividad que tienen respecto a la distinción entre contactos, compañeros, conocidos y quienes consideran amistades, así como familiares o parejas. Esta habilidad social los lleva a tener actitudes diferenciadas relacionadas con el nivel de intimidad y afectividad externado. De aquí se desprende también un aspecto remarcable: la inminente tendencia a relacionarse a partir de manifestaciones afectivas con sus pares, aspecto ya destacado con porcentajes en el cuerpo del trabajo.

La convivencia y el esparcimiento son nodales para los sujetos de estudio, lo planean y coordinan en la red, lo realizan compartiendo y observando contenidos que les divierten, y a pesar de sí haber diferencias en cuanto a las formas predilectas de diversión, ya que algunos prefieren las fiestas, salidas a bares, reuniones (**sujetos 1, 2 y 3**), otros, tiempo para realizar manualidades, paseos y actividades de mayor introspección (**sujetos 4 y 5**) o en su defecto una mezcla de estos con énfasis en la lectura, aprendizaje y desarrollo académico (**sujeto 6**); la constante es que procuran pasarla bien.

De la mano con esta orientación a la convivencia y al placer, se identifica en la mayoría de los casos una actitud comprometida con las actividades que realizan, constancia y deseos de mejorar su desempeño sea en la gimnasia, en la escuela, en la música, en la motivación o en la lectura. Esto se constató con las entrevistas aunque previamente ya se señalaba.

Los jóvenes estudiados muestran que *Facebook* es un espacio digital para el diálogo sí, pero más aún para la reflexión a partir de la expresión, para el desahogo, para compartir con los demás los propios anhelos, angustias, placeres y displaceres, para visibilizarse, aparecer atractivos ante los otros sea por el físico, por el intelecto, por los valores, etcétera; la intención es estar presente en la conciencia de sus allegados y desdoblarse cada vez más talentos o habilidades que permitan reconfigurar y a la vez fortalecer la identidad.

Precisando la respuesta a la pregunta de investigación, la manera en que acontece la mediación de identidades, es a partir de la actividad comunicativa de los jóvenes enfocada en participar, procurarse a sí mismos y a los otros, expresar afecto, multiplicar la atención en sus diversos públicos, ser selectivos, buscar hacer sentir bien a los demás y principalmente ser halagados y reconocidos. Comprenden que hay personas en la red que no son sus amistades, sin embargo, siendo cuidadosos y mesurados, igual buscan agradecerles.

Cada sujeto orienta sus acciones comunicativas hacia los ámbitos en que ellos se consideran más favorecidos, talentosos y atractivos. Sus ambiciones profesionales y personales, confesadas a partir de las entrevistas se pueden leer tenue pero claramente en sus expresiones comunicativas en la red; sus puntos ciegos o rasgos no enunciados ni concientizados pero manifestados a través de acciones y conductas se mueven entre el

enamoramiento, la socialización, el narcicismo, la sensualidad, la importancia del físico y el apego emocional.

En la premisa de investigación se establecen como rasgos relevantes de la identidad en los individuos, sus prácticas culturales así como sus expresiones comunicativas por medio de lo simbólico del hombre, su lenguaje y la dimensión grupal / comunitaria de su socialización. Hasta aquí se puede afirmar que estos elementos quedan evidenciados de manera general en el estudio, aunque vale admitir que el énfasis comunitario es cada vez menor, siendo tomado su lugar por lo microsical, pares, tercias o cuartetos de personas que dialogan y conviven.

Se planteaba también en la premisa, que las redes sociodigitales son lugares de socialización que influyen las prácticas y la percepción de los individuos, convirtiéndose (*Facebook*) en espacios potencialmente novedosos de conocimiento e información. Es pertinente precisar que aunque sí usan los jóvenes esta red para socializar, le preponderancia está en ser una ventana para la visibilización y notoriedad. Por otra parte, efectivamente influye la concepción del mundo cotidiano de los jóvenes, sus prácticas y representa un dispositivo disruptivo de conocimiento y acceso a información, más aún al permitir la producción de ambos y la figura del prosumidor, sin embargo, los sujetos acceden a la red principalmente con intencionalidad de convivencia y esparcimiento; hedonista.

Por último se afirmaba que se gesta una red de ideas e interacción que participa en la construcción identitaria a la vez que es síntoma de la misma, como fenómeno complejo de causa y efecto simultáneo. Esta es una confirmación contundente y representa un hallazgo no tan novedoso pero irrefutable, del nivel de complejidad entre la interacción y la identidad con sus otras coordenadas que pueden ser estudiadas e imbricadas en el fenómeno: el mundo *online* y el mundo *offline*, cuyo nivel de implicación y continuo intercambio han ensanchado los fenómenos sociales e individuales, así como las capacidades constructivas de los jóvenes para su autoproducción y la co-creación del contexto social -de ambas dimensiones, en línea y fuera de línea, perfectamente sintetizado por Floridi (2012)- *onlife*.

#### ➤ Aportes metodológicos

El presente estudio, al cumplir con el objetivo de analizar las interacciones comunicativas y su implicación en la reconfiguración identitaria, aporta algunos instrumentos metodológicos que podrían ser útiles para estudios complementarios respecto a la actividad cotidiana en redes sociodigitales. Algunos de estos elementos, se mencionan a continuación:

- Categorización y clasificación de los tipos de contenido multimedia que se producen y circulan en las redes.

- Instrumento guía para analizar el contenido comunicativo y las expresiones de identidad en las diversas publicaciones en redes.
- Herramientas infográficas para destacar los tópicos más recurrentes o el principal interés de un grupo, una comunidad o un individuo.

➤ Nuevos escenarios de investigación

En un estudio de esta naturaleza, con una temática amplia y general, pero con un número limitado de sujetos de estudio (informantes clave), con enfoque cualitativo y complementos cuantitativos, surgen muchos temas alternos, líneas de investigación y escenarios a explorar dentro del fenómeno sociodigital.

Es a partir de las dudas propias despertadas en el investigador, a partir del abordaje empírico, así como por la imposibilidad de abarcar toda temática que se abren nuevas áreas y campos con suficiente importancia para ser explorados por otros investigadores, y aún no agotados, como para que sea justificable su desarrollo. Entre estos escenarios que el presente trabajo no aborda, pero que de manera tangencial apunta, estarían estudios enfocados a determinar:

- La influencia y uso de redes sociodigitales como formadoras de comunidades entre personas que han suspendido interrelaciones y perdido contacto por etapas considerables de sus vidas;
- La estructura psíquica aspiracional de los prosumidores y sus actos *online* motivados por la misma;
- La publicidad implícita en las redes sociodigitales, a partir de la venta de información de los servicios de redes (empresas como *Facebook*, *Twitter* y otras) a compañías que comercian productos y/o servicios, y sus repercusiones culturales y económicas en determinados nichos de usuario;
- El funcionamiento de la red semántica o web 3.0 y sus efectos en la censura o libertad de expresión, vía la hiper-personalización de contenidos.

Hasta aquí, el investigador ha analizado los principales elementos comunicativos que despliegan los actores estudiados y la manera en que estas pautas interactivas median, modifican, ajustan y reconfiguran sus identidades parcialmente, con lo que se esclarecen puntualmente, el estilo y sentido a través de los cuales, los jóvenes se convierten en auténticos escultores de sí mismos.

## Referencias

- Álvarez-Gayou, J. 2004, Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología. Paidós, México.
- Arcila, C. 2008, Categorías para la comprensión de las interacciones digitales. La identidad como mediadora de la comunicación en los entornos virtuales, Telos, Octubre-Diciembre No. 77.
- Arellano, E. y Noboa, A. 1999, Reflexiones de la Comunicación Mediada. Entrevista con el Dr. José Luis Piñuel Raigada, *Razón y Palabra*, Número 13, Año 4.
- Bauman, Z. 2003, Modernidad líquida. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.
- Becerra, L. y Patiño, L. 2013. Evolución del comportamiento de consumidor basado en el concepto prosumidor. Trabajo de grado. Universidad Católica de Pereira. Recuperado el 06 de noviembre de 2015 <http://biblioteca.ucp.edu.co:8080/jspui/bitstream/10785/1691/3/CDMAE113.pdf>
- Beck, U. 1998, Qué es la globalización. Paidós, Barcelona.
- Benhabib, S. 2006, Las reivindicaciones de la cultura: igualdad y diversidad en la era global. Katz, Buenos Aires.
- Bernasconi, O. 2015, Introduciendo la moral en los estudios sociales del self. Polis 41 / Publicado el 22 de septiembre. Recuperado el 30 de octubre de 2015. Disponible en: <http://polis.revues.org/11196>
- Bernete, F. 2010, Usos de las TIC, relaciones sociales y cambios en la socialización de las y los jóvenes. Revista de Estudios de Juventud, Número 88, pp 97-114.
- Bolz, N. 2006, Comunicación mundial. Katz, Buenos Aires.
- Bonet, L. 2015, La retroalimentación entre la autoestima y la actividad digital en el colectivo adolescente. Tesis para optar al título de Grado en Comunicación, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona, España.
- Bourdieu, P. 1999, ¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios lingüísticos. Akal, Madrid.
- Boyd, D. *Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications*. In Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites; Papacharissi Z., Ed.; Routledge: London, UK, 2010.

- Castells, M. 2001, La era de la Información. Economía, Sociedad y Cultura. Vol. II El poder de la Identidad. Madrid, Alianza.
- Constante, A. y Chaverri R. Coord. 2015, World Wide Web y la formación de la subjetividad. Afinita Editorial, México.
- Constante, A. Coord. 2013, La filosofía y las nuevas tecnologías. Ediciones Sin Nombre, México, D.F.
- Crovi, D., Garay, L., López, R. y Portillo, M. 2013. Jóvenes y apropiación tecnológica. La vida como hipertexto. México: Sitesa/UNAM.
- Dominguez, D. 2012, Escenarios híbridos, narrativas transmedia, etnografía expandida. Revista de Antropología Social, 21: 197-215.
- Dor, J. 2006, Estructuras clínicas y psicoanálisis. Amorrortu, Buenos Aires.
- Durante, M. 2011, The Online Construction of Personal Identity through Trust and Privacy Information 2011, 2(4), pp. 594-620.
- Facebook contribuye al desarrollo de la personalidad de los jóvenes, (2008, noviembre 19). Tecnología. El País. Extraído el 19 de junio, 2016. Disponible en [http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2008/11/19/actualidad/1227086883\\_850215.html](http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2008/11/19/actualidad/1227086883_850215.html)
- Flichy, P. 2003, Lo imaginario de Internet. Tecnos, España.
- Floridi, L. 2012, Technologies of the Self. *Philos. Technol.* 25, pp. 271–273. Recuperado el 27 de noviembre de 2015. Disponible en: [http://www.academia.edu/14389461/Technologies\\_of\\_the\\_Self](http://www.academia.edu/14389461/Technologies_of_the_Self)
- Foucault, M. 2012, Las palabras y las cosas. Una arqueología de las ciencias humanas. Siglo XXI, México.
- Foucault, M. 1992, El orden del discurso. Tusquets, Buenos Aires.
- Foucault, M. 1990, Tecnologías del yo y otros textos afines, Paidós, Barcelona.
- Follari, R. 1990, Modernidad y postmodernidad: una réplica desde América Latina. Serie Cuadernos, Bs. As. Reí Argentina SA. Instituto de Estudios y Acción Social. Aique Grupo Ed. [http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos\\_digitales/4061/02-jalif.pdf](http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/4061/02-jalif.pdf)
- Galindo, J. 2006, Cibercultura. Un mundo emergente y una nueva mirada. México, CONACULTA/Instituto Mexiquense de Cultura.

- García, N. 2002, ¿Hacia culturas híbridas? En: Claves para el Siglo XXI. UNESCO, Barcelona.
- García, A. et al. 2010, Comunicación y comportamiento en el ciberespacio. Actitudes y riesgos de los adolescentes. Icaria, Barcelona.
- Guerrero, E. 2014, Reseña del libro de Covi, Delia, Garay, Luz María, López, Rocío y Portillo, Maricela. Laboratorio de Educación, Tecnología y Sociedad, enero, CINVESTAV, S/P.  
<http://lets.cinvestav.mx/DesdeLETS/TabId/134/ArtMID/543/ArticleID/26/J243vens-y-apropiaci243n-tecnol243gica-La-vida-como-hipertexto.aspx>
- Giddens, A. 1998, Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea, Barcelona, Ediciones Península.
- Giddens, A. 1993, Consecuencias de la modernidad. Madrid, Alianza.
- Goffman, E. 2001, La presentación de la persona en la vida cotidiana. Buenos Aires, Amorrortu.
- Habermas, J. 2007, Teoría de la acción comunicativa. Racionalidad de la acción y racionalización social 3ª edición, México D.F., Taurus.
- Habermas, J. 1981, Historia y crítica de la opinión pública. Gustavo Gili, Barcelona.
- Huertas A. y Peñafiel C. 2014, Reflexión teórica sobre la construcción de la Identidad Online o –Social-Self?. IV Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC) "Espacios de Comunicación". Universidad del País Vasco, 21-24 de enero.
- Islas, O. 2011, El prosumidor. El actor comunicativo de la sociedad de la ubicuidad. Palabra Clave, vol. 11, núm. 1, junio, 2008, pp. 29-39 Universidad de La Sabana Bogotá, Colombia <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64911103>
- Jalif, C. 1990, Modernidad y Postmodernidad: la visión de Roberto Follari. Este libro fue presentado en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza, Argentina, en noviembre. [Fecha de consulta: 04 de mayo de 2015] Disponible en: [http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos\\_digitales/4061/02-jalif.pdf](http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/4061/02-jalif.pdf)
- Jameson, F. 2002, El posmodernismo y la sociedad de consumo, en: El giro cultural. Escritos seleccionados sobre el posmodernismo 1983-1998. Buenos Aires, Manantial, pp. 14-38.
- Lash, S. 2005, Crítica de la información. Amorrortu, Buenos Aires.

- León, M. 2012, Reseña de "De la vanguardia al cyborg", de Juan Manuel Aragüés Estragués. La posmodernidad cepillada a contrapelo. El Viejo Topo No. 296, pp. 75-77, 25 de septiembre, [Fecha de consulta: 15 de octubre de 2014] Disponible en: <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=156590>
- León, J. 2005, Metodología para la detección de requerimientos subjetivos en el diseño de producto. Tesis para optar al título de Doctor en Ingeniería, por la Universidad Politécnica de Catalunya, Barcelona, España.
- Lewis, K; Kaufman J; González M; Wimmer A; Christakis N. 2008, Tastes, ties and time: A new social network dataset using Facebook.com. *Social Networks*, 30, oo, 330-342.
- Lipovetsky, G. 1987, La era del vacío: Ensayos sobre el individualismo contemporáneo. Anagrama, Barcelona.
- López, A. 2011, La construcción del capital social en las redes sociales en Internet: Discutamos México en Facebook. Tesis para optar al título de Doctor en Ciencias Políticas y Sociales, Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México, México, D.F.
- Maffesoli, M. 2000, *Sociedad o comunidad: Tribalismo y sentimiento de pertenencia*. En: Caminos del pensamiento, hacia nuevos lenguajes. UNESCO, París.
- Marcús, J. 2011, Apuntes sobre el concepto de identidad. Intersticios, volumen 5, pp. 107-114.
- Martín, M. 2007, Teoría de la Comunicación. La comunicación, la vida y la sociedad. Madrid, Mc Graw Hill.
- Martín, M. 1992, Teoría de la comunicación I. Epistemología y análisis de la referencia, México, UNAM Campus Acatlán.
- Martín, M. 1977, La mediación social. Akal, Madrid.
- Martínez, Y. y De Salvador, S. 2014, El Prosumer como producción de usuarios: más allá de Wreaders y de Prosumers. *Razón y Palabra*, Número 86, Abril-junio.
- Mayans i Planells, 2002, Nuevas Tecnologías, Viejas Etnografías. Objeto y método de la antropología del ciberespacio. Fuente Original: Revista Quaderns del ICA, 17-18, Observatorio para la CiberSociedad en <http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=23>

- Medina, V. Coord. Et al 2012, Consumo cultural de los jóvenes de la zona metropolitana del Valle de México. (PAPIME PE 300207. Formación en estudios de mercado y opinión pública) México: Facultad de Estudios Superiores Acatlán, UNAM.
- Mills, C.W. 1956, The power elite. Oxford University Press, Nueva York.
- Moles, A. y Rohmer E. 1973, Teoría de los actos. México, Trillas.
- Morin, E. 2009, El método 3. El conocimiento del conocimiento. Cátedra, Madrid.
- Moscovici, S. 1979, El Psicoanálisis, su imagen y su público. Ed. Huemul, Buenos Aires, 1979, 2da edición.
- Muñoz S., C. 2008, Reseña de "Ciberculturas 2.0 en la era de las máquinas inteligentes" de Alejandro Piscitelli. El Hombre y la Máquina, (enero-junio): [Fecha de consulta: 15 de octubre de 2014] Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=47803014>> ISSN 0121-0777
- Ortiz, R. 2014, Universalismo y diversidad. Contradicciones de la modernidad-mundo. Prometeo, Buenos Aires.
- Pineda, A. 2013, Lebenswelt 2.0. Posibles lecturas desde la Filosofía. En Constante, A. Coord. La filosofía y las nuevas tecnologías. Ediciones Sin Nombre, México, D.F.
- Piscitelli, A. 2002, Ciberculturas 2.0. En la era de las máquinas inteligentes. Paidós, Buenos Aires.
- Ricoeur, P. 1999, Respuesta a mis críticos, *Fractal* n°13, abril-junio, año 3, volumen IV, pp. 129-137. Recuperado el 01 de diciembre de 2015, disponible en: <http://www.mxfractal.org/F13ricoe.html>
- Ricoeur, P. 1996, Sí mismo como otro. Siglo XXI, Madrid.
- Revilla, M. 2010, Comunicación: información y representaciones. 1ª edición, México D.F., UNAM.
- Rojas, R. 2013, Guía para realizar investigaciones sociales. Plaza y Valdéz, México, D.F.
- Rubio-Romero, J. y Perlado Lamo de Espinosa, M. 2015, El fenómeno WhatsApp en el contexto de la comunicación personal: una aproximación a través de los jóvenes universitarios, *Icono* 14, volumen (13), pp. 73-94. doi: 10.7195/ri14.v13i2.818
- Salazar, J. 2011, Estado actual de la Web 3.0 o Web Semántica. *Revista Digital Universitaria*, Volumen 12 Número 11, [Fecha de consulta: 09 de septiembre de 2014] Disponible en: <http://www.revista.unam.mx/vol.12/num11/art108/art108.pdf>

- Serrano-Puche, J. 2012, La presentación de la persona en las redes sociales: una aproximación desde la obra de Erving Goffman. *Anàlisi*, 46, pp. 1-17.
- Scolari, C. 2008, Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Barcelona, Gedisa.
- Tabachnik, S. 2006 Anonimato, enunciación y verdad en las comunidades virtuales. Cosas dichas entre lo público y lo privado. *Revista Latinoamericana de Comunicación Social (ALAIIC)*, Año III, N°5, San Pablo, Brasil.
- Tapscott D. y Williams A. 2006, Wikinomics. How Mass Collaboration Changes Everything. Portfolio, Estados Unidos.
- Tarjat, C. 2012, La postmodernidad, *Aragonesa* 31-37. Extraído el 02 de abril de 2015 [http://www.mercaba.org/FICHAS/Sociedad/la\\_postmodernidad.htm](http://www.mercaba.org/FICHAS/Sociedad/la_postmodernidad.htm)
- Trejo, R. 2012, Somos constelaciones. Medios tradicionales y redes sociales en la construcción de la identidad. *ALAIIC, N. 17 (9)*, PP. 26-38.
- Wolton, D. 2004, La otra mundialización. Gedisa, Barcelona.
- Zhao, Shanyang; Grasmuck, Sherri y Martin, Jason 2008, Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, 24, pp.1816–1836.

## ANEXOS

### Glosario de comunicación digital

A continuación se presenta un glosario de términos relacionados particularmente con *Facebook*, redes sociodigitales y el mundo *online* en general, que permitirá comprender los tecnicismos utilizados en el cuerpo del trabajo, y por tanto, una lectura fluida del mismo.

- Actualizar: se usa para referirse al hecho de modificar o renovar la fotografía de perfil o el estado.
- Amigos: con este término se nombra a los contactos en *Facebook*.
- Biografía: es el perfil de cada usuario donde se encuentra toda la información biográfica proporcionada por la persona, sus fotografías, eventos, grupos, gustos y *timeline*.
- *Blogger*: bloguero en castellano; se refiere a la persona que ha abierto un blog (cuenta que permite publicar contenido de forma personalizada y cuya principal función es compartir información que el autor elige, principalmente textual) y suele ser reconocida (famosa) en el ciberespacio por la información que comparte y produce.
- Comentario: es la acción de comentar una publicación previamente realizada en *Facebook*.
- Compartir: esta acción representa compartir contenido, de cualquier tipo (textual, audiovisual, etc.) que algún amigo ha publicado previamente. Al utilizar esta función se puede agregar un estado o publicación propia y necesariamente se incluirá el crédito del autor de ese post.
- Emotición: también conocido como icono gestual o *emoji*, y que por su origen en inglés significa icono de emoción, es representación de rostros humanos y diversas figuras que se usan para expresar una emoción o elemento. En un principio eran hechos con símbolos y hoy en día existen gran cantidad de imágenes/emoticones que circulan en internet, además de las que servicios de mensajería instantánea y redes sociodigitales ofrecen como parte de su repertorio expresivo.
- Estado: este término designa una publicación (regularmente textual) que el usuario realiza al responder la pregunta que *Facebook* hace en la biografía de cada uno “¿Qué estás pensando?”
- Etiquetar: es la acción que permite escribir el nombre de un amigo/contacto de forma que esa persona será notificada de esa publicación y tendrá acceso a ella directamente. Esta función se realiza en las publicaciones de estado o en las fotografías, que permiten anotar el nombre sobre el rostro de los que aparecen en la imagen, y de esta forma ser identificados.

- Evento: *Facebook* tiene una función para organizar eventos, privados o públicos que permite a cualquier persona, figura pública, institución y organización coordinar eventos, invitar personas y detallar las características.
- *Fan page*: es un tipo de páginas que requiere condiciones distintas al registrar la cuenta en *Facebook*, entre ellas un pago, ya que servirá la cuenta servirá para captar público; suele ser utilizado por marcas (empresas), políticos, famosos, o particulares que pretenden promover su imagen o alguna actividad/negocio, etcétera.
- Fotografía de perfil: es la fotografía o imagen que cada usuario selecciona para su perfil y esta será la primera visión que los demás tendrán del usuario junto con su nombre de contacto. Sirve como carta de presentación y forma en que aparece la persona.
- Fotografía de portada: es la imagen que se selecciona para el fondo de la biografía y que es visualizada al momento de ingresar al perfil de la persona.
- Grupos: *Facebook* ofrece la opción de crear grupos abiertos o cerrados, en que las personas serán incluidas para de forma selectiva y privada compartirse información y conversar. Esta opción sirve particularmente para labores específicas, iniciativas e intereses de los individuos.
- *Hash Tag* (HT): proveniente de la red sociodigital *Twitter*, es una función que se activa al escribir “#” y texto junto; representan etiquetas temáticas que los usuarios quieren destacar en sus publicaciones.
- *Inbox*: es el término en inglés con que se nomina el espacio de *Facebook* en que los usuarios se envían mensajes de forma privada, oculta y personal. Se utiliza como opción de privacidad para las conversaciones entre las personas.
- *Like*: es la famosa acción que el botón de *Facebook* (“Me gusta” en castellano), provee para indicar agrado o interés por alguna publicación vista.
- *Meme*: contenido, idea o imagen simbólica que se transmite de forma viral y se convierte en referente cultural para los usuarios del ciberespacio.
- *Messenger*: es la aplicación en los teléfonos móviles de los mensajes *inbox* antes descritos.
- *Offline*: es el término que en la literatura científica del mundo digital se utiliza para definir cuando un sujeto está desconectado, o fuera de línea, es decir, la cotidianidad cara a cara, presencial, antes llamada real, que pertenece al universo de los átomos.
- *Online*: término igualmente utilizado como diferenciador de lo *offline*, y que refiere a todo el universo digital y las acciones llevadas a cabo por los individuos en el marco de la conexión a la red.
- Perfil de personaje público: es un perfil que se puede crear, con requerimientos especiales, principalmente para personas públicas que ocupan cargos públicos, o son famosos y reconocidos en la esfera pública.

- *Post* (postear): el post se refiere a algo que se publica o muestra, en este caso se trata información. Toda publicación de cualquier tipo se puede considerar un post de dicha persona. Y postear sería el acto de publicar.
- *Selfie*: es un tipo de fotografía que es realizada por la propia persona que aparecerá en la imagen, este tipo de fotografías pueden ser individuales o grupales.
- Solicitud de amistad: para tener contactos en *Facebook* se utiliza la función de enviar solicitudes de amistad a la(s) persona(s) que los usuarios desean tener como amigos en su perfil, como parte de su círculo interactivo en la red.
- Subir/bajar archivos: también se designan estas acciones como cargar o descargar archivos, que representa agregar contenido a la red, al publicar un archivo o apropiarse de contenido al descargarlo.
- *Timeline*: el término que en castellano significa línea de tiempo, en este contexto se refiere a las ocurrencias y manifestaciones expresivas acontecidas en el perfil de los individuos y sus amigos que se muestran cronológicamente.

### Guion metodológico

La tabla que ahora se presenta es el **guion metodológico**, herramienta que actúa como una guía puntual para estructurar y determinar los instrumentos utilizados que permiten responder a cada pregunta de investigación.

**Pregunta general** de investigación: ¿Cómo acontece la mediación de identidades a partir de las interacciones comunicativas gestadas entre jóvenes universitarios en la red sociodigital *Facebook*?

¿Qué información busco? (Capítulos)	¿Dónde la encuentro? (Fuentes)	¿Con qué técnicas? (auxiliares del método)	¿Con qué instrumentos? (registros de información)
--	-----------------------------------	---	--

¿Cuáles son las características de forma y contenido de las expresiones e interacciones entre los jóvenes universitarios en la red socio digital <i>Facebook</i> ?	Publicaciones en las que existen elocuciones con intención expresiva de los jóvenes universitarios al interior de <i>Facebook</i>	Observación participante y análisis de contenido	Bitácora y Tabla de categorías y unidades de análisis.
¿Qué percepción expresan los jóvenes de sí mismos, de sus pares y de los vínculos construidos?	Publicaciones de autoreferencias, referencia a sus pares o a la relación de los jóvenes universitarios al interior de <i>Facebook</i>	Análisis de contenido, etnografía y análisis discursivo.	Tabla de categorías y unidades de análisis. Textos e imágenes en capturas de pantalla.
¿Cuál es la representatividad de sus discursos en su construcción identitaria en la red sociodigital <i>Facebook</i> ?	Publicaciones totales, incluyendo las exclusivamente icónicas de los jóvenes universitarios al interior de <i>Facebook</i>	Análisis de contenido, análisis discursivo y entrevistas semiestructuradas de tipo cualitativo.	Cuestionario-batería de preguntas. Textos e imágenes en capturas de pantalla.

### Ficha para la bitácora de la Observación Participante

	Saludos, despedidas y presentaciones	Diálogos	Conversaciones múltiples	Discusiones, debates y otros	Características temáticas /Contenido	Características formales /Estilo	Situaciones, contingencias y/o relevancias
Día 1							

D ía 2							
D ía 3							
D ía 4							
D ía 5							
D ía n ...							

**Tabla de categorías y unidades de análisis para el Análisis de Contenido**

Concepto	Categoría	Subcategoría	Unidades de análisis
1. Identidad	1.1. Autoreferencia  1.2. Heteroimagen  1.3. Opinión de la alteridad	1.1.1. Implícita 1.1.2. Explícita ***** 1.1.3. Aprobación 1.1.4. Desaprobación  1.2.1. Favorable 1.2.2. Desfavorable  1.3.1. Simpatía 1.3.2. Indiferencia 1.3.3. Antipatía	<b>El tema y la palabra</b>

	<p>1.4. Autoimagen</p> <p>1.5. Estado anímico</p> <p>1.6. Gustos e intereses</p> <p>1.7. Posicionamientos / Declaraciones</p> <p>1.8. Orientación a la relación</p>	<p>1.4.1. Conformidad 1.4.2. Inconformidad</p> <p>1.5.1. Emotivo 1.5.2. Alegre 1.5.3. Reflexivo 1.5.4. Neutro 1.5.5. Angustiado 1.5.6. Iracundo 1.5.7. Desmotivado</p> <p>1.6.1. Lúdicos / entretenimiento 1.6.2. Aprendizaje 1.6.3. Convivencia 1.6.4. Musicales 1.6.5. Culturales 1.6.6. Deportivos 1.6.7. Consumo</p> <p>1.7.1. Sentimentales 1.7.2. Políticos / económicos 1.7.3. Temáticas tendencia 1.7.4. Filiación 1.7.5. Socioculturales</p> <p>1.8.1. Alta 1.8.2. Media 1.8.3. Baja</p>	
2. Interacción comunicativa	<p>2.1. Saludos / Contacto</p> <p>2.2. Diálogos breves</p>	<p>2.1.1. Entusiasta 2.1.2. Amable 2.1.3. Neutro 2.1.4. Hosco 2.1.5. Apático</p> <p>2.2.1. Teleológicos 2.2.2. Normativos 2.2.3. Dramatúrgicos 2.2.4. Comunicativos ***** 2.2.5. Amenos 2.2.6. Neutros 2.2.7. Hostiles</p>	<b>El tema y la palabra</b>

	2.3. Diálogos extensos	2.3.1. Teleológicos 2.3.2. Normativos 2.3.3. Dramatúrgicos 2.3.4. Comunicativos ***** 2.3.5. Amenos 2.3.6. Neutros 2.3.7. Hostiles	
	2.4. Relatos de sucesos	2.4.1. Deseados 2.4.2. Indeseados ***** 2.4.3. Programados 2.4.4. Espontáneos	
	2.5. Discusiones	2.5.1. Temas públicos 2.5.2. Temas privados ***** 2.5.3. Racionales 2.5.4. Emocionales	
	2.6. Reconocimientos	2.6.1. De admiración 2.6.2. De cortesía 2.6.3. De aprecio 2.6.4. De crítica/ apoyo	
	2.7. Eventos/Aniversarios <i>Offline</i>	2.7.1. Interacción íntima / de cercanía 2.7.2. Neutral 2.7.3. Desencuentro	
	2.8. Intercambio exclusivamente icónico	2.8.1. Fotográfico 2.8.2. Audiovisual 2.8.3. Imagen prefabricada / Emoción 2.8.4. <i>Meme</i>	

### **Cuestionario / tópicos para Entrevistas Cualitativas**

- ¿Desde hace cuánto tiempo utilizas Facebook?
- ¿Qué otras redes sociales usas?
- Aproximadamente ¿qué tan frecuentemente te conectas a Facebook?
- ¿Qué actividades desempeñas actualmente en tu vida cotidiana?

- ¿Qué sueles hacer en tus tiempos libres?
- ¿Cuáles son tus pasatiempos?
- ¿Para qué usas Facebook regularmente? Y ¿qué te gusta y qué te desagrada de esta red?
- Plátame cómo aceptas a tus amigos en Facebook, a quiénes agregas, das like, etcétera...
- ¿Con base en qué criterios eliges tu foto de perfil?
- ¿Has utilizado esta red social con propósitos académicos? Específicamente ¿cómo?
- En tu entorno offline, digamos presencial, ¿cómo seleccionas a tus amistades? ¿Dónde las conoces?
- ¿Qué opinas de ti como persona? Es decir ¿Cómo consideras que eres? Gustos, forma de ser, formas de pensar, de actuar...

## ANEXOS

### Glosario de comunicación digital

A continuación se presenta un glosario de términos relacionados particularmente con *Facebook*, redes sociodigitales y el mundo *online* en general, que permitirá comprender los tecnicismos utilizados en el cuerpo del trabajo, y por tanto, una lectura fluida del mismo.

- Actualizar: se usa para referirse al hecho de modificar o renovar la fotografía de perfil o el estado.
- Amigos: con este término se nombra a los contactos en *Facebook*.
- Biografía: es el perfil de cada usuario donde se encuentra toda la información biográfica proporcionada por la persona, sus fotografías, eventos, grupos, gustos y *timeline*.
- *Blogger*: bloguero en castellano; se refiere a la persona que ha abierto un blog (cuenta que permite publicar contenido de forma personalizada y cuya principal función es compartir información que el autor elige, principalmente textual) y suele ser reconocida (famosa) en el ciberespacio por la información que comparte y produce.
- Comentario: es la acción de comentar una publicación previamente realizada en *Facebook*.
- Compartir: esta acción representa compartir contenido, de cualquier tipo (textual, audiovisual, etc.) que algún amigo ha publicado previamente. Al utilizar esta función se puede agregar un estado o publicación propia y necesariamente se incluirá el crédito del autor de ese post.
- Emotición: también conocido como icono gestual o *emoji*, y que por su origen en inglés significa icono de emoción, es representación de rostros humanos y diversas figuras que se usan para expresar una emoción o elemento. En un principio eran hechos con símbolos y hoy en día existen gran cantidad de imágenes/emoticones que circulan en internet, además de las que servicios de mensajería instantánea y redes sociodigitales ofrecen como parte de su repertorio expresivo.
- Estado: este término designa una publicación (regularmente textual) que el usuario realiza al responder la pregunta que *Facebook* hace en la biografía de cada uno “¿Qué estás pensando?”
- Etiquetar: es la acción que permite escribir el nombre de un amigo/contacto de forma que esa persona será notificada de esa publicación y tendrá acceso a ella directamente. Esta función se realiza en las publicaciones de estado o en las fotografías, que permiten anotar el nombre sobre el rostro de los que aparecen en la imagen, y de esta forma ser identificados.

- Evento: *Facebook* tiene una función para organizar eventos, privados o públicos que permite a cualquier persona, figura pública, institución y organización coordinar eventos, invitar personas y detallar las características.
- *Fan page*: es un tipo de páginas que requiere condiciones distintas al registrar la cuenta en *Facebook*, entre ellas un pago, ya que servirá la cuenta servirá para captar público; suele ser utilizado por marcas (empresas), políticos, famosos, o particulares que pretenden promover su imagen o alguna actividad/negocio, etcétera.
- Fotografía de perfil: es la fotografía o imagen que cada usuario selecciona para su perfil y esta será la primera visión que los demás tendrán del usuario junto con su nombre de contacto. Sirve como carta de presentación y forma en que aparece la persona.
- Fotografía de portada: es la imagen que se selecciona para el fondo de la biografía y que es visualizada al momento de ingresar al perfil de la persona.
- Grupos: *Facebook* ofrece la opción de crear grupos abiertos o cerrados, en que las personas serán incluidas para de forma selectiva y privada compartirse información y conversar. Esta opción sirve particularmente para labores específicas, iniciativas e intereses de los individuos.
- *Hash Tag* (HT): proveniente de la red sociodigital *Twitter*, es una función que se activa al escribir “#” y texto junto; representan etiquetas temáticas que los usuarios quieren destacar en sus publicaciones.
- *Inbox*: es el término en inglés con que se nomina el espacio de *Facebook* en que los usuarios se envían mensajes de forma privada, oculta y personal. Se utiliza como opción de privacidad para las conversaciones entre las personas.
- *Like*: es la famosa acción que el botón de *Facebook* (“Me gusta” en castellano), provee para indicar agrado o interés por alguna publicación vista.
- *Meme*: contenido, idea o imagen simbólica que se transmite de forma viral y se convierte en referente cultural para los usuarios del ciberespacio.
- *Messenger*: es la aplicación en los teléfonos móviles de los mensajes *inbox* antes descritos.
- *Offline*: es el término que en la literatura científica del mundo digital se utiliza para definir cuando un sujeto está desconectado, o fuera de línea, es decir, la cotidianidad cara a cara, presencial, antes llamada real, que pertenece al universo de los átomos.
- *Online*: término igualmente utilizado como diferenciador de lo *offline*, y que refiere a todo el universo digital y las acciones llevadas a cabo por los individuos en el marco de la conexión a la red.
- Perfil de personaje público: es un perfil que se puede crear, con requerimientos especiales, principalmente para personas públicas que ocupan cargos públicos, o son famosos y reconocidos en la esfera pública.

- *Post* (postear): el post se refiere a algo que se publica o muestra, en este caso se trata información. Toda publicación de cualquier tipo se puede considerar un post de dicha persona. Y postear sería el acto de publicar.
- *Selfie*: es un tipo de fotografía que es realizada por la propia persona que aparecerá en la imagen, este tipo de fotografías pueden ser individuales o grupales.
- Solicitud de amistad: para tener contactos en *Facebook* se utiliza la función de enviar solicitudes de amistad a la(s) persona(s) que los usuarios desean tener como amigos en su perfil, como parte de su círculo interactivo en la red.
- Subir/bajar archivos: también se designan estas acciones como cargar o descargar archivos, que representa agregar contenido a la red, al publicar un archivo o apropiarse de contenido al descargarlo.
- *Timeline*: el término que en castellano significa línea de tiempo, en este contexto se refiere a las ocurrencias y manifestaciones expresivas acontecidas en el perfil de los individuos y sus amigos que se muestran cronológicamente.

### Guion metodológico

La tabla que ahora se presenta es el **guion metodológico**, herramienta que actúa como una guía puntual para estructurar y determinar los instrumentos utilizados que permiten responder a cada pregunta de investigación.

**Pregunta general** de investigación: ¿Cómo acontece la mediación de identidades a partir de las interacciones comunicativas gestadas entre jóvenes universitarios en la red sociodigital *Facebook*?

¿Qué información busco? (Capítulos)	¿Dónde la encuentro? (Fuentes)	¿Con qué técnicas? (auxiliares del método)	¿Con qué instrumentos? (registros de información)
--	-----------------------------------	---	--

¿Cuáles son las características de forma y contenido de las expresiones e interacciones entre los jóvenes universitarios en la red socio digital <i>Facebook</i> ?	Publicaciones en las que existen elocuciones con intención expresiva de los jóvenes universitarios al interior de <i>Facebook</i>	Observación participante y análisis de contenido	Bitácora y Tabla de categorías y unidades de análisis.
¿Qué percepción expresan los jóvenes de sí mismos, de sus pares y de los vínculos construidos?	Publicaciones de autoreferencias, referencia a sus pares o a la relación de los jóvenes universitarios al interior de <i>Facebook</i>	Análisis de contenido, etnografía y análisis discursivo.	Tabla de categorías y unidades de análisis. Textos e imágenes en capturas de pantalla.
¿Cuál es la representatividad de sus discursos en su construcción identitaria en la red sociodigital <i>Facebook</i> ?	Publicaciones totales, incluyendo las exclusivamente icónicas de los jóvenes universitarios al interior de <i>Facebook</i>	Análisis de contenido, análisis discursivo y entrevistas semiestructuradas de tipo cualitativo.	Cuestionario-batería de preguntas. Textos e imágenes en capturas de pantalla.

### Ficha para la bitácora de la Observación Participante

	Saludos, despedidas y presentaciones	Diálogos	Conversaciones múltiples	Discusiones, debates y otros	Características temáticas /Contenido	Características formales /Estilo	Situaciones, contingencias y/o relevancias
Día 1							

D ía 2							
D ía 3							
D ía 4							
D ía 5							
D ía n ...							

**Tabla de categorías y unidades de análisis para el Análisis de Contenido**

Concepto	Categoría	Subcategoría	Unidades de análisis
1. Identidad	1.1. Autoreferencia  1.2. Heteroimagen  1.3. Opinión de la alteridad	1.1.1. Implícita 1.1.2. Explícita ***** 1.1.3. Aprobación 1.1.4. Desaprobación  1.2.1. Favorable 1.2.2. Desfavorable  1.3.1. Simpatía 1.3.2. Indiferencia 1.3.3. Antipatía	<b>El tema y la palabra</b>

	<p>1.4. Autoimagen</p> <p>1.5. Estado anímico</p> <p>1.6. Gustos e intereses</p> <p>1.7. Posicionamientos / Declaraciones</p> <p>1.8. Orientación a la relación</p>	<p>1.4.1. Conformidad 1.4.2. Inconformidad</p> <p>1.5.1. Emotivo 1.5.2. Alegre 1.5.3. Reflexivo 1.5.4. Neutro 1.5.5. Angustiado 1.5.6. Iracundo 1.5.7. Desmotivado</p> <p>1.6.1. Lúdicos / entretenimiento 1.6.2. Aprendizaje 1.6.3. Convivencia 1.6.4. Musicales 1.6.5. Culturales 1.6.6. Deportivos 1.6.7. Consumo</p> <p>1.7.1. Sentimentales 1.7.2. Políticos / económicos 1.7.3. Temáticas tendencia 1.7.4. Filiación 1.7.5. Socioculturales</p> <p>1.8.1. Alta 1.8.2. Media 1.8.3. Baja</p>	
2. Interacción comunicativa	<p>2.1. Saludos / Contacto</p> <p>2.2. Diálogos breves</p>	<p>2.1.1. Entusiasta 2.1.2. Amable 2.1.3. Neutro 2.1.4. Hosco 2.1.5. Apático</p> <p>2.2.1. Teleológicos 2.2.2. Normativos 2.2.3. Dramatúrgicos 2.2.4. Comunicativos ***** 2.2.5. Amenos 2.2.6. Neutros 2.2.7. Hostiles</p>	<b>El tema y la palabra</b>

	2.3. Diálogos extensos	2.3.1. Teleológicos 2.3.2. Normativos 2.3.3. Dramatúrgicos 2.3.4. Comunicativos ***** 2.3.5. Amenos 2.3.6. Neutros 2.3.7. Hostiles	
	2.4. Relatos de sucesos	2.4.1. Deseados 2.4.2. Indeseados ***** 2.4.3. Programados 2.4.4. Espontáneos	
	2.5. Discusiones	2.5.1. Temas públicos 2.5.2. Temas privados ***** 2.5.3. Racionales 2.5.4. Emocionales	
	2.6. Reconocimientos	2.6.1. De admiración 2.6.2. De cortesía 2.6.3. De aprecio 2.6.4. De crítica/ apoyo	
	2.7. Eventos/Aniversarios <i>Offline</i>	2.7.1. Interacción íntima / de cercanía 2.7.2. Neutral 2.7.3. Desencuentro	
	2.8. Intercambio exclusivamente icónico	2.8.1. Fotográfico 2.8.2. Audiovisual 2.8.3. Imagen prefabricada / Emoción 2.8.4. <i>Meme</i>	

### **Cuestionario / tópicos para Entrevistas Cualitativas**

- ¿Desde hace cuánto tiempo utilizas Facebook?
- ¿Qué otras redes sociales usas?
- Aproximadamente ¿qué tan frecuentemente te conectas a Facebook?
- ¿Qué actividades desempeñas actualmente en tu vida cotidiana?

- ¿Qué sueles hacer en tus tiempos libres?
- ¿Cuáles son tus pasatiempos?
- ¿Para qué usas Facebook regularmente? Y ¿qué te gusta y qué te desagrada de esta red?
- Plátame cómo aceptas a tus amigos en Facebook, a quiénes agregas, das like, etcétera...
- ¿Con base en qué criterios eliges tu foto de perfil?
- ¿Has utilizado esta red social con propósitos académicos? Específicamente ¿cómo?
- En tu entorno offline, digamos presencial, ¿cómo seleccionas a tus amistades? ¿Dónde las conoces?
- ¿Qué opinas de ti como persona? Es decir ¿Cómo consideras que eres? Gustos, forma de ser, formas de pensar, de actuar...