



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

LICENCIATURA EN SOCIOLOGÍA

“CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD EN LOS
ADOLESCENTES DE TOLUCA A TRAVÉS DE SU
PRESENTACIÓN EN FACEBOOK: LA SOCIEDAD RED COMO
CONTEXTO”

T E S I S

PARA OBTENER EL TÍTULO DE

LICENCIADO EN SOCIOLOGÍA

PRESENTA

CARLOS ANTONIO HERNÁNDEZ BARRIENTOS

DIRECTOR:

DR. OLIVER GABRIEL HENÁNDEZ LARA



TOLUCA, MÉX

2017

Agradecimientos:

Agradezco en primer lugar a mi asesor de Tesis el Dr. Oliver Gabriel Hernández Lara y a mis revisores, la Mtra. Karla I. Brito Gómez y el Dr. Juan Luis Ramírez Torres quienes tuvieron siempre un trato muy humano y amable conmigo, además de haberme brindado las observaciones y correcciones que me ayudaron a enriquecer esta investigación y poderla terminar después de toda la vida. Los aprecio y admiro mucho a todos.

A mi familia (Mamá y hermanos), por la paciencia ante la personalidad tan desordenada (y desobligada) que tengo y que fue pieza clave para que este proceso se prolongara mucho más de lo debido, sé que lo han sufrido –en parte- igual que yo. Gracias por aguantar, en este agradecimiento va una promesa de no dar marcha atrás.

A mi madre, quien es el pilar de mi vida y a quien debo todo.

A mis amigos y conocidos, cuyas conversaciones siempre trabajan en mi memoria y planes. Seguramente mucho de lo dialogado con ustedes me ayudó a cocinar más de una idea y conclusión.

Carlos Antonio Hernández Barrientos

Dedicatoria:

Me gustaría dedicar esta investigación a todo aquel que vea en la juventud el arma transformadora por excelencia en nuestra sociedad, a todo aquel que piense en los jóvenes como el mar de pasiones y posibilidades que son, a los que sientan inquietud por entenderlos y brindarles escaleras para alcanzar sus metas.

Muchos de esos sentimientos se generaron en mí a medida que fui desarrollando esta investigación y ojalá que pueda servir de referencia a alguien que en el futuro aborde temas sobre juventud e identidad.

Carlos Antonio Hernández Barrientos

Índice

Introducción.....	7
Capítulo 1 Sociedad Red	10
1.1 Revolución Tecnológica de la información. Vínculo entre innovación y sus usos.....	10
1.2 Redes.....	13
1.3 Sociedad y Cultura en la Sociedad Red.....	15
1.4 Cultura e identidad en la sociedad red	17
1.5 Antecedentes teóricos sobre identidad en sociología	18
1.5.1 Tradición Anglosajona.....	18
1.5.2 Tradición Europea.....	19
1.6 Goffman, interacción y vida cotidiana.....	20
1.7 Castells y las identidades colectivas en la Sociedad Red.....	21
1.8 Realidad Virtual.....	25
1.10 Bidimensionalidad del actor social: Espacio virtual y Espacio no virtual.....	26
Cuadro comparativo entre dimensión no virtual y virtual.....	27
1.11 Antecedentes de la interacción en Internet.....	28
1.12 Comunidades Virtuales.....	29
Capítulo 2. Adolescentes y Facebook, una mirada a través de la teatralidad de Erving Goffman.....	33
2.1 Adolescencia, identidad y cultura.....	33
2.2 Nativos Digitales.....	35
Cuadro 1.0: Porcentajes de Usuarios de Internet en México por sexo, edad y zona geográfica en el 2017	38
Cuadro 2.0: Porcentaje de usos de Internet en los Mexicanos 2017, tanto para su uso laboral como el de ocio	39
Cuadro 3.0 Redes sociales más utilizadas.....	40
2.4 Facebook, componentes y herramientas.....	40
2.4.1 Página principal del usuario, página de perfil o Biografía	40
2.4.2 Foto de perfil y foto de portada	41
2.4.3 Muro	42
2.4.4 Estado	43
2.4.5 Opciones complementarias del estado.....	44
2.4.6 Botón de “me gusta” o “like” y “reacciones”	45

2.5 Elementos complementarios de Facebook	48
2.5.1 Mensajería instantánea	48
2.5.2 Grupos	49
2.5.3 Configuración de privacidad	50
2.6 Presentación del Yo en Facebook	51
2.7 Elementos de la presentación del Yo	53
2.8 La presentación de la persona en la vida cotidiana, en Facebook	54
2.9 Facebook, frontstage y backstage	56
2.9.1 Fachada y Medio/setting	57
2.9.2 Fachada personal	57
2.9.3 Apariencia	57
2.9.4 Dramatización	58
2.9.5 Tergiversación	59
2.9.6 Mistificación	59
2.10 Vida cotidiana de los adolescentes y su vínculo con Facebook	59
Esquemmatización de categorías Goffman con elementos de Facebook	61
Capítulo 3 Presentación de los Adolescentes de Toluca en Facebook	62
3.1 Descripción metodológica	62
3.2 Contexto social y cultural de Toluca Edo. De Méx.	65
3.3 Percepción de sí mismos y gustos de los entrevistados	65
Gráfica 1.0 Respuestas sobre percepción de cualidades de identidad dividida por sexo	67
3.4 Roles	68
3.5 Uso de tecnología	71
3.6 Motivaciones de los adolescentes para crear una cuenta de Facebook	71
Grafica 2.0 Grafico de frecuencia de respuestas de los entrevistados	73
3.7 Sobre cómo se presentan los adolescentes de Toluca en Facebook	74
3.8 Frontstage en Facebook de los adolescentes entrevistados	76
3.8.1 Nombre del usuario	76
3.8.2 Foto de perfil	77
Grafica 3.0 Entrevistados que se muestran en su foto de perfil	78
3.8.3 Foto de portada	80
3.8.4 Datos personales	81

3.8.5 Configuración de privacidad	82
Gráfica 4.0 Número de usuarios con configuración de privacidad	83
3.8.6 Publicaciones (performance)	84
3.8.7 Repercusión de la interacción virtual en el mundo no virtual.	86
Conclusiones.....	88
Bibliografía.....	94

Introducción

El desarrollo de la tecnología ha sido un transformador histórico de las sociedades; la economía y la cultura experimentan cambios a medida que se generan nuevos medios de producción con base en la innovación tecnológica. Con la invención del *Internet* en el siglo XX se ha potencializado de una manera sin precedentes el proceso de *globalización* que inició con la Primera Revolución Industrial en el Siglo XVIII.

Internet es una herramienta de alcance mundial, la cual ha permitido esparcir información de todo tipo, propiciando así la colaboración e interacción entre individuos y sus *ordenadores*¹. Esta revolución tecnológica y sus consecuencias a favor de la diseminación de información ha propiciado que los usuarios de *Internet* se involucren de manera significativa en el proceso de comunicación a través de la tecnología, apropiándose y redefiniendo símbolos culturales y de convivencia los cuales son adaptados a los gustos, identidades y temperamentos de los individuos.

Para entender el quehacer y el funcionamiento de *Internet* es necesario comprender el concepto de *Red*, para lo cual apoyo mi investigación en la que realizó el sociólogo español Manuel Castells acerca de las consecuencias sociales económicas y culturales que ha traído consigo el desarrollo de las nuevas tecnologías, etapa histórica a la que definió como *Era de la Información*.

El uso que hacemos de la tecnología moldea nuestras interacciones y da vida a nuevas formas de organización a través de ella. Es de esta manera que Castells introduce el concepto de *Sociedad Red* para referirse a las sociedades modernas, en las que la fluctuación informática ha repercutido de manera trascendente en la estructura social.

¹ El concepto ordenador no sólo abarca las computadoras de escritorio o personales. Se entiende por ordenador a cualquier máquina programable que responde a un sistema específico de instrucciones definidas. Los ordenadores modernos son electrónicos y digitales. En la actualidad existen distintos dispositivos (además de las computadoras) los cuales tienen acceso a una conexión a Internet, como son teléfonos celulares, reproductores de música, tabletas y muchos más. Estos son ejemplos de ordenadores digitales

Dentro de este contexto de globalización comercial y cultural potenciado por la informática y la tecnología surge el tema de la búsqueda de identidad en el individuo. La nueva generación de jóvenes se ha desarrollado socialmente a través del manejo de la tecnología digital, generando interacciones en dos planos distintos: el *virtual* y el *no virtual*, términos que hacen referencia a la realidad tangible o presencial (*no virtual*) y a la que sucede en *Internet (virtual)*. Estos dos planos constituyen una constante retroalimentación en la cual se basa la interacción social contemporánea.

La *Sociedad Red* forja su estructura en el espacio virtual y la presentación de los usuarios en las *redes sociales virtuales* se vuelve cada vez más relevante para el desarrollo de sus interacciones sociales en la vida cotidiana, estas interacciones se construyen con base en el intercambio de información entre los espacios *virtual* y *no virtual*. La dinámica resultante de este proceso es parte importante en la construcción de la identidad de los adolescentes contemporáneos.

Este es un trabajo que explora las percepciones de adolescentes en la ciudad de Toluca acerca de lo que les representan sus interacciones dentro de *la Red Social Virtual* más importante del momento que es *Facebook* y cómo estas les han repercutido o no fuera de la *Realidad Virtual* con la finalidad de dar cuenta de cómo se generan estas interacciones y si la construcción de la identidad en los adolescentes contemporáneos se suscita con base en ello. La construcción de la identidad es uno de los temas más importantes abordados por la sociología y se vuelve muy pertinente retomarlo para explicar la manera en la que estas identidades se están conformando en la *Sociedad Red* considerando que la cultura y la identidad están intrínsecamente ligadas.

Retomo la teoría de la teatralidad de Erving Goffman para dar cuenta de cómo los actores construyen personajes en *Facebook*, los cuales presentan como ellos mismos. Estas representaciones obedecen a una combinación entre la manera en que construyen su identidad personal y lo que consideran socialmente deseable. El éxito o el fracaso social dentro del mundo *virtual* puede repercutir de manera significativa en el espacio *no virtual* y vida cotidiana de los actores.

En el primer capítulo de la investigación hago un recuento histórico sobre las consecuencias sociales y culturales que han tenido las revoluciones tecnológicas a través del tiempo; explico también el concepto de *Sociedad Red* aportado por Castells y por qué se vuelve relevante dentro de mi investigación. Además, realizo una breve descripción de la tradición europea y anglosajona de los estudios sobre identidad en la sociología. Culmino con un acercamiento a la *realidad virtual* y a la construcción de redes sociales dentro de *Internet*, las cuales se definen como *Redes Sociales Virtuales* (RSV).

En el segundo capítulo abordo directamente mi objeto de estudio, el cual son los adolescentes de Toluca y el uso que hacen de *Facebook*, explico desde distintas posturas teóricas cómo se construye la identidad en los adolescentes y cómo el uso que hacen de las RSV repercute en esto, describo los elementos de *Facebook* y relaciono el uso que hacen los adolescentes de esta *Red Social Virtual* con los conceptos que ofrece Erving Goffman para describir la interacción teatral en su libro *La presentación del hombre en la vida cotidiana*. Para finalizar, en el último capítulo muestro los resultados de mi investigación de campo con adolescentes de la ciudad de Toluca, para esta finalidad utilicé la entrevista a profundidad y la etnografía virtual como principales instrumentos metodológicos

Capítulo 1 Sociedad Red

1.1 Revolución Tecnológica de la información. Vínculo entre innovación y sus usos

La sociedad, la economía y la cultura han sufrido transformaciones muy importantes a partir del desarrollo de nuevas tecnologías. La Revolución Industrial del siglo XVIII es el primer ejemplo en la historia de la humanidad de un cambio tan dramático en el desarrollo económico, social y cultural impulsado por la tecnología al pasar de un sistema de producción rural a uno urbano en donde la mecanización y la industrialización fueron las características de innovación tecnológica. Esta nueva forma de producción supuso nuevas dinámicas sociales derivadas de las nuevas dinámicas de trabajo.

Las revoluciones tecnológicas se caracterizan por su capacidad de penetración en todos los aspectos de la actividad humana, no sólo como una fuerza que las impacta desde fuera sino que de hecho son el motor de la actividad humana en sí (Kranzberg y Pursell en Castells 1999). Son orientadas hacia el proceso además de inducir nuevos productos en la sociedad. Las relaciones de socialización individual y comunitaria se transforman adaptándose a la utilización de nuevas tecnologías.

En la actualidad vivimos un proceso histórico que es conocido a través de múltiples expresiones conceptuales como son: *la era tecnocrónica* (Brzezinski, 1979), *sociedad postindustrial*², *era o sociedad de la información* (Castells, 1999) y *sociedad del conocimiento* (Drucker, 1994) debido a la evolución acelerada de la tecnología digital, que facilita el flujo e intercambio de información. Estos conceptos hacen referencia a la descripción del fenómeno de la revolución informática y el cómo la cultura, la economía, la política y las experiencias de vida en sí están directamente conectadas a ella.

² Este concepto fue utilizado por teóricos de sociología y economía como el estadounidense Daniel Bell (*El advenimiento de la sociedad post industrial*, 1976), el francés Alain Touraine (*La sociedad post-industrial*, 1973) y el canadiense John Kenneth Galbraith (*El nuevo estado industrial*, 1984)

El concepto de *sociedad de la información* fue uno de los que más eco ha tenido como construcción política ideológica del proceso de globalización neoliberal, aquí un breve recuento:

A partir de 1995 se lo incluyó en la agenda de las reuniones del G7 (luego G8, donde se juntan los jefes de Estado o Gobierno de las naciones más poderosas del planeta). Se ha abordado en foros de la Comunidad Europea y de la OCDE (los treinta países más desarrollados del mundo); también lo adoptaron en el gobierno de los Estados Unidos, así como varias agencias de las naciones unidas y el grupo Banco Mundial. Todo ello con un gran eco mediático. A partir de 1998, fue escogido, primero en la unión Internacional de comunicaciones y luego en la ONU, para el nombre de la Cumbre Mundial a realizarse en 2003 y 2005 (Torres en Ambrosi, Peugeot y Pimienta, 2005).

Este concepto construye una imagen pública acerca del proceso de *globalización* asociada a tecnología como el *Internet*, telefonía celular, T.V. por satélite y demás, dando así una cara amigable con respecto a los beneficios que podrían estar al alcance de todos si se pudiera estrechar la brecha digital que algunos países mantienen debido a la natural resistencia que existe al uso de nuevas tecnologías debido a los debates que se mantienen acerca de la acentuación en la brecha entre ricos y pobres.

El segundo concepto más utilizado para definir el momento histórico en el que nos situamos es el de *sociedad del conocimiento*, concepto utilizado por primera vez por el filósofo en gestión empresarial Peter Drucker (1994), el cual es un término popularmente ocupado por academias e Instituciones, debido a que engloba una visión más integral del fenómeno informacional no sólo delimitándolo a sus consecuencias económicas.

Uno de los autores en que más se ha ocupado en caracterizar un concepto que explique la realidad emergente de la actualidad es el sociólogo español Manuel Castells (1999) acuñando el concepto de *sociedad informacional* antes que *sociedad de la información* (haciendo la comparación con la diferencia entre industria e industrial). “El término informacional indica el atributo de una forma específica de organización social en la que la generación, el procesamiento y la transmisión de información se convierten en las fuentes fundamentales de la productividad y el poder, debido a las nuevas condiciones tecnológicas que surgen en este periodo histórico” (Castells, 1999:47).

La revolución tecnológica actual, según Castells (1999) se caracteriza por el poder que tienen los usuarios en la apropiación y redefinición de la información/comunicación a través del uso de la tecnología que se genera. “Las nuevas tecnologías de la información no son sólo herramientas que aplicar sino procesos a desarrollar” (Castells, 1999: 58). La sociedad actual es definida por Castells a partir de su capacidad de moldear el presente acentuando el uso de la comunicación y de las tecnologías de la información, al mismo tiempo que estas herramientas transforman los procesos de convivencia.

El presente construye su realidad con una poderosa herramienta de comunicación que se llama *Internet*. La *Internet* no es otra cosa que una *red* de *ordenadores* capaces de comunicarse entre ellos, y es esta tecnología la que estructura la dinámica de la cotidianidad social, económica y cultural de la actualidad. La *Internet* es el vehículo en el que se transporta la información en el presente y los *ordenadores* sus puertas de acceso.

La vida cotidiana y la interacción social han sufrido su respectiva revolución a la par de las tecnologías eléctricas y digitales en esta era. En las zonas urbanas la mayoría de la población tiene acceso a *ordenadores* de distintos tipos, como son computadoras, televisores, y teléfonos celulares inteligentes³, los cuales tienen capacidad de conectarse a *Internet* y mantener conectados a los usuarios a sus RSV personales, profesionales o de entretenimiento. En las zonas rurales el uso de *ordenadores digitales* con capacidad de conectarse a *Internet* es menor, pero su aumento en los últimos años es considerable.

Los *ordenadores digitales* mencionados ponen nuevas pautas a las dinámicas sociales y profesionales, las cuales encuentran en estos instrumentos un espacio para extender sus alcances. Las RSV transforman la manera de hacer y conservar amigos al mismo tiempo que revolucionan la manera de hacer y expandir negocios

³ El teléfono inteligente (en inglés: *smartphone*) es un tipo de teléfono móvil construido sobre una plataforma informática móvil con mayor capacidad de almacenar datos y realizar actividades, semejante a la de una minicomputadora, y con una mayor conectividad que un teléfono móvil convencional. El término «inteligente», que se utiliza con fines comerciales, hagan referencia a la capacidad de usarse como una computadora de bolsillo, y llega incluso a reemplazar a una computadora personal en algunos casos.

de en formas nunca antes vistas. El uso de la tecnología digital en la vida cotidiana es una realidad que ha repercutido en el fondo de nuestras relaciones sociales más comunes hasta en las más íntimas.

El uso de la tecnología digital influye muchos de los ámbitos de nuestro proceso de socialización. La creación de un nuevo sistema de comunicación global a partir del uso de *Internet* es uno de los matices más importantes. Cada vez más la población del mundo adopta un lenguaje digital universal, que es derivado de la producción y distribución de palabras, sonidos e imágenes de una determinada cultura a través de *Internet*, y que son adaptados a los gustos, identidades y temperamentos de los individuos.

1.2 Redes.

Una *Sociedad Red* es aquella que ha desarrollado su estructura social con base en *redes* potenciadas por las tecnologías de la comunicación y de la información basadas en la microelectrónica (Castells, 2006). Las *redes* no son una característica específica de la informática sino que han constituido la estructura fundamental de las sociedades antiguas y la vida en general; existen *redes* de células en los organismos vivos, las relaciones de parentesco se han constituido desde siempre como importantes redes sociales además de las relaciones a nivel profesional y demás...

Hablando de estructura social, las *redes* han constituido una piedra angular para el desarrollo de las sociedades desde la antigüedad. Las sociedades más avanzadas de hace miles de años dependían, para su desarrollo, de la conexión de sus actividades con *redes* que iban más allá de los límites de sus localidades. La sociedad siempre ha vertido en las *redes* una manera de organización distintiva del comercio, la cultura y las relaciones de poder.

Pero entonces ¿Qué es lo que conocemos como *red*? ¿Cómo la podemos definir? Castells realiza una definición minuciosa sobre su proceso de construcción analizando sus partes:

Una red es un conjunto de nodos interconectados. Un nodo es el punto de intersección de una curva. Una red no posee ningún centro, sólo nodos. Los nodos pueden tener mayor o menor relevancia en el conjunto de la red: aumentan su importancia cuando absorben más información relevante y la procesan más eficientemente. La importancia relativa de un nodo no proviene de sus características especiales, sino de su capacidad para contribuir a los objetivos de la red (...) Cuando los nodos se hacen redundantes o pierden su función, las redes tienden a reconfigurarse, eliminando algunas de ellos y añadiendo otros nuevos. Los nodos existen y funcionan exclusivamente como componentes de las redes; la red es la unidad, no el nodo (Castells, 2006: 24).

Entendemos entonces que en las redes y su organización no existe ningún tipo de jerarquía de estructura vertical, horizontal o de centro periferia, simplemente se generan y se desarrollan a partir de la interconexión de los nodos, los cuales son relevantes para la red en la medida en que pueden contribuir en los intereses de esta. Las redes se han convertido en la forma organizativa más eficiente debido a sus características de flexibilidad, adaptabilidad y capacidad de configuración:

- 1) Flexibilidad: las redes pueden reconfigurarse en función de los cambios en el entorno, manteniendo su objetivo aunque varíen componentes. Son capaces de rodear los puntos de bloqueo en los canales de comunicación para encontrar nuevas conexiones.
- 2) Adaptabilidad: pueden expandirse o reducir su tamaño con pocas alteraciones.
- 3) Capacidad de configuración: al no poseer un centro y ser capaces de actuar dentro de una amplia gama de configuraciones, las redes pueden resistir ataques de sus nodos y a sus códigos, porque los códigos están contenidos en múltiples nodos que pueden reproducir las instrucciones y encontrar nuevas formas de actuar. Por ello, sólo la capacidad de destruir físicamente los puntos de conexión puede eliminar la red (Castells, 2006: 30).

En la traducción a lo concreto podemos observar a las *redes* tejiéndose en todos lados a través de los *nodos*. “Lo que un nodo es concretamente, depende del tipo de redes a que nos referimos” (Castells, 1999: 506). Desde los mercados de la bolsa y sus centros auxiliares al servicio de la red de flujos financieros mundial, los

consejos nacionales de ministros y los comisarios europeos en la red política que gobierna la Unión Europea, los campos de coca y amapola, los laboratorios clandestinos, las pistas de aterrizaje secretas, las bandas callejeras y las instituciones financieras de blanqueo de dinero en la red de tráfico de drogas que penetra en economías, sociedades y Estados de todo el mundo, los canales de televisión, los estudios de filmación, los ambientes de diseño informático, los periodistas de los medios informativos y los aparatos móviles que generan, transmiten y reciben señales en la red global de los nuevos medios que constituyen la nueva base de la expresión cultural y la opinión pública en lo que se conoce como la era de la información.

Todos los ejemplos mencionados nos muestran cómo se articulan las redes sociales que configuran el presente económico, político, cultural y de experiencia en las sociedades actuales a través de los *nodos* que tienden a tener formas distintas dependiendo del contexto. En la actualidad, esa forma de organización social ha liberado su enorme potencial gracias al desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación, basada en la revolución de la microelectrónica que tuvo lugar en la década de los cuarenta y cincuenta, y que gracias a ella, distintos teóricos la han definido como *era de la información*.

1.3 Sociedad y Cultura en la Sociedad Red.

La *Sociedad Red* construye la realidad a través de redes de información que procesan, almacenan y transmiten dicha información sin restricciones de distancia, tiempo ni volumen, lo cual ha detonado un fenómeno comercial y cultural conocido como *globalización*. La *globalización* es un proceso económico, tecnológico y cultural a escala mundial que consiste en la creciente interdependencia de comunicación entre los distintos países del mundo, sus mercados, sociedades y culturas, que tiene como consecuencia la unificación de estos sectores. Este fenómeno se ha ido desarrollando gracias a *Internet* y a los constantes avances de las tecnologías digitales y de la información.

A raíz del uso de *Internet* y de las tecnologías de la información se han generado cambios sociales de mucha relevancia. La *globalización* y velocidad informática, que son propias del avance tecnológico, han estado transformando de manera significativa el mundo en que vivimos.

Las tecnologías de la información han acrecentado nuestra capacidad productiva al mismo tiempo que crece nuestra capacidad para comunicarnos. Esto, sin embargo, ha generado una especie de exclusión entre aquellos que tienen acceso a la tecnología y aquellos que no. También es un fenómeno que afecta a las instituciones del Estado y organizaciones de la sociedad civil; “la abstracción del poder en una *red de ordenadores* están desintegrando los mecanismos de control social y representación política existentes” (Castells, 1997: 92).

Existe una disparidad de posibilidades entre las personas que tienen acceso a la información y las que no. Distintos movimientos sociales alrededor del planeta se han generado a partir de una ideología de resistencia al proceso de *globalización*, potenciado por las tecnologías de la información. Paradójicamente, estos movimientos sociales han encontrado impulso y alcances más lejanos, tanto en difusión como en convocatoria a través de las mismas tecnologías de la información y el manejo de redes informáticas por igual.

El nuevo orden social provoca una nueva búsqueda de *sentido* a las acciones tanto individuales como colectivas. Entendiendo por *sentido* la identificación simbólica que tiene el individuo con el objeto de su acción (Castells, 1999). En la subjetividad de cada individuo existe un porqué que tiene que ver directamente con las actividades que realiza, esta es la manera en la que se explica el *sentido*.

En la *Sociedad Red* existe una nueva construcción de *identidades* tanto individuales como colectivas, que tienen que ver directamente con el proceso de individualización masiva generada por la *globalización* y la resistencia a esta.

“La identidad es la fuente de sentido y experiencia para la gente” (Castells, 1999: 28). La construcción de la *identidad* nutre de manera directa el sentido de las acciones tanto individuales como colectivas, por lo cual la manera en la que los

individuos y las colectividades generan *identidad* es de completa relevancia para explicar el sentido de las acciones sociales dentro de la *Sociedad Red*.

1.4 Cultura e identidad en la sociedad red

La búsqueda de *identidad* es un tema central para los individuos que vivimos en esta era definida por el bombardeo de información y la posibilidad de tener acceso a ella. El proceso de *globalización* tiende a unificar el mercado, pero a su vez también la cultura, de lo cual hay un gran testimonio en *Internet* al respecto. Este potencia sus alcances acoplando los rasgos culturales generados en la *red* informática con los gustos y temperamentos de los individuos en un contexto determinado.

La cultura y la construcción de la *identidad* están intrínsecamente ligadas. La cultura suele conformarse con las bases materiales que existen en un contexto social determinado en tiempo y espacio, y suelen ser estas mismas bases materiales lo que acaba construyendo la *identidad* individual y colectiva. En ese sentido, la *globalización*, entendida como el fenómeno unificador que es, está generando una crisis cuando hablamos de *identidades*, en primer lugar podríamos exponer una deconstrucción de identidades al unificarse globalmente rasgos de convivencia cultural y después expondríamos la resistencia de las localidades al no dejarse devorar por ese fenómeno unificador.

Entonces, la *identidad* es una construcción subjetiva en la cual cada actor se sirve así mismo de distintos materiales para conformarla tales como son la geografía, la biología, las instituciones productivas y reproductivas, la memoria colectiva, fantasías personales, los aparatos de poder y las concepciones religiosas (Castells, 1999). Tanto los individuos como los grupos sociales reordenan todos estos materiales y los dotan de sentido con base en el contexto cultural específico y a la cualidad de tiempo/espacio de cada experiencia.

La representación de la identidad comporta un marco interpretativo que permite vincular entre sí las experiencias pasadas, presentes y futuras en la unidad de una biografía (en

el caso de un individuo) o de una memoria colectiva (en el caso de un grupo, de una etnia, etc.) (Giménez, 2015)⁴

Para exponer mejor esta problemática comenzaré por avocarme un poco a explicar cómo es construida la *identidad* en la teoría social, ya que es un tema en el que se ha teorizado desde la perspectiva psicológica y no está de más puntualizar el hilo conductor de los valores de la *identidad* que le interesan a la sociología.

1.5 Antecedentes teóricos sobre identidad en sociología

La *identidad*, en la teoría social, es sólo una parte de una teoría más grande: la del actor social. En esta teoría, la identidad constituye una dimensión subjetiva de los actores sociales, la cual es fundamental para el reconocimiento de sí mismos y también para la comunicación y la interacción con otros. “La identidad resulta de transformar un dato en valor. No es lo que uno realmente es, sino la imagen que cada quién se da de sí mismo”. (Cirese en Giménez, 2015:187) La *identidad*, entonces, es una construcción subjetiva que atañe directamente al actor.

Hay que hacer un énfasis en la distinción entre la tradición anglosajona y la tradición europea de la teorización sobre la *identidad*, ya que en la primera se teorizó sobre la construcción individual de la *identidad* y en la segunda sobre la construcción de la *identidad* colectiva. Darles a conocer los antecedentes de estas dos vertientes me ayudará a poner en contexto la dirección de mi investigación.

1.5.1 Tradición Anglosajona

En Estados Unidos, la tradición teórica sobre el estudio de la *identidad* se remonta a George Herbert Mead y a su libro *Mind, Self and Society* (1934) donde desde la perspectiva de la psicología social establece las tesis centrales a cerca de la identidad (Self). Este trabajo fue retomado y desarrollado por la tradición sociológica del interaccionismo simbólico, particularmente por Erving Goffman⁵, quien realiza la

⁴ Artículo publicado en la revista versión de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco. <http://version.xoc.uam.mx/Busqueda.php?terminos=gilberto+gimenez&indice=AUTOR&Enviar=0> Fecha de consulta: 02 de Diciembre de 2015, a las 12:30 hrs.

⁵ *La presentación de la persona en la vida cotidiana* (1959) y *Estigma* (1963) son las obras en las que el sociólogo canadiense contribuye al estudio de la identidad.

distinción entre *identidad* y *presentación* del individuo en su análisis de espacios sociales concretos utilizando su teoría de la representación escénica.

La fenomenología social también abarcó estudios sobre la identidad en la obra de P. Berger y T. Luckman *La construcción Social de la Realidad* (1966) y por último también mencionaré a Talcott Parsons, el principal representante de la corriente Estructural Funcionalista quién incorpora la *identidad* al sistema de la personalidad como función integra dirigida al objeto del modelo⁶. En el caso de estos estudios sobre *identidad*, la línea de investigación se centró en el individuo y en el ámbito de las interacciones de la vida cotidiana.

1.5.2 Tradición Europea

La dimensión colectiva de la *identidad* se desarrolló en la sociología europea como una inquietud que llegó a los teóricos en las décadas de los setentas y ochentas en relación con la emergencia de distintos movimientos sociales⁷. Alain Touraine (1984) y Piere Bordieu (1979) emergen como los principales exponentes de una teoría social que recupera la investigación sobre la identidad para explicar las reivindicaciones locales populares y el consumo cultural. Estas dos perspectivas sobre el estudio de la identidad son herramientas importantes para explicar la construcción de las nuevas identidades en las sociedades modernas, tanto individuales como colectivas.

En la *Sociedad Red* la complejidad de comunicación que comprende el flujo de información supone nuevos planteamientos para el estudio de la *identidad*, ¿Cómo afecta los distintos tipos de sociedad a la construcción de la identidad? ¿Cómo surgen y se generan nuevas identidades? ¿Cómo y por qué cambian? ¿Cómo puede explicarse la circulación de individuos por diferentes identidades colectivas? Estas preguntas son las que mi investigación pretende esclarecer en el contexto de la *Sociedad Red*.

⁶ Este aporte es parte de sus obras más influyentes *La estructura de la acción social* (1937) y *El sistema social* (1951)

⁷ Los movimientos feminista, proeducación popular, liberación gay y ecologistas tienen un auge importante en Europa durante estas décadas.

1.6 Goffman, interacción y vida cotidiana.

Uno de los representantes más importantes de la corriente del interaccionismo simbólico fue el canadiense Erving Goffman. Fue un autor que estudió las unidades mínimas de interacción entre las personas (interacciones cara a cara) enfocándose en grupos reducidos como la familia, equipos de trabajo, relaciones de pareja, etc. El interés central de su obra se enfocó en estudiar la influencia que los significados y los símbolos ejercen sobre la acción e interacción humana. Su obra más representativa es *la presentación de la persona en la vida cotidiana* (1959).

La intención principal de Goffman en el libro fue la de que sirviera como manual para describir en forma detallada desde una perspectiva sociológica a partir de la de la cual sea posible estudiar la vida social, especialmente el tipo de vida social organizado dentro de los límites físicos de un establecimiento o de una planta industrial⁸.

Se exponen una serie de características que forman, en su conjunto, un marco de referencia aplicable a cualquier establecimiento social concreto, ya sea familiar, industrial o comercial. En este estudio se emplea la perspectiva de la actuación o representación teatral. Se considera de qué manera actúa el individuo, se presenta y presenta sus actividades ante otros, en las situaciones de trabajo corriente, en qué forma guía y controla la impresión que los otros se forman de él, y qué tipo de cosas puede y no puede hacer mientras actúa ante ellos.

El escenario teatral presenta hechos ficticios: el actor se presenta bajo la máscara de un personaje, ante los personajes proyectados por otros actores; el público constituye el tercer participante en la interacción, un partícipe fundamental, que sin embargo no estaría allí si la representación escénica fuera real. En la vida real, estos tres participantes se condensan en dos; el papel que desempeña un individuo se ajusta a los papeles representados por los otros individuos presentes, y sin embargo estos también constituyen el público.

⁸ Esta explicación forma parte de la introducción a *la presentación del hombre en la vida cotidiana* de Erving Goffman.

Cuando un individuo llega a la presencia de otros, estos tratan por lo regular de adquirir información acerca de él o de poner en juego la que ya poseen. La información acerca del individuo ayuda a definir la situación, permitiendo a los otros saber de antemano lo que él espera de ellos y lo que ellos pueden esperar de él.

La expresividad del individuo parece involucrar dos tipos radicalmente distintos de actividad significativa: la expresión que da y la expresión que emana de él. El primero incluye los símbolos verbales —o sustitutos de estos— que confiesa usar y usa con el único propósito de transmitir la información que él y los otros atribuyen a estos símbolos. El segundo comprende un amplio rango de acciones que los otros pueden tratar como sintomáticas del actor, considerando probable que hayan sido realizadas por razones ajenas a la información transmitida en esta forma. El individuo, por supuesto, transmite información errónea por medio de ambos tipos de comunicación; el primero involucra engaño, el segundo, fingimiento (Goffman, 1959).

Desde esta perspectiva resulta interesante poder analizar los nuevos espacios de socialización que se han generado en *Internet* como son las *Redes Sociales Virtuales* y las *Comunidades Virtuales* (las cuales abordaremos más adelante) ya que la vida social dentro de esta *red virtual* también es un espacio organizado y aunque no goza de límites físicos es un espacio socialmente definido. En las RSV el individuo se presenta ante la sociedad de una manera en el que él mismo construye su perfil para ser identificado públicamente.

El escenario teatral en este caso es la red RSV y el usuario se presenta utilizando la máscara que él mismo se ha formado, a la vez que interactúa con individuos que hicieron lo mismo para sí.

1.7 Castells y las identidades colectivas en la Sociedad Red.

El proceso de *globalización* en todas sus vertientes (económica, política y social) ha significado de muchas maneras también un proceso de deconstrucción de los valores que generaban significado a las identidades tradicionales.

La exclusión social que lleva por añadidura el hecho de que no todos los habitantes del planeta tenemos acceso a la tecnología ni a la información aviva la resistencia de distintos movimientos sociales alrededor del planeta hacia el orden global y la

globalización comercial, los cuales tienen reacciones dependiendo del contexto cultural, económico y político en el que se encuentren.

Castells (1999) hace una comparación entre tres movimientos sociales que surgieron en la década de los noventa en países distintos y, a su vez, con ideologías distantes entre sí como fueron los casos de: Los zapatistas de Chiapas (México), la milicia estadounidense, y *Aum Shinrikyo*, una secta japonesa.

Estos 3 movimientos sociales, aunque de naturaleza, identidad y objetivos muy distintos, desafían cada uno los procesos actuales de *globalización*, a la vez que también son impulsados por la creciente tecnología. Estas reacciones materializadas en movimientos sociales son lo que opone resistencia en sus distintas manifestaciones a las intenciones neoliberales de crear una economía global independiente de la sociedad mediante el empleo del desarrollo de las *redes informáticas*.

En este contexto una nueva conciencia medioambiental también se ha gestado a la par de la resistencia al orden global, y esto es porque los movimientos sociales ecológicos han ejercido gran presión en la difusión por medio de la tecnología acerca del cómo los distintos problemas ecológicos en el mundo se encuentran interconectados y afectan al ecosistema global. Que problemas medioambientales como el calentamiento global, el desgaste de la selva tropical y el conocimiento de distintas sustancias tóxicas en las cadenas alimentarias estén en el debate público ha generado cambios en las acciones tanto de políticos como empresarios.

Las transformaciones en las propuestas políticas han apostado por incluir un factor de protección y rescate a los sistemas ecológicos en las legislaciones a impulsar para conseguir así una mayor cantidad de votantes. Las empresas también han acudido al llamado de atención global por el desgaste al medio ambiente (del que muchas de ellas han sido autores en gran medida) “reverdeciendo” así su agenda en las relaciones públicas en pos de no perder posición en el mercado.

Un elemento fundamental es el patriarcado como estructura básica de las sociedades contemporáneas también ha sufrido transformaciones impulsadas por los movimientos sociales dentro de la sociedad Red.

El patriarcado es una estructura básica de todas las sociedades contemporáneas. Se caracteriza por la autoridad, impuesta desde las instituciones, de los hombres sobre las mujeres y sus hijos en la unidad familiar. Para que se ejerza esta autoridad, el patriarcado debe dominar toda la organización de la sociedad, de la producción y el consumo de la política, el derecho y la cultura. Las relaciones interpersonales y, por tanto, la personalidad, están también marcadas por la dominación y la violencia que se originan en la cultura y en las instituciones del patriarcado (Castells, 1999: 159)

La familia patriarcal es la piedra angular del patriarcado, y esta se modifica de manera importante por varios factores: La inserción de la mujer en el mercado laboral remunerado, el control de la frecuencia de embarazos por las mujeres gracias al continuo desarrollo de la tecnología médica, la apertura de oportunidades educativas para las mujeres y la transformación económica y tecnológica. La comunicación entre ideologías en la sociedad red ha acrecentado este fenómeno de manera importante.⁹

Las organizaciones delictivas también han encontrado en la *globalización* informática un vehículo para potencializar su alcance de posibilidades, lo cual ha incrementado la violencia al mismo tiempo que la represión, ya que las organizaciones delictivas tienen acceso a las nuevas tecnologías e información, pero también el Estado¹⁰, lo que ha significado un gran desarrollo en las tecnologías de vigilancia y control de la privacidad, asunto que, por su naturaleza, ha significado una deslegitimación de la confianza de la ciudadanía hacia el estado por el manejo y uso de información sensible a su conveniencia.

⁹ No me voy a detener de una manera profunda en los movimientos sociales que transforman al patriarcado, aun cuando este sea una pieza clave para entender la personalidad de los individuos en las sociedades contemporáneas y el objetivo del presente trabajo esté encaminado en esa dirección. Considero que la profundidad de las relaciones interpersonales y la personalidad con origen en el patriarcado se resolverían mejor en un trabajo con otros objetivos. Sin embargo es importante mencionarlo dentro de mi contexto histórico.

¹⁰ Véase el apartado *El Estado, la violencia y la vigilancia: Del gran Hermano a las hermanas pequeñas* del Vol. II de *La era de la información* de Manuel Castells, 1999.

Esto ha significado mucho en la manera de organización de las personas en las distintas sociedades, las cuales se han visto envueltas en un proceso de búsqueda de *identidad* al estar en contacto con un sinfín de posibilidades de información y *sentidos*, además de encontrarse inmersas en el torbellino que significa este periodo histórico caracterizado por la deslegitimación de instituciones, desaparición en corto tiempo de los principales movimientos sociales y experiencias culturales efímeras.

En un mundo de flujos globales de riqueza, poder e imágenes, la búsqueda de la identidad, colectiva o individual, atribuida o construida, se convierte en la fuente fundamental de significado social. (Castells, 1999: 29)

Es así como el presente de la convivencia social se construye en gran medida con el uso de las nuevas tecnologías e *Internet*. Así como la *Internet* constituye una *red* de ordenadores conectados entre sí, la sociedad ha avanzado siguiendo este formato de organización al potenciarla a través de las tecnologías de la información y comunicación basadas en la microelectrónica. A este tipo de organización en la sociedad contemporánea es a lo que Castells denomina como *Sociedad Red* (2006).

Así que lo que se vuelve específico en nuestro mundo es la extensión del cuerpo y la mente de los individuos en *redes* de interacción que son generadas y reproducidas por las nuevas tecnologías de la información. Estas tecnologías ocupan cada vez más espacio de la vida humana transgrediendo los espacios doméstico y escolar, ahora los individuos tienen la posibilidad de llevar dispositivos digitales a donde quiera que vayan.

Con el uso de *Internet* quedamos en el entendido que las *redes digitales* son globales. La *Sociedad Red* posee una infraestructura basada en las *redes digitales*, y esto la hace por definición una sociedad global. Y así como es global también causa influencia enorme en distintos grados del intercambio social, desde el económico, político y cultural hasta el de la microinteracción, la vida cotidiana de los actores sociales se ve profundamente influenciada de la tecnología digital e *Internet* en la *Sociedad Red*.

Internet y el correo electrónico son el espacio impalpable de gran parte de los intercambios sociales, desde las nuevas formas de organización comunitaria hasta los encuentros amorosos, desde el comercio electrónico hasta los esfuerzos de los gobiernos por adaptarse a los requerimientos de la Sociedad de la Información. (Finquelevich, 2005: 11)

La organización social moderna se configura con la implementación de la tecnología digital. Han nacido nuevas comunidades derivadas de las interacciones en *Internet*, las cuales nacen, crecen y se expanden dentro de las fronteras virtuales y en algunos casos hasta fuera de ellas. *Internet* es una plataforma de expansión de la socialización y esto naturalmente ha generado la creación de comunidades en concreto dentro los límites de lo virtual y también fuera de ellos.

1.8 Realidad Virtual

En el contexto de las revoluciones tecnológicas y del desarrollo de la tecnología digital surge un concepto que me gustaría esclarecer porque lo considero medular en mi proceso de investigación, el de *realidad virtual*. En estas primeras páginas he hecho el recuento de cómo las tecnologías digitales y su uso constituyen la característica de nuestro presente y de cómo la *Internet* nos ha dado las posibilidades de acceder a nuevas maneras y espacios de interacción.

Estos nuevos espacios de interacción dentro de la *Red* es lo que conocemos como *realidad virtual* (RV). La RV se ha conformado como un fruto de diferentes disciplinas que provienen del campo de la ciencia y la tecnología, como son: las matemáticas, la robótica, la física, la cibernética entre otras, sin embargo la informática es el campo de conocimiento directamente responsable de su creación y desarrollo.

La RV se podría definir como “un sistema informático que genera en tiempo real representaciones de la realidad que de hecho no son más que ilusiones ya que se trata de una realidad perceptiva sin ningún soporte físico y que únicamente se da en el interior de los ordenadores” (Serrano y Armeguí, 2006)

Entonces, la RV son espacios virtuales que nos generan en tiempo real simulaciones de la realidad. ¿Esto qué quiere decir? Es aquí donde tenemos nuestro primer encuentro entre lo real y lo virtualmente real, que explicado de esa

manera tan llana puede resultar confuso, pero en simples palabras es que en la modernidad nos encontramos con 2 tipos de espacios: *el de la realidad virtual (que ocurre dentro de los ordenadores y la tecnología digital)* y *el de la realidad no virtual (que es la que sucede fuera de los ordenadores y la tecnología digital)*

Lo que se vuelve interesante para el análisis de mi investigación es cómo esta dicotomía entre “real/irreal” se percibe cada vez menos clara cuando de *realidad virtual y realidad no virtual* se trata. Los espacios que se desarrollan dentro de *Internet* abundan cada vez más y se convierten –de hecho- en experiencias compartidas con distintos usuarios los cuales desarrollan un proceso de construcción de *identidad* dentro de la *red*.

En la RV las personas llevan a cabo acciones, desarrollan experiencias, entablan relaciones, interaccionan, construyen y reconstruyen su identidad. Las personas, en definitiva viven en la RV, y estas vivencias dependen íntegramente de las simulaciones que les ofrece esta realidad. Esta vida, perfectamente real, en la simulación es lo que hace que la RV desafíe la dicotomía real/irreal, y lo que cada polo de la dualidad permite y posibilita. (Serrano y Armegí,2006: 8)

Las *identidades* de los actores en el plano *no virtual* son complementadas con la *identidad* que cada actor construye para sí dentro de los espacios *virtuales*. De esta manera el proceso de socialización en el espacio *virtual* transgrede al espacio *no virtual*. Así es como el uso de *Internet* y la tecnología han transformado la manera en la que convivimos, nos comunicamos y generamos *identidad* a partir de la RV.

1.10 Bidimensionalidad del actor social: Espacio virtual y Espacio no virtual

La consolidación del ciberespacio como espacio comunicativo cotidiano en la vida de las personas nos hace vislumbrar la diferencia que existe entre el mundo *no virtual* y el mundo *virtual*. Si asumimos como correcta la definición de lo *virtual* como aquello que tiene existencia aparente y no real, parece inadecuado aplicar dicha definición para las interacciones que ocurren en el terreno digital, pero estas, salvo a la ausencia de interacción frente a frente, son tan reales como las otras.

Distinguimos entre espacio *virtual* y espacio *no virtual* o presencial para poder diferenciar correctamente el tipo de interacción que se da en cada nivel de espacio. Estos espacios continuamente retroalimentan información el uno a otro y tejen la realidad en donde el actor social se desarrolla, una realidad que estaría compuesta por dos planos o dos dimensiones, haciendo del actor un ser bidimensional en sus interacciones: la dimensión del sujeto y la dimensión del usuario de RSV.

(...) se plantea una bidimensionalidad del sujeto-usuario, que se manifiesta en un sujeto que habita e interactúa en un espacio no-virtual y otro que desarrolla contactos e interactúa con otros sujetos en un espacio virtual, que trasciende la territorialidad física y deviene otros matices. Ello implica un abordaje del uso de los espacios virtuales, no como uno puesto a los espacios no-virtuales, sino como elementos sinérgicos que se retroalimentan el uno al otro. En las diferentes aproximaciones al uso del ciberespacio, se acostumbra extrapolar los términos virtual del real, como si el primero no fuera lo segundo; es decir, que se maneja el concepto de la virtualidad casi desde una perspectiva de la fantasía (Aguilar Rodríguez, Daniel E.; Said Hung, Elías, 2010).

La bidimensionalidad del actor social es real debido a la sinergia de los dos espacios de interacción en los que participa cotidianamente, La cita hace una excelente anotación al puntualizar que se suele hablar del espacio *no virtual* como espacio “real”, como si el *virtual* no tuviera esa cualidad, pero el espacio virtual es tan real como el *no virtual*. Las interacciones sociales modernas trabajan en sinergia entre el espacio *virtual* y *no virtual*, convirtiéndonos en sujetos bidimensionales.

A continuación presentaré un cuadro que esquematiza las cualidades y construcción del actor social en cada dimensión:

Cuadro comparativo entre dimensión no virtual y virtual

Dimensión no virtual (sujeto)	Dimensión virtual (usuario de RSV)
-Sujeto como resultado de sus experiencias, vivencias y mediaciones	-Producto consiente de sí mismo
-No decide qué rasgos lo definen e identifican ante los otros	-Posee control sobre los rasgos que lo definen y lo identifican ante los otros
-Es verificable	-Difícil, mas no imposible de verificar

-Para la interacción es necesario formar parte del mismo espacio social (Bordieu 1997)	No requiere ser parte del mismo espacio para la interacción
--	---

Fuente: (Aguilar Rodríguez, Daniel E.; Said Hung, Elías, 2010)

En el cuadro podemos ver esquematizadas las cualidades de interacción que componen a una dimensión y a otra, a la vez que también se recalcan las posibilidades del actor social para presentarse ante los demás. Esta bidimensionalidad es parte esencial de la vida cotidiana en la modernidad.

El espacio *virtual* y el *no virtual* no son mutuamente excluyentes, lo que sucede en uno repercute en otro: si algo afecta al sujeto en el espacio *no virtual* ello se verá reflejado en el espacio *virtual*, y por otra parte, lo que sucede en el espacio virtual puede tener una injerencia directa en la vida social del sujeto (Aguilar Rodríguez, Daniel E.; Said Hung, Elías, 2010).

1.11 Antecedentes de la interacción en Internet

La importancia creciente de *Internet* como espacio de interacción y comunicación interpersonal se debe en gran medida a la denominada Web 2.0, que se caracteriza por una mayor interactividad, participación y colaboración de los usuarios respecto a la etapa precedente de la red. En este sentido, así como el uso habitual de la web originaria consistía en acceder a la información publicada por otros mediante sistemas más o menos rudimentarios de búsqueda, lo propio de la Web 2.0 es compartir información con otros usuarios, publicar contenidos propios, valorar y remezclar contenidos de terceros, cooperar a distancia, y en definitiva *apoderarse de la tecnología para hacerla parte de nuestra vida* (Orihuela en Serrano-Puche, 2008: 62)

Una de las muestras más representativas de la clara vinculación de los espacios *virtual* y *no virtual* es el uso generalizado de las *RSV*, servicios basados en la web que permiten a los individuos:

- 1) **Construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema limitado**
- 2) **Articular una lista de usuarios con los que hacen otra conexión**
- 3) **Ver y recorrer su lista de conexiones y las realizadas por otros dentro del sistema. (Boyd y Ellison, 2007).**

Su impacto en la configuración del nuevo escenario de la comunicación digital es innegable: *“la capa social que invade los espacios web: todo se vuelve social y definir qué es red social se vuelve aún cada vez más complejo”* (Cocktail Analysis, 2011) Más aún cobra fuerza la idea de que en este cambio de paradigma comunicativo el concepto de *redes* es central, hasta el punto de hablar de una *Sociedad Red* en la era de la información (Castells, 2001)

Las RSV posibilitan tanto consolidar relaciones ya establecidas en el mundo *offline* como construir nuevos vínculos. Son junto a los *blogs* y las páginas de contactos *online* portales de identidad (Escobar y Roman, 2011) en los que los usuarios construyen y expresan su “yo”, publicando características de sí mismos agregando y compartiendo su actividad en *Internet*. Están diseñadas, por tanto, para crear y mantener vínculos con otros, y este fenómeno de la sociabilidad hace de ellas un espacio privilegiado de autorrepresentación, para la encarnación del “yo” en el ámbito digital.

Así pues, el “yo” también se revela en las interacciones sociales que se producen en el ámbito digital, aunque condicionado por las peculiaridades de un entorno mediatizado. En este sentido, el modelo dramático de Erving Goffman se muestra, además de sugestivo, muy adecuado para examinar como el “yo” se presenta en las *redes sociales virtuales*.

1.12 Comunidades Virtuales

El concepto de *comunidad* es esencial en la teoría social, ya que supone la expresión más natural y orgánica de toda relación interhumana. Podemos entender a la *comunidad* como: “El agrupamiento colectivo que tiene entre sus elementos

componentes un vínculo de unión de carácter espontáneo y natural.” (Poviña, 1997:19)

El ser humano hace *comunidad* por naturaleza, y se asocia con otros de su misma especie para procurar el bien común y la supervivencia. Entendiendo como *comunidad* una relación orgánica entre las personas y como *asociación* una relación contractual con arreglo a fines, las sociedades contemporáneas se han desarrollado en una combinación de estos dos ejes.

Los vínculos e interacciones que tienen lugar en *Internet* reproducen a los que se tienen en el espacio físico, dando lugar a la creación de comunidades, las cuales, por su naturaleza, se conocen como *comunidades virtuales*. Las *comunidades virtuales* se caracterizan por ser asociativas, es decir, son generadas y desarrolladas a partir de intereses en común que puedan tener los usuarios de *Internet* sobre algún tema en particular, que puede ir desde el ocio al aprendizaje e incluso los negocios.

Entonces, una *comunidad virtual* es una agrupación de usuarios cuyas interacciones tienen lugar en el espacio *virtual* a través de *Internet* por medio de los sistemas informáticos. El principal objetivo de las comunidades es facilitar el flujo de información entre el grupo. Las *comunidades virtuales* suelen ser centradas en un tema en particular que los usuarios compartan, como por ejemplo podría ser una comunidad de intercambio de información académica o una comunidad de personas con interés en el skateboard... Así, en cada comunidad pueden participar del intercambio usuarios que tengan interés en puntos específicos de cada temática, como pueden ser el intercambio de links de artículos científicos o la compra/venta de tablas para skate (apegándonos a los ejemplos dados en un inicio).

Algunos ejemplos de comunidades virtuales son:

- 1) Correo electrónico (Gmail, Hotmail...)**
- 2) Grupos de noticias (Microsoft Help Groups)**
- 3) Enciclopedias libres (Wikipedia, Lostpedia)**

- 4) **Juegos de Rol (Battle.net)**
- 5) **Sistemas Peer to Peer – P2P (Skype, BitTorrent, eMule)**
- 6) **Sistemas de tablón de anuncios (Eye of the Beholder)**

Las *comunidades virtuales* tienen una diferencia muy clara con la otra gran fuente de interacción en *Internet*, que son las *redes sociales virtuales (RSV)*, y es, que las primeras, se centran en atender las inquietudes de la comunidad y con base en eso se genera la interacción. Las RSV tejen la interacción en torno al usuario, sus intereses, pensamientos y experiencias de la vida cotidiana, poniendo las relaciones sociales a girar en torno a la experiencia individual.

Pero ¿Cómo transforma las relaciones sociales el uso de *Internet*? El intercambio acelerado de información ha generado la creación de interacciones dentro de la *red* que se conforman de usuarios con afinidades en común, dicho en otras palabras, estos usuarios socializan con base en la elección de sus intereses personales, y es lo que algunos teóricos llaman privatización de la sociabilidad¹¹ Dentro de este contexto hacen su aparición las *redes sociales virtuales*, que son –como se mencionaba con anterioridad- interacciones virtuales con múltiples personas donde el usuario es el creador y el selector de cada integrante que la conforma.

Entonces, una *RSV* es una estructura social dentro de la red, compuesta por grupos de personas que tienen algún tipo de relación, ya sea de amistad, familiar, de intereses afines, relación laboral, etc. Su objetivo es compartir al grupo de conocidos las actividades, pensamientos y proyectos en los que cada usuario está involucrado.

Se pueden identificar los siguientes tipos de redes sociales:

- 1) **Horizontales: buscan proveer herramientas para la interrelación general (Facebook, Google+)**
- 2) **Verticales por tipos de usuario: dirigidas a un público en específico (Linkedin)**
- 3) **Por tipo de actividad (YouTube, Twitter, eBay)**

¹¹ Manuel Castells, Lección inaugural del programa de doctorado sobre la sociedad de la información y el conocimiento.

Lo que hace únicas a las *redes sociales virtuales* no es que permitan a los usuarios conocer a extraños, sino que les permite articular y hacer visibles sus redes sociales, las cuales están formadas por las personas con las que se tiene contacto en la vida cotidiana y algunas otras que forman parte de un círculo social indirecto. En el centro de la red social está el individuo, después los amigos de primer nivel, luego los amigos de los amigos y por último conocidos casuales, es así como se jerarquiza la interacción.

La utilización de las *RSV* ha crecido exponencialmente en los últimos diez años haciendo posibles reencuentros entre personas que tenían varios años sin verse, gestiones comerciales, acuerdos de trabajo y la generación de nuevos vínculos sociales que no hubieran sido posibles de no existir esta herramienta virtual.

Otra de las características de las *RSV* es que pueden ser personalizadas a placer por el usuario y en ellas se puede plasmar la imagen o la *identidad* que se quiera proyectar al círculo social *virtual*. La manera en que los individuos nos presentamos en sociedad no es la misma en los distintos espacios de interacción, por ejemplo: la familia, el trabajo, la escuela, las relaciones amorosas, el grupo de amigos, etc. Para cada grupo de interacción representamos un personaje distinto dependiendo del interés que tengamos por lo que queremos que se conozca de nosotros en dicho grupo, atendiendo a lo interpretado por Goffman.

Las *RSV* han adquirido una importancia creciente como espacio de interacción y comunicación interpersonal. Aunque con las peculiaridades propias del ámbito digital, en ellas se expresa también la *identidad* personal de sus usuarios. En el siguiente desarrollo de mi investigación analizaré cómo se representa el “Yo” dentro de las *RSV* tomando como punto de partida la obra de Erving Goffman titulada *La presentación de la persona en la vida cotidiana* (1959), donde el sociólogo canadiense presentaba una metáfora teatral de la interacción social. Se expondrá su modelo teórico y se aplica al ámbito de las interacciones *virtuales*, poniéndolo en dialogo con investigaciones cuantitativas y estudios empíricos sobre expresión de la *identidad* en *Internet*.

Capítulo 2. Adolescentes y Facebook, una mirada a través de la teoría de la teatralidad de Erving Goffman.

2.1 Adolescencia, identidad y cultura

La psicología ha sido la ciencia en la que se han respaldado los estudios sobre los adolescentes ya que representa una etapa de desarrollo biológico importante y con ella se acentúan cambios emocionales de gran relevancia para el individuo. La *adolescencia* es una etapa que se define por crisis de distintas índoles: emocionales (duelos y crisis), conductuales (estados cambiantes, rebeldía) y sociales (aislamiento y transgresión de normas) (Díaz, 2006). Sin embargo, mi investigación abordará los aspectos sociales y culturales que son significantes en la experiencia de vida de los adolescentes, utilizando la perspectiva psicológica sólo como base complementaria.

La *adolescencia*, como etapa de la vida es una construcción más bien reciente. Por ejemplo, como menciona Zamora Borge (2013) en la época medieval el concepto de *adolescencia* era inexistente, ya que los niños desde edad temprana comenzaban a trabajar como aprendices y no había un sistema escolar institucional, lo cual permitía que los jóvenes desde muy temprana edad tuvieran roles significantes dentro de su comunidad. Fue hasta el proceso de industrialización que trajo con él el establecimiento de la familia burguesa que se empezó a transformar la idea del niño y el joven, lo cual ocasionaría que se extendiera una etapa intermedia entre ellas (*la adolescencia*) para hacerla exclusiva de formación escolar a modo de estatus.

Entonces, la *adolescencia* es un concepto histórico y su construcción ha estado sujeta a los distintos contextos, momentos y geografías en donde se le interprete. Por eso es preciso conocer a los jóvenes, en este caso a los adolescentes, en su especificidad, en sus condiciones sociales históricas y en los contextos en los que se desarrollan. La *adolescencia* es un concepto que nos remite a jóvenes de cierta edad, sin embargo, no debemos olvidar que también hablamos de individuos con distintos roles sociales; hijos, amigos, estudiantes, consumidores, televidentes, trabajadores, campesinos o ciudadanos, hombres o mujeres etc. Son estos roles los

que construyen la concepción subjetiva en cada individuo de lo que significa ser joven.

La cultura vivida e internalizada en los distintos ámbitos se sintetiza de manera diferenciada y singular en cada historia personal y contexto. Cada grupo o individuo configuran su identidad de manera compleja en el marco de las propias condiciones sociales, económicas e históricas, y de los significados que definen su cultura local en el marco de lo global (Díaz, 2006: 451-457).

La juventud es, al mismo tiempo, una condición social y un tipo de representación. Existen características universales en las transformaciones que sufre un individuo en la etapa en la que transcurre la *adolescencia*, pero cada sociedad tiene sus particularidades para reaccionar ante ellas. Lo que hace que sea distinto en cada sociedad son las condiciones sociales (clases sociales), culturales (etnias, identidades religiosas, valores), de género y también de las regiones geográficas, entre otros aspectos (Peralva, 1997).

Podemos entender la juventud como un proceso amplio de la construcción de los sujetos en el que la *adolescencia* es el punto de inicio. Este proceso tiene especificidades que marcan la vida de cada individuo y es influenciado por el medio social concreto en el que el joven se desarrolla. Estas especificidades sociales y culturales son las que también construyen la *identidad* en la subjetividad de los individuos.

Para objetos de la investigación, abordaré la *identidad* en la conceptualización que realiza Giménez como el “conjunto de repertorios culturales (representaciones, valores, símbolos...) a través de los cuales los actores sociales (individuales o colectivos) demarcan simbólicamente sus fronteras y se distinguen de los demás en una situación determinada, todo ello en contextos históricamente específicos y socialmente estructurados” (Giménez,2000).

Vislumbramos del panorama que la *adolescencia* es una etapa que conlleva cambios físicos y psicológicos para el individuo, y que la construcción social de ésta está definida por los contextos culturales en los que se desarrollan los sujetos, al mismo tiempo que también definen los roles sociales que representan los jóvenes en sus espacios geográficos particulares. La construcción de la *identidad* en la adolescencia está asociada tanto con los cambios psicológicos como con las

representaciones culturales propias de cada lugar, así como de los valores de cada individuo.

Abordaré la construcción de la *identidad* como una articulación entre elementos psicológicos, sociales y culturales que se sintetizan de manera distinta en cada adolescente. Analizaré la presentación del Yo que construyen los adolescentes dentro de Facebook tomando en cuenta los aspectos culturales locales y globales que cada uno adopta en sus subjetividades, indagaré en sus aspiraciones, deseos e imaginarios sociales para poder explicar cómo la presentación que hacen dentro de Facebook representa una parte importante del proceso de construcción de la *identidad* individual dentro de la *Sociedad Red*.

2.2 Nativos Digitales

A lo largo de la investigación he hecho énfasis en la importancia que tiene la tecnología para el presente y el cómo las TIC's son parte fundamental de la vida cotidiana en bastantes sectores de la población mundial. Dentro de ese contexto, quienes llegaron a su etapa adulta antes de la masificación de esas tecnologías pueden definirse como *inmigrantes digitales*. Por su parte, los jóvenes contemporáneos que han pasado una gran parte del tiempo de sus vidas utilizando la tecnología en constante evolución son denominados como *nativos digitales* (Prensky, 2001).

Joaquin Linne, afirma que existen 2 generaciones de nativos digitales en su investigación: *Dos Generaciones de Nativos Digitales* (2014) publicada en la Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, vol. 37, núm. 2. A la primera generación la nombra como Nativos Digitales 1.0 y es formada por individuos que nacieron entre 1980 y 1994, y a la segunda generación como Nativos Digitales 2.0, los cuales nacieron entre 1995 y el año 2000. Estas dos generaciones de Nativos Digitales tienen cosas en común derivadas de la apropiación de la tecnología, tales como el ser multitareas y el ser productores y consumidores de contenido (Urresti,2008; Ritzer; Jurgenson, 2010 en Linne, 2014), pero tienen diferencias muy

puntuales en cuanto a la apropiación de la tecnología para definir su vida cotidiana, los Nativos Digitales 2.0 son descritos por Linne de la siguiente manera:

Los ND 2.0, al ser la generación más inmersa en los SRS, suelen expresar mayor preocupación como colectivo social por la competencia de popularidad y el monitoreo entre pares, por las constantes performances mediáticas de autopresentación y la omnipresente interacción a través de dispositivos digitales. Para los adolescentes, “ser popular es una de las dimensiones más valoradas, dado que ser popular implica tener muchos amigos (MORDU-CHOWICZ,2012) con los que es posible compartir momentos y espacios de intimidad tanto copresenciales como virtuales (Linne,2014).

Los nativos digitales han desarrollado su vida cotidiana con un vínculo muy estrecho con la tecnología e *Internet*, a la vez que tienen acceso a una gran cantidad de información (esto ha constituido una gran parte de su formación educativa), también existen posibilidades extraordinarias para la comunicación y han hecho de estas herramientas espacios de interacción con sus amigos y pares. Los niños de esta época tanto adolescentes como jóvenes comparten una serie de características generacionales en torno a su relación con la tecnología y con las relaciones sociales mediadas por ella, lo cual se resume en una nueva sensibilidad hacia lo digital.

Existen diversos autores que han utilizado otros nombres para definir a la generación que nació inmersa en la evolución tecnológica y digital como: Piscitelli (2009) que los denominó *Generación “Y” o Millenials*, Ortíz Henderson (2011) los nombró *Generación “@”*, Brooke (2002) los nombró *Generación del pulgar*, Franco Berardi (2007) los nombró *Generación Post-Alfa* y Morduchowicz (2012) *Generación multimedia*. Sin embargo, el concepto de *nativos digitales* aportado por Prensky (2001) me parece que refleja de una manera más simple y acertada al entorno y a los usuarios, por eso es el concepto que usaré para definir a los adolescentes en mi investigación.

Los adolescentes contemporáneos socializan a través de la tecnología digital de una manera en la que proyectan su cultura al mismo tiempo que también construyen nuevos símbolos culturales, eh ahí que la proyección y construcción de su *identidad* pueda también ser analizada a través de las plataformas virtuales, ya que son en ellas donde mucha de la socialización contemporánea tiene lugar.

Desde su aparición en 2004¹², *Facebook* se convirtió en uno de los fenómenos más relevantes de *Internet*. Esta investigación se centra en la presentación del Yo que los adolescentes mexicanos -En específico los de Toluca, Edo. De Méx.- tienen en esta RSV, y en cómo se vincula la comunicación e interacción que tienen dentro de este espacio con el proceso de construcción de su *identidad*.

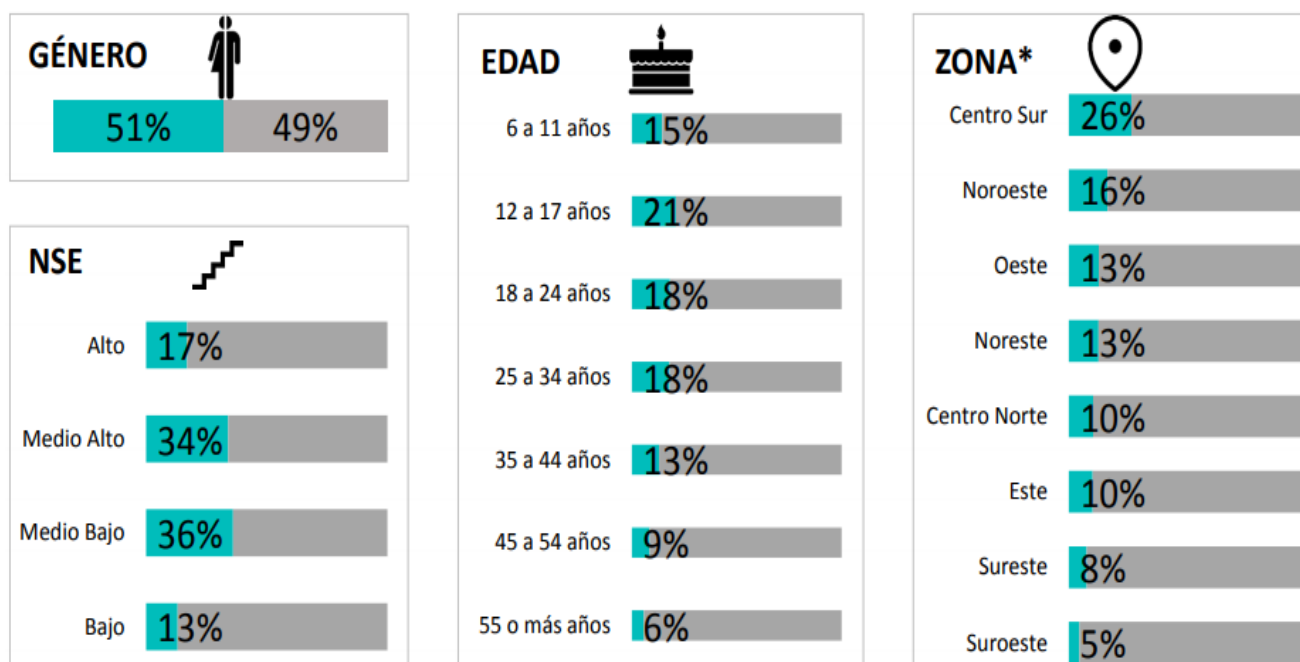
Los adolescentes contemporáneos han nacido dentro de la *globalización* económica y cultural que supone *Internet*, y han socializado en entornos atravesados por las TIC's, que en las últimas dos décadas han avanzado sobre casi todos los aspectos de la vida social, desde las compras hasta la información, pasando por la participación política, la producción de cultura y la creación y consolidación de vínculos interpersonales.

En cifras de La Asociación Mexicana de Internet A.C. (AMIPICI) en el 13^o *Estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México 2017*¹³, en México un 63% de la población de 6 años o más de edad son usuarios de *Internet*. Ese total de población se subdivide en los siguientes porcentajes por edad:

¹² Fuente: http://www.cad.com.mx/historia_de_facebook.htm Consultado el 06 de Enero de 2016 a las 11:26 a.m.

¹³ Fuente: cita pendiente

Cuadro 1.0: Porcentajes de Usuarios de Internet en México por sexo, edad y zona geográfica en el 2017



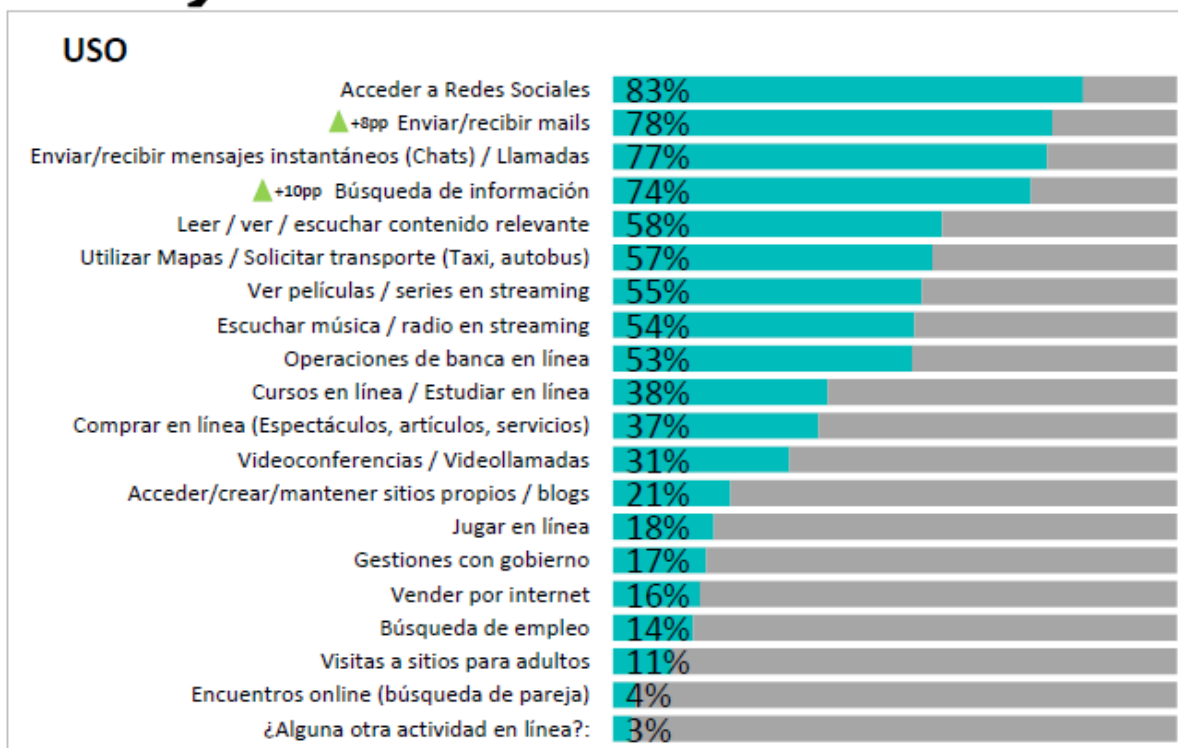
Fuente: Cuadro extraído del apartado *Perfil del Internauta Mexicano* del 13º estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México 2017 de La Asociación Mexicana de Internet A.C. (AMIPICI)

En el cuadro anterior podemos observar cómo el mayor porcentaje de los usuarios de *Internet* en México corresponde a jóvenes de entre 12 a 17 años de edad, periodo en el que tiene lugar la etapa de la vida humana conocida como *adolescencia*.

En este estudio también podemos corroborar datos de mucha relevancia como los principales usos de *Internet* que realizan los Internautas en México, en los que la utilización de las RSV aparece con el porcentaje más alto, haciendo el promedio entre el uso laboral y el uso ocioso como lo muestran los siguientes cuadros, el *cuadro 2.0* corresponde al porcentaje de los usos laboral y de ocio por separado y el *cuadro 2.1* al porcentaje promedio de los usos de Internet en México.

Cuadro 2.0: Porcentaje de usos de Internet en los Mexicanos 2017, tanto para su uso laboral como el de ocio

Actividades online



Fuente: Cuadro extraído del apartado Actividades Online del 13º estudio sobre los hábitos de los usuarios de Internet en México 2017 de la asociación Mexicana de Internet A.C (AMIPICI)

Este cuadro nos muestra el impacto que tienen las RSV en el uso de *Internet* de los mexicanos hasta ahora. Si bien los adolescentes no son los únicos usuarios de las RSV sí constituyen un segmento clave de la población nacional activa en estas plataformas. En este contexto, indagar sobre los usos y representaciones de los adolescentes en las RSV se vuelve importante para entender sus procesos de socialización y de construcción de *identidad*.

Facebook es la RSV con mayores usuarios registrados en todo el mundo hasta la fecha¹⁴ y la más utilizada en México como muestra el cuadro 2.0, es por eso que la

¹⁴ Consultado en línea en <https://www.multiplicalia.com/redes-sociales-mas-usadas-2017/> el 22 de Diciembre de 2017

delimitaré en mi objeto de investigación sobre las RSV, asumiendo que muchas de las conclusiones que se obtengan sobre los procesos sociales en *Facebook* pueden extrapolarse a las otras redes.

Cuadro 3.0 Redes sociales más utilizadas

Redes sociales utilizadas



Fuente: Cuadro extraído del apartado Redes sociales más utilizadas del *Mexicano* del 13º estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México 2017 de La Asociación Mexicana de Internet A.C. (AMIPICI)

Las cifras hacen dar cuenta que *Facebook* es una RSV que casi todos los usuarios de *Internet* utilizan y que se ha mantenido en la vanguardia en la preferencia hasta la fecha.

2.4 Facebook, componentes y herramientas.

2.4.1 Página principal del usuario, página de perfil o Biografía

Facebook se constituye principalmente por una página principal del usuario la cual se denomina como *Biografía*, es en ella donde aparece la información que él ha decidido dar a conocer al su red de contactos, tales como nivel de estudios, lugar

donde se trabaja, lugar de residencia y fecha de nacimiento así como gustos y preferencias de distintos tipos.

En esta página de perfil también aparecerán los contactos que tiene agregados el usuario y cuántos de ellos comparten en común con la cuenta con la que se visualiza. La presentación inicial del usuario en Facebook la constituye la *foto de perfil* y la *foto de portada*, así como el nombre que se elija para ser conocido dentro de la RSV. Bastantes son los usuarios que se nombran de una manera distinta a su nombre real; apodos, diminutivos y nombres de ficción son los cambios más usados a la hora de autonombrarse.

La información que se llena en la página de perfil es editable según la conveniencia del usuario, teniendo así control de la manera en la que se presenta en distintos periodos de tiempo. Se suele editar la información para dar a conocer los cambios significativos más recientes de la vida del usuario como cambios de domicilio, cambios de empleo, ingreso a una nueva escuela, etc.

Página principal de Facebook, Biografía:

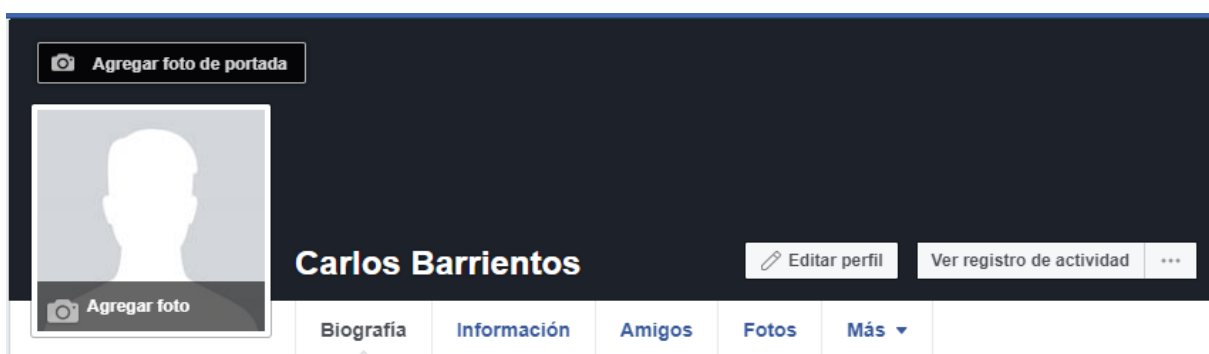


2.4.2 Foto de perfil y foto de portada

La *foto de perfil* es el componente más importante de la presentación del usuario en *Facebook*, esta es visible para todos los usuarios de la RSV, tanto para los que forman parte de los contactos de un usuario determinado como para los que no; no

hace falta entrar a la página de perfil de un usuario en particular para poder verla. Por lo general se busca que esta sea una foto que muestre atributos estéticos del agrado del usuario, aunque cada usuario manifiesta a través de ella la proyección de la imagen de sí que pretende dentro de la RSV. *La foto de portada* es una imagen complementaria del perfil del usuario en donde se puede dar continuidad a la proyección estética que se desee. Esta imagen es posible de observar colocando el cursor sobre la foto de perfil de algún usuario en *Facebook* o si se accede al perfil del usuario en la página principal.

Espacio para Foto de Perfil (esquina inferior izquierda) y Foto de Portada (al fondo):



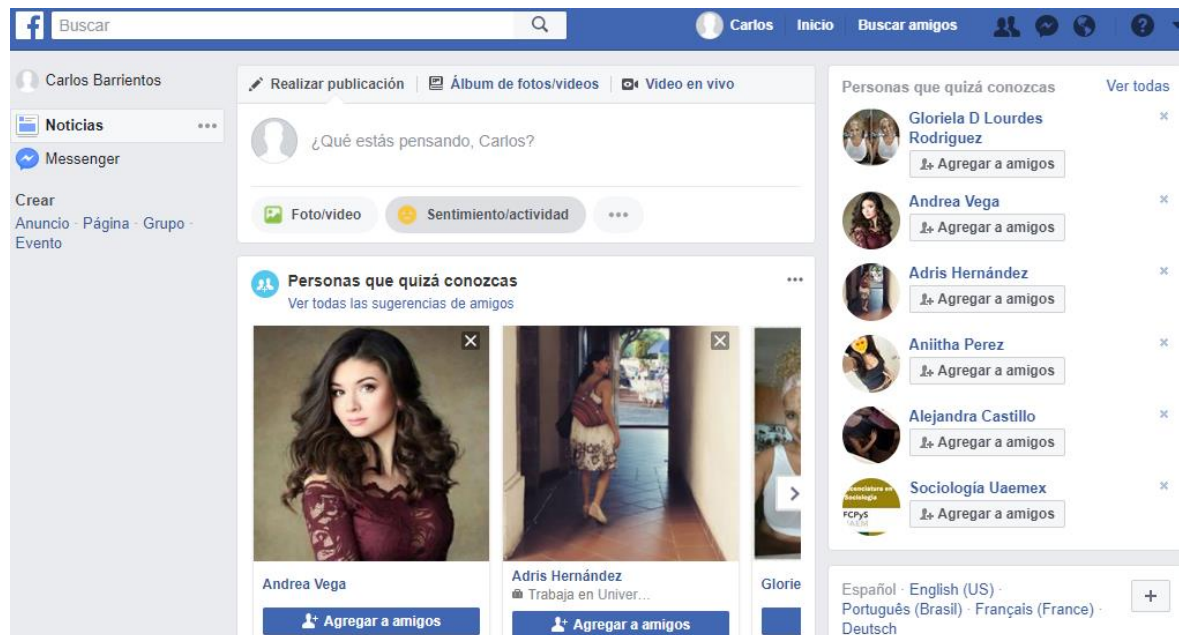
2.4.3 Muro

La opción de *inicio* que se puede vislumbrar en la página principal del usuario en la parte superior derecha de la *foto de portada*, esta opción nos da acceso al *muro* de nuestra cuenta de usuario, también es posible acceder a él a través de un ícono con la letra F en la parte superior izquierda de la página principal. El *muro* es el principal espacio de interacción dentro de Facebook, en él es donde aparecen todas las publicaciones de los contactos que tengamos dentro de nuestra red, así como las publicaciones que han comentado o a las que han dado *like*¹⁵, las publicaciones que nosotros hagamos también aparecerán en los muros de nuestros contactos. Estas publicaciones pueden ser comentadas por los usuarios de Facebook para

¹⁵ El like es una de las características más importantes de Facebook, permite dar a conocer públicamente nuestro agrado por las publicaciones que podamos encontrar dentro de la red. En esta herramienta se encuentran condensadas la aceptación y el rechazo social. Lo abordaré en un apartado más adelante.

manifestar su agrado, inconformidad o con la simple finalidad de generar una interacción de cualquier tipo. Las publicaciones son notificadas a la página de perfil y al muro a través de un ícono con la figura del planeta tierra con el número en color rojo de cuantas notificaciones de publicaciones tenemos.

Muro de Facebook:



2.4.4 Estado

Tanto en el muro de Facebook como en la página principal del usuario aparece el espacio para actualizar un *estado*, el cual es una publicación que el dueño de la cuenta realiza a través de texto o imágenes. La redacción de este *estado* obedece a la pregunta predeterminada dentro de la página la cual se lee: *¿Qué estás pensando?* En este apartado, además de la redacción, también se muestran las opciones de agregar fotos o video o de generar un álbum de fotos, los cuales suelen ser temáticos y concentran varias fotos sobre alguna fiesta, viaje, evento, o periodo particular de tiempo.

Los *estados* que se comparten son el segundo componente más importante de la presentación de los usuarios dentro de Facebook, estos pueden variar en la

disponibilidad de visibilidad al público en general o solamente a los contactos de la red de cada usuario dependiendo la *configuración de seguridad*.¹⁶ En ellos se manifiestan opiniones sobre temas de actualidad, cultura, arte, etc; estados de ánimo, chistes, y al mismo tiempo se pueden compartir imágenes de cualquier tipo, videos y fotografías.

Segmento desde donde se publican los *Estados*:



2.4.5 Opciones complementarias del estado

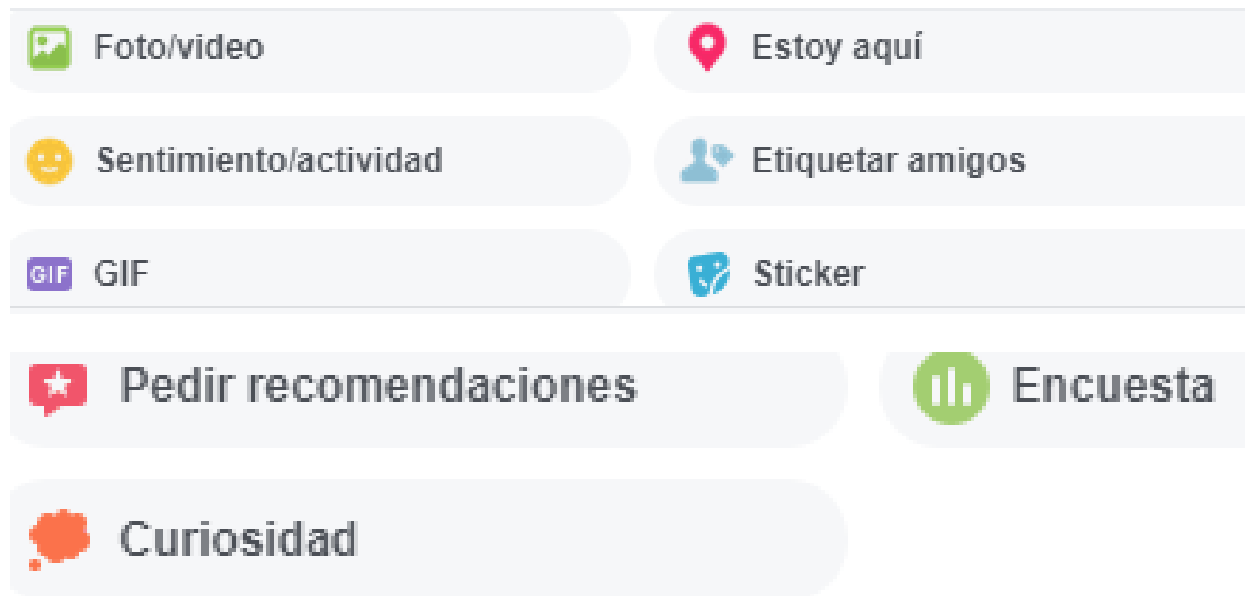
Este *estado* tiene las opciones de respaldarse el *registro de visita* o “*chek in*” en un lugar determinado, así nuestras publicaciones son expuestas señalando el lugar donde nos encontramos en ese momento. También aparece la opción de manifestar nuestro estado de ánimo con *emoticones*¹⁷ al mismo tiempo que una leyenda describe el estado de ánimo específico que se desea mostrar. En estas publicaciones también se puede *etiquetar* a los contactos a los que se desea que

¹⁶ La herramienta de configuración de privacidad también la abordaré en un apartado particular más adelante.

¹⁷Un emoticono o emoticon (del acrónimo inglés *emoticon*) es una secuencia de caracteres ASCII que, en un principio, representaba una cara humana y expresaba una emoción. Posteriormente, fueron creándose otros emoticonos con significados muy diversos. Los emoticonos que expresan alegría u otras emociones positivas se clasifican normalmente como *smileys* (de *smile*, «sonrisa» en inglés). *Emoticono* es un neologismo que proviene de *emocion* e *icono*. El plural es *emoticonos*. En algunos países y comunidades de Internet se denominan *emoticones* (latinización de la palabra en inglés *emoticon*), *emotición*, *iconos gestuales* o *caretos*. Fungen el referente más importante dentro de la comunicación simbólica en Internet. Consultado en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Emoticono> el 23 de Febrero de 2016 a las 2:25 p.m.

se relacionen con ella, ya sea en fotografías, opiniones, o cualquiera de las opciones que nos da el estado para colocar.

Opciones complementarias del Estado:



El *perfil del usuario en la página principal* y el *muro* son los espacios de interacción pública en Facebook, el *perfil del usuario* contiene las interacciones que otros usuarios tienen con las publicaciones del titular y en el *muro* son directamente observables las interacciones que los contactos tienen con sus propios contactos. Esta es la esencia de la convivencia social en *Facebook*, la exposición de elementos que permitan la interacción y la aceptación social de lo que se publica. Estos elementos se ven materializados con la herramienta del botón “*like*” o “*me gusta*”.

2.4.6 Botón de “me gusta” o “like” y “reacciones”

El botón de “me gusta” o “like” es la herramienta más importante dentro de la interacción virtual en el terreno de Facebook. Este es un botón que aparece en cada publicación compartida en Facebook al lado de las opciones *comentar* y *compartir*. Este botón o herramienta, que es representado simbólicamente con una mano

cerrada levantando el pulgar, tiene la función de hacer saber al usuario de una cuenta que otro está de acuerdo, le agrada o por lo menos leyó la publicación. “En el caso del contenido de nuestros amigos, puede ser desde un simple acuse de recibo (ya vi lo que publicaste), notita solidaria (estoy de acuerdo con esto) o genuina muestra de interés (esto que pusiste esta bueno). Dependiendo del contexto y la persona un *like* puede significar muchas cosas”. (Angelbc, 2012)

La versatilidad de significados de un *like* es parte importante del imaginario que los usuarios tienen con respecto a su uso, y es esta una de las razones por la que es tan popular. Puntualizando, lo único que objetivamente puede demostrar un *like* es que otro usuario notó una publicación y centró (aunque fuera por un instante) su atención en ella, todas las demás significaciones que se le puedan atribuir estarán ligadas al contexto y a la persona que utilizó el *like* para marcar una publicación en específico, sin embargo, es este significado subjetivo el que hace reaccionar a los usuarios con respecto a sus propias publicaciones y también administrar los *likes* que dan a los demás, lo cual convierte a esta herramienta como el máximo símbolo dentro de la subjetividad de los usuarios de Facebook.

Los *likes* dentro de Facebook funcionan como marcadores para hacer estadísticas, y son un buen termómetro de las tendencias (sociales, políticas, de consumo, etc.) que agradan a la comunidad o que por lo menos se están poniendo en tela de juicio y son popularmente comentadas dentro de la red social. Esto es aprovechado por empresas y personajes públicos para conocer sus niveles de aceptación en el terreno virtual, así como para hacer estrategias de marketing referidas a círculos sociales específicos, que son precisamente identificados con base en el análisis estadístico de sus *likes*, las cuales posicionan la marca de los productos y las imágenes de los personajes públicos. Los estudios sobre los *likes* se han basado principalmente en su alcance comercial y de mercadotecnia, no pude encontrar alguno que abordara la subjetividad de los usuarios para utilizarlo.

Una actualización en Octubre del 2015 ha permitido que además del botón “me gusta” (*like*) también se pueda acceder a manifestar distintas *reacciones* en las publicaciones a través de 5 *emoticonos* que se despliegan del botón *like*,

provocando que los matices de interacción que pudieron resultar ambiguos con los *likes* puedan tener ahora una delimitación más concreta como manifestar un gusto excesivo con un “me encanta”; risa de complicidad, satírica o burlona con un “me divierte”; asombro con un “me asombra”, tristeza real o burlona con un “me entristece” y la molestia real o en broma con un “me enoja”. Estas reacciones se despliegan del botón *like* y han sido herramienta útil para la interpretación de las interacciones, claro, hay algunas reacciones que siguen teniendo un carácter ambiguo pero es muy fácil identificar su sentido de acuerdo al contexto de la publicación en sí... Si se publica una post serio y alguien reacciona con un “me divierte” es claro que su intención es la de burlarse, por ejemplo.

Algo muy destacable, en mi opinión, fue la incorporación de la reacción “me enoja” que es una interacción de desagrado por lo que se lee en una publicación, no es directamente un botón de *no me gusta* o *dislike*, y sí, como comentaba en el párrafo anterior su interpretación puede ser ambigua conforme al contexto, pero aun así es una reacción que genera una polaridad contraria a la del *like* en la que sólo podías proyectar empatía, de cualquier tipo.

En cualquier caso, estas reacciones han dotado de un nuevo dinamismo e interpretación las interacciones que suceden en Facebook, en donde ya no es lo mismo conseguir un simple *like* a un *me encanta* y donde poder generar distintos tipos de reacciones se ha convertido en el objetivo de muchos usuarios que encuentran en *Facebook* el espacio más recurrente de interacción en sus vidas.

Botón de *like* y reacciones:



Like



Love



Haha



Wow



Sad



Angry

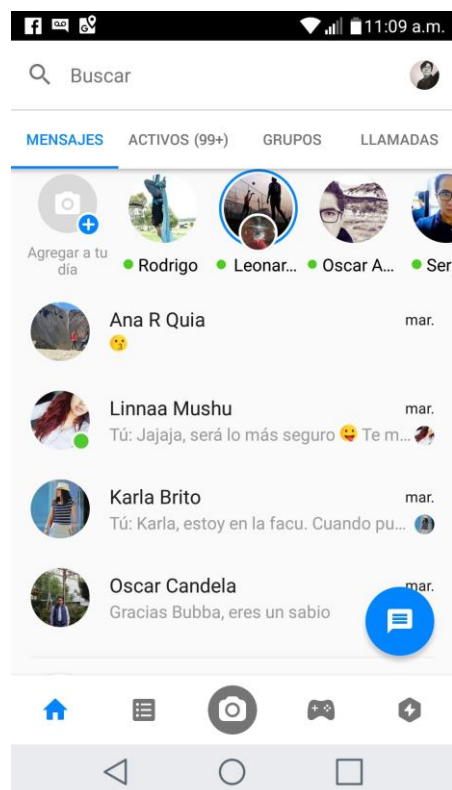
2.5 Elementos complementarios de Facebook

Además de los ya mencionados, existen otros elementos de *Facebook* que también son muy utilizados por la versatilidad de funciones que tienen.

2.5.1 Mensajería instantánea.

El primero a mencionar es la *mensajería instantánea*. En *Facebook* es posible la comunicación con los contactos de tu red a través de mensajes privados, y estos pueden ser individuales o colectivos. También es posible comunicarte con otros usuarios de *Facebook* que no se encuentren dentro de sus contactos si su *configuración de privacidad* de su cuenta lo permite. Esta herramienta es posiblemente la más utilizada en Facebook y ha sustituido a mucha de la mensajería telefónica (junto con WhatsApp) debido a que en los *smartphones* la aplicación de Facebook te envía una notificación con un particular sonido al instante que recibes un mensaje y muchos usuarios optan en comunicarse por este medio.

Distintos chats generados a través del servicio de *mensajería instantánea*:



2.5.2 Grupos.

Otra de las funciones que permite *Facebook* es la creación de *grupos* de contactos con alguna temática en específico que sea de interés de los que estén en él. Estos *grupos* pueden tener como miembros a contactos de distintas redes y a través de ellos pueden lograr interactuar. La organización de eventos sociales, fines académicos y comerciales son las temáticas más populares para la creación de *grupos* dentro de *Facebook* aunque su uso es demasiado versátil; el apoyo a movimientos sociales, grupos de alerta sobre delincuencia local y grupos de empleo también son los más utilizados.

Existe también la posibilidad de crear invitaciones a eventos, ya sean públicos o privados. Esta función permite crear una página en donde se describen todos los detalles del evento en cuestión: ubicación, horario y recomendaciones. Al mismo tiempo también aparece una lista de contactos que fueron invitados al evento, la cual se puede ampliar o no según la *configuración de privacidad* de este. La creación de eventos es muy popular en Facebook y es una herramienta útil para eventos sociales, académicos, políticos o de cualquier tipo.

Ejemplos de *grupos* en *Facebook*:

Tus grupos

 La Sinfonola 1 publicación no leída	 Facultad de Ciencias Políticas y Soci... 4 publicaciones no leídas
 Venta Y Renta De Departamentos y C... 10+ publicaciones no leídas	 AUTOTIANGUIS TOLUCA 10+ publicaciones no leídas
 OFERTAS TOLUCA Y METEPEC!!!! 10+ publicaciones no leídas	 Vacantes Empleo, Toluca, Metepec y ... 10+ publicaciones no leídas
 Sociólogos de la UAEMéx 1 publicación no leída	 Yo Construi en San Mateo Coapexco 1 publicación no leída

Ejemplos de *Eventos*:



2.5.3 Configuración de privacidad

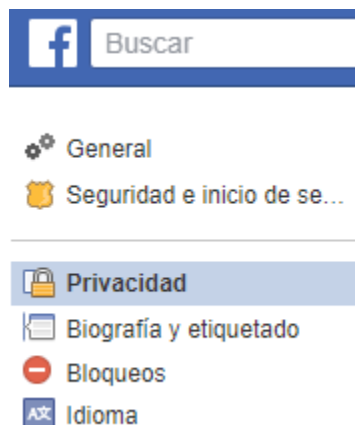
La configuración de privacidad es una herramienta de Facebook que permite al usuario manipular la manera en que su cuenta es expuesta al público, la información que no desea recibir y las personas con las que él decide que no quiere tener contacto. La configuración de la privacidad tiene principalmente 3 opciones que se redactan en la página de la siguiente manera: ¿quién puede ver mis cosas? ¿quién puede ponerse en contacto conmigo? y ¿quién puede buscarme? Estas opciones editables tienen la finalidad de que el usuario restrinja la cuenta a su conveniencia y evitar que lo que se publica en ella pueda ser visto por personas que él no lo desea.

También está la opción de *configuración de biografía y etiquetado*, que obedece a las preguntas: ¿quién puede agregar contenido a mi biografía? ¿quién puede ver contenido en mi biografía? y ¿cómo puedo administrar las etiquetas que otros agregan y las sugerencias de etiquetas? Ésta básicamente también busca que el usuario restrinja a su conveniencia el contenido que se publica en su biografía y las etiquetas que lo vinculan con alguna imagen de algún otro usuario.

Para finalizar está también la opción de *administrar bloqueos*, en ella se restringe el contacto que otros usuarios de Facebook pueden tener con el titular de la cuenta, sus opciones son: Lista de personas con acceso restringido, Bloquear usuario, Bloquear mensajes, Bloquear invitaciones a aplicaciones, Bloquear invitaciones a eventos, Bloquear aplicaciones y bloquear páginas. Se puede desde restringir el acceso a cierta persona al contenido publicado por el usuario hasta bloquearlo completamente de su red, si esto sucede, el usuario bloqueado no puede visualizar el perfil de Facebook de la persona que lo bloqueó, así como tampoco ponerse en contacto por ningún medio con ella.

Estos son los elementos constitutivos de Facebook, los cuales son las herramientas en las que se basa la experiencia e interacción dentro de la red de cada usuario. El uso que hacen de ellas y el cómo las administran proporcionan mucho material para el análisis de lo que a los usuarios les interesa buscar dentro de la red y el cómo quieren que se encuentre mediada su interacción con los demás a través de ella. Estas herramientas son fundamentales para la presentación del Yo en Facebook.

Privacidad, Biografía y etiquetado y Bloqueos:



2.6 Presentación del Yo en Facebook

Erving Goffman realizó un análisis de las situaciones de comunicación que se generan a partir de la autopresentación de una persona ante otra de manera presencial, en interacción cara a cara. Este tipo de interacción representa ciertas

dificultades para un individuo de lograr con éxito proyectar la imagen que pretende. “Dado el hecho de que un individuo proyecta eficazmente una definición de la situación cuando llega a presencia de otros, cabe suponer que dentro de la interacción quizá tengan lugar hechos que contradigan, desacrediten o arrojen duda sobre esta proyección. Cuando ocurren estos sucesos disruptivos, la interacción en sí puede llegar a detenerse en un punto de confusión y desconcierto” (Goffman, 1993: 27-28).

Facebook ha sido una herramienta útil para eliminar las situaciones incómodas que se podrían generar en la interacción de tipo presencial. El uso de *Facebook* facilita lograr la presentación exitosa del yo ante los demás usuarios, ya que la interacción dentro de la RSV se construye a partir de la creación de un perfil público editable, el cual el usuario puede modificar a conveniencia. Es posible incorporar al perfil público información personal del usuario, como es profesión, fecha de nacimiento, educación, lugar de trabajo, fotos de ambientes y círculos sociales recurrentes, etc. También se puede agregar información concerniente a deseos o aspiraciones del usuario.

Estos últimos datos constituyen una parte importante de la presentación de la identidad de los usuarios, ya que proyectan sus motivaciones y deseos al mismo tiempo que pueden conocer las motivaciones y deseos de los demás usuarios. Esta interacción construye la representación de lo socialmente deseable y lo que no, y con base en esas representaciones la presentación de los usuarios es construida. *Facebook* brinda la posibilidad de construir un Yo a la medida de cada usuario, en un balance cómodo entre las representaciones personales y las representaciones socialmente deseables.

Existen distintas motivaciones para crear un perfil en *Facebook*, los usos de esta RSV son numerosos. Se crean cuentas para realizar intercambios de información académica, también son famosas ya las cuentas de comercios, las empresas han encontrado en *Facebook* una herramienta poderosa para dirigir sus servicios a usuarios en específico y así ampliar el alcance de sus servicios y sus ganancias,

por supuesto la mayoría de los usuarios sólo utiliza la red social para interactuar virtualmente con sus círculos sociales.

Una de las razones más importantes para que las RSV y en específico *Facebook* hayan sido acogidas de una manera muy importante por los adolescentes es permiten proyectar o experimentar distintas maneras de ser de una manera virtual, como simulación de roles, diferentes formas de presentarse y convivir. (García, 2009). Linne (2014) reporta que para los adolescentes la red social es un entorno central de entretenimiento y comunicabilidad y se usa mayormente para la autopresentación, el intercambio de contenidos personales entre amistades, la búsqueda de relaciones sexo-afectivas y la exploración de distintos aspectos de su sociabilidad e identidad, así como para lograr una mayor visibilidad dentro y fuera del sitio.

2.7 Elementos de la presentación del Yo

En la narrativa de *La presentación de la persona en la vida cotidiana* se describen cuatro elementos clave en el modelo de interacción social de Goffman (1959):

- a) La dicotomía entre las expresiones controladas y las expresiones involuntarias.
- b) La tendencia del actor a presentar una versión idealizada de su Yo.
- c) La doble dimensión espacial en la que tiene lugar su actuación (backstage y frontstage).
- d) Las desviaciones o situaciones específicas (dramatización, tergiversación y mistificación) que puede adoptar la representación por parte del actor.

En el enfoque dramático de Goffman, la acción humana es una representación escénica por parte del actor individual. El actor representa un personaje frente a un público, o sea, una actuación frente a una audiencia, la cual puede reaccionar con aprobación o desaprobación. En el siguiente desarrollo de la investigación articularé los elementos esenciales del modelo de Erving Goffman para describir su aplicación en las situaciones de comunicación que se desarrollan dentro de *Facebook*.

2.8 La presentación de la persona en la vida cotidiana, en Facebook

El usuario dispone de un *perfil*, en el cual proporciona información textual y visual que permiten su identificación. La posibilidad de completar de un modo u otro este tipo de información es un punto claro de expresión controlada del usuario. Entonces, como ya lo he descrito, existe la posibilidad de un llenado de información extenso, el cual puede dar a conocer detalles íntimos de la vida cotidiana de los usuarios. El completar esta información de manera extensa y/o con datos verdaderos o no queda en completo control de las intenciones del usuario. Esta es la primera presentación que el *actor* tiene ante su *público*.

El aspecto de la veracidad de los datos descritos en la información del perfil de los usuarios puede ser verificable hasta cierto punto, ya que, comúnmente se utiliza *Facebook* para agregar contactos con los cuales hemos interactuado en la vida real por lo menos una vez. En este sentido, *Facebook* se convierte en una especie de verificación de identidad, ya que nos permite el acceso a la información del usuario la cual podemos “cotejar” con la información que previamente teníamos de él.

Los perfiles con información falsa son inmediatamente sospechosos, ya que comúnmente la información del perfil es muy limitada, tanto en imágenes como en texto. En un estudio de más de 30.000 perfiles de *Facebook*, Lampe, Ellison y Steinfield (2007) señalaron la importancia de los elementos del perfil y detectaron que existe una relación directa entre la cantidad y el número de concreción de la información disponible en los perfiles de los usuarios y el número de contactos conectados a ellos.

Junto a esta presentación en el *perfil*, el usuario comienza la proyección de su Yo deseado a través de su actividad *virtual*, entrando en un *performance* de sus gustos y preferencias por medio de la actualización del *estado* (con comentarios originales, frases célebres, fragmentos de películas, videoclips, anuncios, etc.), recomendación de enlaces (noticias y contenidos de marca), nuevas fotos personales, etc. En este *performance* es donde el usuario pone en circulación contenido propio articulándolo

con contenido comercial o de la industria y cultura popular, a través del cual toma forma la construcción de la identidad personal que desea presentar.

A veces el individuo actuará con un criterio totalmente calculador expresándose de determinada manera con el único fin de dar a los otros la clase de impresión que, sin duda, evocará en ellos la respuesta específica que a él le interesa obtener (...) Los otros, a su vez, pueden resultar impresionados de manera adecuada por los esfuerzos del individuo para transmitir algo, o por el contrario, pueden interpretar erróneamente la situación y llegar a conclusiones que no están avaladas ni por la intención del individuo ni por los hechos (Goffman, 1981: 18).

En este punto de vista, así como la interacción de manera presencial, la interacción dentro de *Facebook* se convierte en un *manejo de impresiones* (Vazire y Gosling, 2004). En la proyección de sí mismos que ofrece el individuo con frecuencia hay una tensión latente entre la imagen real y una imagen idealizada del Yo (Menago, 2008; Back, 2010).

Por lo general, la actuación de los actores en *Facebook* presenta un enfoque idealizado de su manera para comunicarse y de la imagen de sí mismos. “Cuando el individuo se presenta ante otros, su actuación tenderá a incorporar y ejemplificar los valores oficialmente acreditados de la sociedad, tanto más, en realidad, de lo que lo hace su conducta general.” (Goffman, 1981: 46-47). Dentro de este contexto es muy importante el análisis de la imagen de *perfil* que los usuarios eligen para mostrar. “

La fotografía hace visible al cuerpo, y entre todas las señas de identidad, el cuerpo es la más definitoria, la que nos señala como individuos irrepetibles e históricos. Pero además, el cuerpo es un medio privilegiado para la representación del mundo interior del sujeto, en particular de los afectos, un elemento fundamental de la identidad moderna (Castañares, 2010: 85).

En el *perfil*, por lo tanto, la fotografía es la representación de la persona, y el actor elige su fotografía en función de cómo quiere ser percibido por los demás usuarios. Es así que se tienden a generar perfiles en *Facebook* que resultan ser una versión mejorada de nosotros mismos (Latre, 2011). Este es un aspecto que tiene sus problemas particulares como pueden ser la tendencia al narcisismo, cuando se rompe la barrera de la intimidad por medio de la exposición permanente de un Yo que busca en la mirada de otros la confirmación de la propia existencia.

La idealización que el actor pueda tener de sí mismo puede ser contrarrestada por las expresiones que *emanan* de él de manera involuntaria y que suponen un balance en la realidad a la imagen que pretende proyectar:

Al saber que es probable que el individuo se presente desde un ángulo que lo favorezca, los otros pueden vivir lo que presencian en dos partes: una parte que al individuo le es relativamente fácil manejar a voluntad, principalmente sus aseveraciones verbales, y otra sobre la cual parece tener poco interés o control, derivada sobretodo de las expresiones que él emite. Los otros pueden usar entonces los que se consideran aspectos ingobernables de su conducta expresiva para controlar la validez de lo transmitido por los aspectos gobernables (Goffman, 1981: 19).

En *Facebook*, un ejemplo de esta afirmación sería el *etiquetado* sin consentimiento, por parte de otros usuarios, del actor en fotos donde este aparece, o también en el *etiquetado* en publicaciones que otros usuarios realizan en su *muro* o en su *perfil*.

Otros aspectos también influyen en cómo el actor puede ser percibido por los demás usuarios de *Facebook*, por ejemplo, una sobreabundancia de publicaciones puede acabar transmitiendo una imagen negativa del usuario; que este sea visto como alguien que depende en demasía de las interacciones digitales o de un deseo de alcanzar la popularidad que quizá no tiene en el mundo presencial.

2.9 Facebook, frontstage y backstage

Goffman identifica muy bien los espacios donde se desarrolla el montaje escénico en la representación teatral del actor. El primero de ellos es el escenario (*frontregion* o *frontstage*). Este es el lugar en donde se lleva a cabo la actuación. En segundo lugar se encuentra la región posterior o bastidores (*backregion* o *backstage*). Es en este espacio donde el actor puede descansar, abandonar las apariencias, quitarse la máscara, despojarse del personaje al cual representa.

La página de *perfil* y el *muro* constituyen en sí mismos el lugar en donde tiene lugar la representación del *personaje* por el *actor* (*frontstage*), y el *backstage* en este escenario lo constituye la vida del actor en el terreno *no virtual*, desde la cual accede a la escena *virtual* cada vez que interactúa en el mundo *online*. También forman parte del *backstage* el tiempo que el actor dedica 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 sin *actuar*.

2.9.1 Fachada y Medio/setting

En la *actuación (performance)* existen diversos elementos en los cuales esta se desarrolla. En primer lugar está la *fachada (front)*, que es “la parte de la actuación que funciona regularmente de un modo general y prefijado, a fin de definir la situación con respecto a aquellos que observan dicha actuación” (Goffman, 1981: 33) La *fachada* está compuesta de varias partes de las cuales el *actor* puede echar mano para su representación teatral.

El primerio es el *medio (setting)*, que “incluye el mobiliario, el decorado, los equipos y otros elementos propios del trasfondo escénico, que proporcionan el escenario y la utilería para el flujo de la acción humana que se desarrolla ante, dentro o sobre él” (Goffman, 1981: 34). En *Facebook* el *medio* es representado por las condiciones que representa la página para poder compartir contenido, que condicionan de una manera importante las posibilidades representativas del usuario.

2.9.2 Fachada personal

El siguiente aspecto que está vinculado directamente al *actor* y es el de la *fachada personal*. “está integrada por elementos de la dotación expresiva, que debemos identificar íntimamente con el actuante mismo, y que, como es natural, esperamos que lo sigan donde quiera que vaya: insignias de cargo rango, el vestido, el sexo, la edad y las características raciales, el tamaño y aspecto, el porte, las pautas del lenguaje, las expresiones faciales, los gestos corporales y otras características semejantes.”(Goffman, 1981:35). Dentro de la RSV la presentación de la fachada personal puede ser manipulada a voluntad (esto constituye la principal diferencia entre las interacciones *virtuales* y las *no virtuales*) al grado de completamente falsificar una identidad.

2.9.3 Apariencia

Dentro de la *fachada personal* se encuentran los aspectos de: *apariciencia* (“estímulos que funcionan en el momento de informarnos acerca del estado social

del actuante y su estado ritual temporal”) y *modales* (“estímulos que informan del rol de interacción que el actuante esperará desempeñar en la situación que se avecina”) (Goffman, 1981:36). La *foto de perfil* es una clara presentación de la apariencia del *actor* para aquellos usuarios que colocan fotografías de sí mismos, pero es importante la posibilidad que la RSV da para poder modificar esta apariencia a conveniencia. Se suele presentar una fotografía que cumpla con cualidades estéticas además de presentar al *actor* de la manera en que él busca ser visto, explotando en ella la *fachada personal* y en ocasiones el *medio* donde se desarrolla la fotografía.

La representación de los *modales* en *Facebook* tiende a ser variada dependiendo de la representación del *personaje* que cada actor escoja para sí. Desde la *foto de perfil* hay actores que se muestran con gestos y posturas de formalidad y generalmente sus publicaciones lo son igual, por otra parte, también hay quienes se presentan con una imagen relajada o irreverente y los *modales* en las publicaciones de estos *actores* suelen estar ligadas ese tipo de presentación que el *actor* utilizó para sí.

2.9.4 Dramatización

Una parte importante dentro de la interacción en *Facebook* y que tiene que ver directamente con la *actuación* del *actor* es la *dramatización*, a la cual Goffman explica así “el individuo dota su actividad de signos que destacan y pintan hechos confirmativos que de otro modo podrían permanecer inadvertidos u oscuros. Porque si la actividad del individuo ha de llegar a ser significativa para otros, debe movilizarla de manera que exprese *durante la interacción* lo que él desea transmitir.” (Goffman, 1981:42). La *dramatización*, en ese sentido, se puede observar en las publicaciones que los *actores* realizan acentuando aspectos de su vida como el placer/desagrado de sus actividades laborales, la euforia romántica de encontrarse en una relación o las reflexiones de vida que hicieron durante un viaje largo, etc. Son muchos los ejemplos, porque en el uso de entretenimiento de *Facebook* esta red social es principalmente utilizada para *dramatizar* la realidad.

2.9.5 Tergiversación

Este concepto tiene que ver con una representación falsa que el *actor* hace “que presentan una falsa fachada o sólo una fachada (...) aquellos que fingen, engañan y defraudan.” (Goffman, 1981:70). La *tergiversación* de información en *Facebook* puede tener fines muy subjetivos e “inofensivos” como los de crear una cierta aura sobre el actor que no tiene en el mundo real, presumir experiencias falsas con tal de lograr reconocimiento social, dar la impresión de que pertenece a cierto círculo de amistades o también puede tener fines objetivos de grave relevancia como son ciertas redes de crimen organizado que se dedican a crear perfiles falsos en *Facebook* con el fin de obtener información de personas o hasta generar vínculos con ellas para fines de extorsión o trata de blancas.

2.9.6 Mistificación

En la representación teatral ante el público también puede producirse la *mistificación* del actor, la cual se refiere a que el actor sea presentado o percibido con cualidades excepcionales o por encima de los actores normales. Para esto es necesario un distanciamiento social entre el actor y el *público*. Esta *mistificación* puede producirse por la *fachada personal* que el *actor* representa (los títulos, cargos o méritos que indica su información de *perfil*) o también al generar la percepción de líder de opinión al tener publicaciones con muchos *likes*.

2.10 Vida cotidiana de los adolescentes y su vínculo con Facebook

La adolescencia es una etapa marcada por la efervescencia de conocer el mundo que nos rodea y de descubrirnos como personas. En este sentido, los adolescentes son una panacea de deseos y aspiraciones por satisfacer, las cuales están proyectadas constantemente a través de sus perfiles en *Facebook* y en la interacción que tienen dentro de esta plataforma; las fotos que comparten, los *estados* que publican (los cuales responden a la pregunta *¿Qué estás pensando?*),

las páginas que marcan dentro de sus intereses, los grupos a los que pertenecen y las personas que aceptan como “amigos” o no.

La vida de los adolescentes contemporáneos está de muchas maneras vinculada a la tecnología y en específico a *Internet*, el cual es parte fundamental en la educación actual y la herramienta de comunicación y entretenimiento más usada. La *globalización* y la facilidad de acceso a la información suponen un mar de posibilidades para jóvenes inquietos en busca de entretenimiento y socialización. Esta búsqueda los acerca a sus inquietudes y a otros jóvenes que las comparten, al mismo tiempo que acentúa la diferencia que tienen con los que no.

El desarrollo del adolescente se asocia en la modernidad con la construcción de la identidad juvenil en el contexto de un nuevo paradigma comunicacional. Los adolescentes utilizan *Facebook* como un medio de socialización en el que –como ya mencioné en apartados anteriores- pueden mostrar una imagen de sí mismos construida a voluntad mediante las herramientas de esta plataforma, y de esa manera se relacionan con personalidades afines. En el espacio virtual los adolescentes interactúan a través de fotos de sí mismos, a la vez que comparten opiniones, pensamientos y entretenimiento, y esto lo logran mediante a la presentación de su persona ante los demás usuarios dentro de la RSV.

La construcción de la *identidad virtual* en los *perfiles de Facebook* generalmente está vinculada con una presentación del *Yo* que satisfaga las aspiraciones del usuario. Es posible incorporar al perfil público información personal; como es profesión, fecha de nacimiento, educación, lugar de trabajo, fotos de ambientes y círculos sociales recurrentes, etc. También se puede agregar información concerniente a deseos o aspiraciones. Estos últimos datos constituyen una parte importante de la presentación/construcción de la identidad de los usuarios, ya que proyectan sus motivaciones y deseos al mismo tiempo que pueden conocer las motivaciones y deseos de los demás dentro de la RSV.

Esquematzación de categorías Goffman con elementos de Facebook.

Fachada: Medio/setting	Lo que es visible en la página de perfil: (foto de perfil, foto de portada, nombre de usuario, datos personales, publicaciones e interacciones)
Fachada personal	la vestimenta con la que se presenta el usuario en las fotos en las que aparece
Apariencia	La <i>foto de perfil</i> es una clara presentación de la apariencia del <i>actor</i> para aquellos usuarios que colocan fotografías de sí mismos
Modales	Gestos y posturas de formalidad o informalidad en fotografías o publicaciones de texto, video o imágenes.
Dramatización	Resaltar aspectos de poca o nula relevancia de la vida cotidiana dentro de Facebook
Tergiversación	Compartir información falsa sobre sí mismos con la finalidad de ser aceptados socialmente.
Mistificación	percibir a las personas con cualidades excepcionales por el número de <i>likes</i> que tengan en sus publicaciones

Fuente: cuadro de elaboración propia



Capítulo 3 Presentación de los Adolescentes de Toluca en Facebook

3.1 Descripción metodológica.

El objetivo de esta Tesis es conocer las formas de construcción de identidad en los adolescentes en *Facebook* a partir de la presentación del Yo que hacen dentro de la RSV, esto implicó un análisis combinado entre técnicas cualitativas y cuantitativas para lo cual mi herramienta principal de recolección de información fue la entrevista de la cuál hubo algunas respuestas que sistematicé para poder dar cuenta de la información a través de gráficas, lo cual me permitió hacer comparativos. El objetivo fue la exploración de la experiencia de los jóvenes dentro de los 3 tópicos sobre los cuales está construida la entrevista:







1. **Identidad:** En este tópico se realizaban preguntas acerca de cómo los jóvenes se percibían a sí mismos y de cómo creían que los percibían los demás, además de ahondar en sus gustos y las características personales que más les agradaban de sí mismos. Este apartado tuvo como objetivo sondear las cualidades que más agradan a los jóvenes de sí mismos, así también como sus gustos, para posteriormente poderlos comparar con su presentación en *Facebook*.
2. **Experiencia con la tecnología:** En este apartado las preguntas iban dirigidas a la edad en que los jóvenes empezaron a utilizar dispositivos digitales y cuales usaban con mayor frecuencia, así como las aplicaciones de *Internet* que utilizaban para comunicarse y su percepción acerca de la importancia de la tecnología como mediadora de comunicación. El objetivo de este apartado fue indagar acerca de la frecuencia de uso de dispositivos digitales en los jóvenes y el cómo influyen en la comunicación que tienen con conocidos, amigos y familiares.
3. **Experiencia usando Facebook:** Este tópico fue el más complejo de todos y se subdividió en 4 temas más, que fueron:
 - a) **Presentación:** foto de perfil, foto de portada, datos personales e información complementaria.

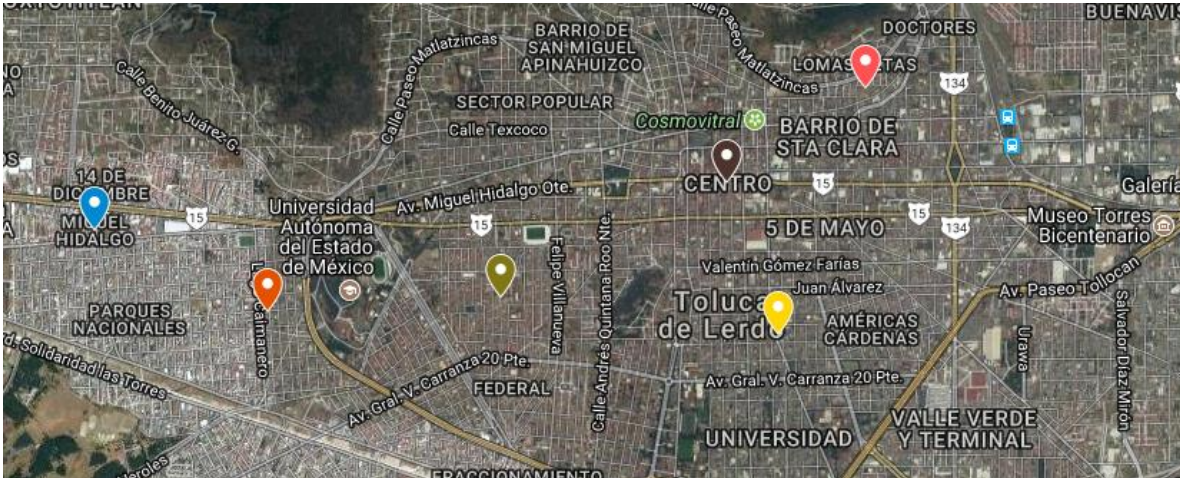
- b) **Interacción:** publicaciones, *likes*, comentarios e inbox (mensajería instantánea)
- c) **Seguridad:** configuración de privacidad.
- d) **Percepción:** cómo los usuarios percibían su propio uso de *Facebook* y el uso de los demás, además de preguntarles sobre si consideraban riesgosa la RSV

En este capítulo se pretenden conocer las motivaciones de los usuarios para utilizar su cuenta de *Facebook* de manera particular y el cómo se están presentando dentro de la RSV, al mismo tiempo que se construyeron preguntas con la finalidad de hacer contrastes y relaciones entre las respuestas de un tópico y otro. Este capítulo es el más importante dentro de la investigación ya que consigue dar cuenta de cómo el sector entrevistado se presenta, construye una identidad e interactúa dentro de *Facebook*.

La investigación se realizó en el Municipio de Toluca, Estado de México en el periodo de Febrero a Mayo de 2016, procurando que la mitad de los entrevistados vivieran en colonias cercanas a la cabecera municipal y la otra mitad en colonias de la zona conurbada, esto con la finalidad de contrastar los contextos de referencia geográfica (zona centro y zona conurbada) dentro de la misma entidad. Del total de entrevistas (28), 14 corresponden a jóvenes que viven en las colonias Cuauhtémoc, Centro y Morelos y las otras 14 se realizaron a jóvenes que viven en las colonias Nueva Oxtotitlán, Niños Héroeos y Miguel Hidalgo.

A continuación se muestra un mapa con la ubicación de las colonias mencionadas en la ciudad de Toluca. En él se puede apreciar que la distribución abarca gran parte de la ciudad, tanto en el centro como en las afueras:

-  Morelos Primera Sección
-  Centro
-  Cuauhtémoc
-  Nueva Oxtotitlán
-  Niños Héroeos
-  Miguel Hidalgo



El tamaño de la muestra se definió a partir del *punto de saturación* que Mejía Navarrete define de la siguiente manera: “(...) el examen sucesivo de casos que van cubriendo las relaciones del objeto social (...) a partir de una cantidad determinada, los nuevos casos tienden a repetir -saturar- el contenido del conocimiento anterior” (Navarrete, 2000: 171). Entonces, se dejó de hacer entrevistas cuando se percibió que la realización de las nuevas entrevistas ya no aportaba nada nuevo a la información recolectada. Se hicieron (como ya se mencionó antes) 28 entrevistas en total, 14 mujeres y 14 hombres, de los cuales el 25% de entrevistados corresponde a cada año desde los 13 a los 17 años. Se determinó llegar al número par tanto de entrevistados hombres como mujeres para tener equidad en la distribución de información por género.

En cuanto a las condiciones de conexión a la RSV, la mayoría de los entrevistados afirmaron ser dueños de un *Smartphone*, tener computadoras y señal de *Internet* en

sus hogares, a excepción de un caso en donde a un joven sus padres le retuvieron el celular por distracción y otra joven que utilizaba el cibercafé como medio de conexión a *Facebook* ya que no tenía *Internet* en su casa.

3.2 Contexto social y cultural de Toluca Edo. De Méx.

El municipio de Toluca es la capital del Estado de México, es principalmente un centro Industrial que colinda con Metepec, uno de los municipios más ricos del país, pero con una desigualdad considerable. La población que registró tener en la Encuesta Intercensal realizada por el INEGI en 2015¹⁸ es de 873, 536 habitantes, en los cuales la población de 15 a 29 años registrada hasta el 2010 fue de 220, 353 jóvenes y la religión que predomina es la católica con 725, 602 adscritos hasta el 2010¹⁹. El símbolo geográfico más representativo de la entidad es el volcán *Xinantécatl* y su gastronomía es plural como en muchas entidades del país.

El contexto cultural de la ciudad de Toluca es el de una ciudad Industrial, conservadora en valores y absorta en el proceso de digitalización social como la mayoría de ciudades en el mundo. La idea que se tiene de ser adolescente en un contexto así es la de ser estudiante y no tener algún otro tipo de obligación de manera prioritaria, a diferencia de otros contextos en donde las personas jóvenes cuentan con una participación importante dentro del desarrollo económico de sus comunidades al encontrarse inmersos dentro de las actividades laborales a muy temprana edad.

3.3 Percepción de sí mismos y gustos de los entrevistados

Se decidió hacer preguntas referentes a la percepción de la personalidad individual y gustos particulares para sondear cómo es el *backstage* de cada usuario en cuanto a *Facebook* se refiere, suponiendo que la RSV es el *escenario* en donde se desarrolla acción (*performance*), en términos de Goffman. También pregunté qué

¹⁸ Documento revisado online <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/tabuladosbasicos/default.aspx?c=33725&s=est> el 04 de Octubre de 2016.

¹⁹ INEGI. Censo de Población y Vivienda 2010

actividades diversas realizan en su vida cotidiana, para de esta manera conocer la multiplicidad de roles que los adolescentes pueden llegar a tener, esto es fundamental en la construcción de la *identidad* en los adolescentes. Los datos permiten hacer un acercamiento a qué tanto de sus actividades y percepción personal del mundo *no virtual* es la que deciden mostrar o no en *Facebook*.

Los adolescentes entrevistados contestaron -en su mayoría- a la pregunta “¿Cómo te defines a ti mismo?” con cualidades relacionadas a la sociabilidad, tanto de manera positiva como negativa; es decir, hubo adolescentes que se describían como extrovertidos y sociables con palabras como: feliz, divertido, amigable, sociable, alegre; y también los hubo quienes se definieron con aspectos introvertidos como: no muy social, callado, tímido, fría, poco simpático, solitario.

Las cualidades de responsabilidad también fueron una respuesta común, utilizando adjetivos como: “chambeadora”, estudioso, responsable; un pequeño grupo de adolescentes no pudieron responder a esta pregunta por mucho que se facilitó la conversación, lo que tuvieron en común estos últimos es que son adolescentes de 13 y 14 años.

Estas fueron algunas de sus respuestas:

“Soy responsable, no soy muy social, me gusta más que hablen primero conmigo y ya voy tomando confianza.”

Ricardo, 15 años.

“Divertida, egocéntrica y no sé, como chambeadora... “

Ayesandra, 17 años.

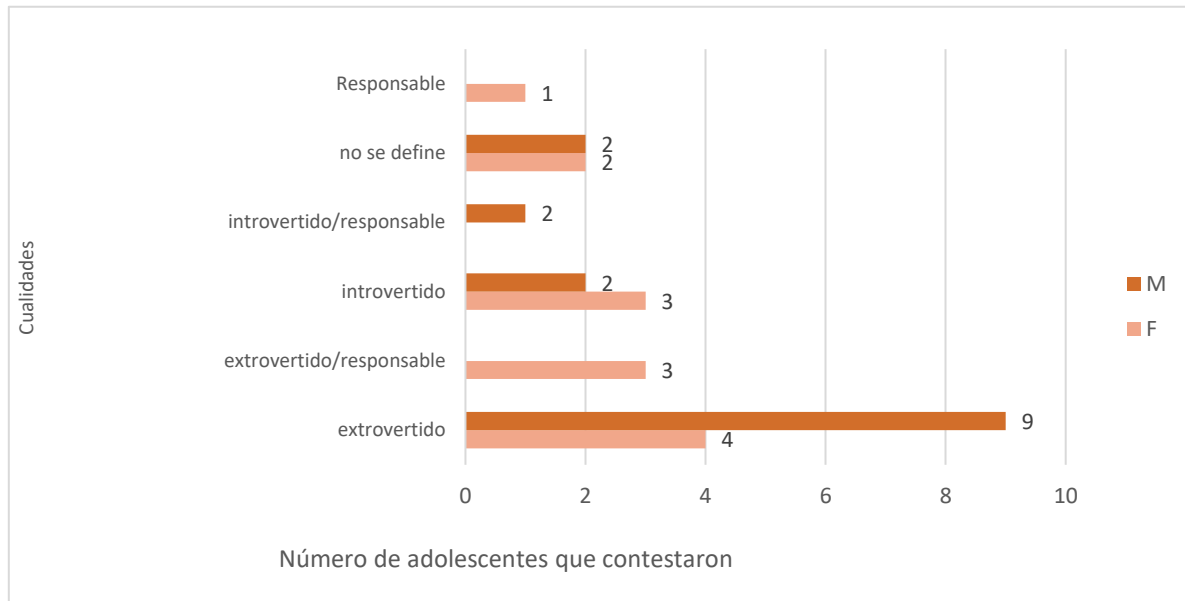
“Me definiría como una persona sociable, alegre, honesta, responsable”

Anahí, 15 años.

“la verdad, no sé...”

Jorge, 13 años.

Gráfica 1.0 Respuestas sobre percepción de cualidades de identidad dividida por sexo.



Fuente: Gráfica de elaboración propia de acuerdo con las respuestas de los entrevistados 2016

Los gustos generales de los entrevistados convergieron en la música (rock y pop en inglés), deportes, videojuegos y el tener el deseo constante de socializar. Solamente un par de entrevistados exhibieron abiertamente su gusto por pasar tiempo en las RSV.

“Me gusta mucho entrenar box, también me gusta jugar basket, me gusta andar mucho en bici, la música electrónica me gusta, música de banda y algo de bachata, también lo que me gusta más es ver películas y las favoritas son de rápido y furioso y me gusta estar mucho con mi familia porque no sé, me siento tranquilo, pues no sé, siempre quiero estar con ellos, a donde van, yo voy y no sé, también me gustan mucho los animales, cualquier tipo de animal, no me importa, solamente me gustan mucho y los acepto así como son, mmm, también me gusta, trabajo, le ayudo a un veterinario, me gusta cómo hace las cosas y siempre le ando ayudando, alomejor se puede decir que por él tengo muchos animales y son la razón que me gusta.”

Erick, 15 años.

“Me gusta mucho, muchisisísimo, la música, pero en inglés porque siento que me ayuda a reforzar el idioma y porque simplemente no sé, como que le encuentro más sentido a la música en inglés que en español, también me gusta mucho los deportes agresivos y me encanta el ruggby y es algo de lo que yo puedo expresarme a la totalidad sin agredir por porque yo quiera, si no porque así va el juego”

Anette, 17 años.

“Me gusta, videojuegos, bueno, eh y redes sociales, me gustan las redes sociales porque puedo preguntar de la tarea, a veces pregunto de la tarea con mis compañeros y pues convivo con ellos”

Ricardo, 15 años.

“Me gusta mucho el futbol aunque no lo sé jugar y me gusta estar en Facebook y en whatsapp.”

Alejandra, 13 años.

El *backstage* de los adolescentes se exploró a través de conocer sus gustos e inquietudes y las cosas por las que sentían pasión o dedicaban tiempo por convicción. Los adolescentes tienen gustos plurales que los definen en lo individual, gustos por la música, deportes... y sobre todo por la interacción social. Los entrevistados manifestaron estar todo el tiempo interesados en socializar y descubrir con qué personas pueden converger independientemente del rol de adolescentes o estudiantes.

Facebook es una herramienta que ha facilitado enormemente este proceso, lo que pudiera ser el *backstage* de un adolescente en el mundo *no virtual* se convierte en *frontstage* en las RSV. Los adolescentes presentan sus gustos, intereses e inquietudes en *Facebook* intentando ser reconocidos por sus símiles y al mismo tiempo son partícipes de un mar de interacciones en donde son *actores* y *público* al mismo tiempo, además de también ser testigos de una fluctuación impresionante de información que va moldeando lo socialmente deseable, y esto, inevitablemente, moldea el comportamiento que se tiene dentro de la RSV dependiendo del *personaje* que se pretenda representar.

3.4 Roles

Uno de los aspectos importantes en mi investigación fue el averiguar cuáles eran los distintos roles que desempeñaban los entrevistados en su vida cotidiana para dar cuenta del contexto cultural específico en que se desenvuelven los adolescentes. Indagué en ello preguntándoles acerca de las actividades en su día a día. El 100% de los entrevistados fueron estudiantes, de los cuales 3 de los

entrevistados (el 10%) realizaban, además, alguna actividad laboral en su tiempo libre. Los demás eran estudiantes de tiempo completo y sus actividades extraclases eran actividades de ocio o relacionadas con la escuela.

“Trabajo, en la mañana, soy empacadora de Wall mart, entonces me levanto muy temprano y entro a trabajar a las 7, salgo a las 12, y llego corriendo a mi casa, me baño, me cambio y me vengo, y después salgo y hago mi tarea. Cuando empecé a trabajar a los 14 lo consideraba como un pasatiempo, como casi no tenía tareas en la secundaria pues era más fácil, pero ahorita está como que muy complicado y además trabajo para solventar mis gastos aquí y es un poco difícil por lo de las tareas y me duermo muy tarde y me levanto muy temprano, pero siento que así me volví muy responsable, trabajando. “

Anahí, 15 años.

“Mi día a día es un par de horas jugar basketball como deporte, jugar videojuegos la mayor parte del día, ir a la escuela, estar con mis amigos, salir a comer de vez en cuando, preparar mi comida cuando estoy en casa y ayudar en mi casa.”

David, 17 años.

“Estaba estudiando inglés y ahorita estoy en un equipo de robótica, entré al equipo de robótica porque me llama la atención, me gusta, y también con eso he aprendido a trabajar con máquinas y herramientas que no sabía utilizar o no conocía.”

Jaime, 16 años.

“Sí, los sábados me voy al Tec. De Monterrey, hay una, como son cursos para mejorar donde estoy baja aquí, allá me apoyan y voy a natación.”

Karla, 14 años.

Lo que significa ser joven, u adolescente en este caso, varía en la subjetividad de los individuos y está asociado al contexto cultural y a los roles que desempeñan y las actividades que realizan. Como adolescentes escolares, los entrevistados manifestaban que las principales inquietudes para el presente inmediato eran temas que se relacionaban con la escuela o proyecciones en su futuro profesional, fueron muy pocos los que manifestaron inquietudes con respecto a su desarrollo social o personal.

“Pues realmente quiero yo tener una carrera y pues mis inquietudes son no sé por ejemplo, no poder en serio lograr lo que me propongo o pues... sí, sería no lograr lo que me propongo... esa sería mi inquietud o por ejemplo afectar a las demás personas que me rodean y que en serio sean muy cercanas a mí, eso sería una inquietud muy grande, el afectar a más personas por acciones que yo haga.”

Diana, 15 años.

“Quiero llegar a tener un poco de más conocimiento sobre lo que realmente me gusta, lo que quiero, pasar un poco más de tiempo con mi familia, divertirnos más, llegar a no ser como cualquier estudiante que nada más termina la prepa y ya deja de lado el estudio y todo eso, por decir, las vacaciones dejas de hacer todo eso, quiero formarme mejor y que me agrade más el estudio, llegar a poder entender cómo es que llegué hasta este punto, a veces por todo lo que pasamos, ya sea bueno o malo que nos ayuda o nos perjudica y como es que pude lograr todo esto.”

Roberto, 17 años.

“Bueno, yo pienso que lo primordial es la felicidad, o sea para mí es todo, para mí es la felicidad o hacer feliz a los demás. Me encanta la idea de que puedo ser cantante y ya lo soy, me encanta la idea de que también eh tenido como muchos logros pero en especial tae kwon do, entonces seguir como aspiraciones y metas en ello y no sé, llegar como a escribir o ser escritora, de cierta forma como que ya lo soy, pero ser más reconocida.”

Carmen, 17 años.

“Ser un poco callado, a veces, porque a veces sí me llevo a guardar las cosas, y algo que me gustaría tener en este momento sería un poco más de solvencia económica.”

Juan, 16 años.

Los adolescentes en Toluca construyen su identidad en la vida cotidiana a través de los roles que desempeñan (ser hijos, hermanos, trabajadores, deportistas, estudiantes), sus gustos e inquietudes y la interacción que tienen con las personas a través de ellos. En el caso específico de la población entrevistada, el recinto escolar es su principal fuente de interacción con otras personas y similares (otros adolescentes).

Por lo tanto, la idea generalizada de ser adolescente en el grupo que se entrevistó está ligada a la de ser estudiante y sus preocupaciones y/o aspiraciones están construidas con base en este rol, como por ejemplo puede ser mejorar sus calificaciones o el imaginar su futuro profesional. En términos de Goffman ese sería el *Frontstage* sobre lo que significa ser un adolescente en el imaginario colectivo de la ciudad de Toluca, pero ¿Qué es ser un adolescente en el *Backstage*? Esta pregunta la responden las subjetividades de cada adolescente, el cómo construyen su identidad con sus gustos particulares e interacciones sociales.

3.5 Uso de tecnología.

Uno de los tópicos más importantes de la entrevista fue el que tuvo relación con el uso de la tecnología como mediadora de interacción social entre amigos, conocidos y familiares, en el cual los entrevistados destacaron una importancia muy significativa de la tecnología en su interacción social, sobre todo del teléfono celular y las aplicaciones de comunicación *Whastapp* y *Facebook Messenger*.

El 100% de los entrevistados son usuarios de un teléfono celular, este es el principal dispositivo de conexión a Internet para el 90% de ellos, los cuales son dueños de un teléfono inteligente o *Smartphone*. Sólo el 10% de los entrevistados no contaban con un *Smartphone* y su principal medio de conexión a *Internet* son las Laptop. El teléfono celular también fue, en muchos casos, el primer dispositivo digital que utilizaron los entrevistados, en una edad en promedio de 10 años, seguido por consolas de videojuegos y computadoras fijas. El teléfono celular también es el principal medio por el cual los entrevistados se conectan *Facebook*.

Los *nativos digitales de segunda generación* tienen un vínculo muy estrecho con la socialización a través de la tecnología e *Internet*. Las RSV y el mundo social *no virtual* pierden cada vez más distancia, la interacción significativa en un espacio repercute en el otro inevitablemente y esta es la tendencia de la convivencia social moderna.

3.6 Motivaciones de los adolescentes para crear una cuenta de Facebook.

El acercamiento a la tecnología por parte de los jóvenes de esta generación es total, y como pudimos dar cuenta en el apartado pasado con las respuestas de los entrevistados, el acceso a dispositivos digitales propios se tiene desde muy temprana edad. Se les preguntó a los entrevistados cuales habían sido sus motivaciones principales para abrir una cuenta en *Facebook* para poder conocer cuál es la idea que tenían (o tienen) de esta RSV desde antes de utilizarla y si ha cambiado a medida que se han convertido en usuarios asiduos.

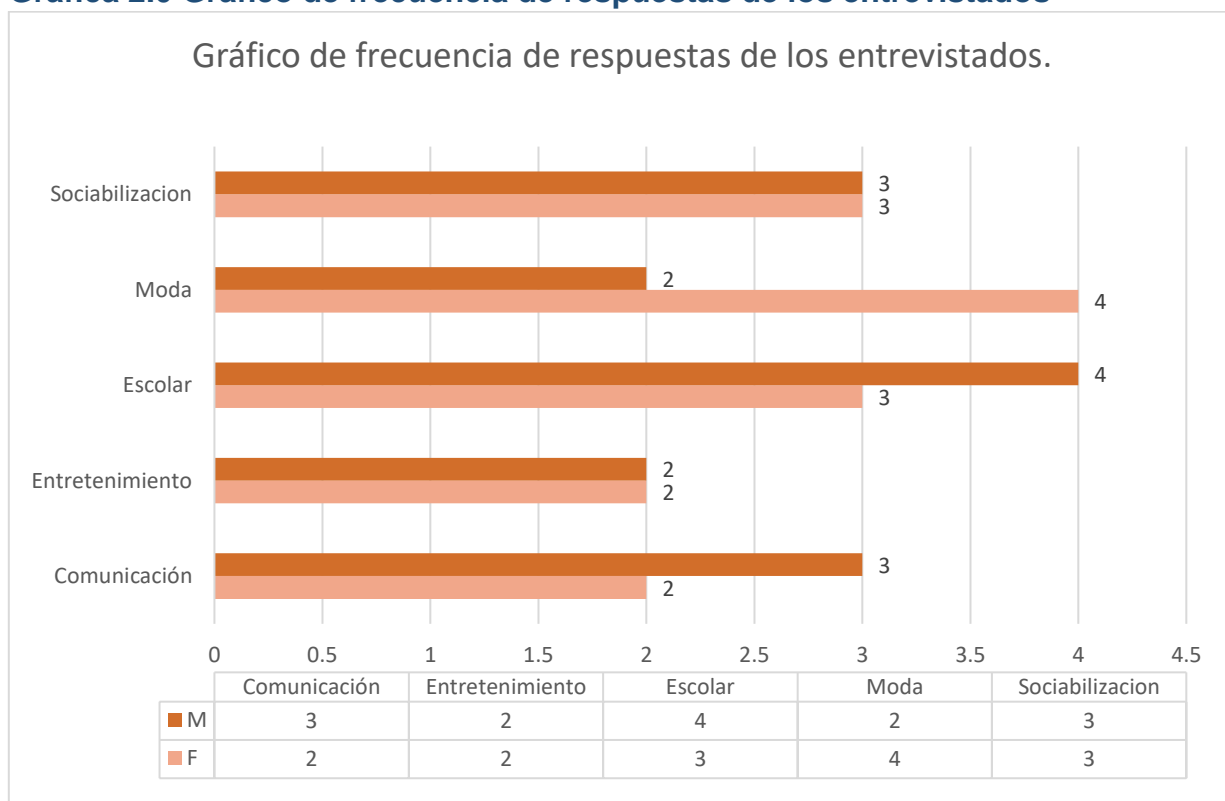
Las respuestas de los entrevistados fueron tipificadas en 5 temáticas principales, construidas con base en el sentido en que se daban, las cuales fueron:

- 1) Sociabilización**
- 2) Moda**
- 3) Escolar**
- 4) Entretenimiento**
- 5) Comunicación**

La respuesta más frecuente de los entrevistados fue que abrieron la cuenta principalmente por motivos escolares; directamente se les pidió a los adolescentes, por parte de los maestros, abrir una cuenta en *Facebook* para facilitar la información con respecto a las clases. La sociabilización, moda, entretenimiento y comunicación fueron los aspectos en los que coincidieron la mayoría de los usuarios, quienes generalmente recurrieron a la RSV por curiosidad, invitados por un grupo de amigos o para procurar la comunicación con amigos de otras etapas escolares o con familiares lejanos.

En el siguiente gráfico muestra la frecuencia de respuestas en el total de entrevistados divididos por sexo:

Grafica 2.0 Grafico de frecuencia de respuestas de los entrevistados



Fuente: Elaboración propia de acuerdo a las respuestas de los entrevistados. 2016

Estas fueron algunas de sus respuestas:

“Para tener comunicación con amigos de primaria que ya no veo, también me ayudó mucho en un tiempo para poder hacer trabajos en equipo que no teníamos la oportunidad de quedar en un cierto lugar, y por medio de internet podíamos solucionar ese problema y de vez en cuando para poder hablar con gente.”

Luis David, 17 años.

“Pues en primera sería de que se empezó a volver popular y pues la curiosidad me ganó, e hice una cuenta.”

Marisol, 16 años.

“Porque en la secundaria nos pidieron una cuenta, para hacer un grupo y que ahí nos pudieran mandar trabajos y todo eso. “

Roberto, 17 años.

“Primero que nada fue para hablar más con mis amigos, tengo muchos tíos y primos que no son de aquí y pues con eso, lo utilizo más para eso que para platicar con mis amigos.”

Karla, 14 años.

Las motivaciones para crear la cuenta de *Facebook* fueron distintas en inicio, pero las necesidades de comunicarse, socializar y seguir una tendencia de interacción sobresalen como el común denominador. Esto da cuenta de cómo se desarrolla la interacción virtual entre los adolescentes entrevistados, como un complemento casi imprescindible de la interacción social *no virtual*. La vida cotidiana está inmersa en una dinámica informática y digital al parecer indivisible para los adolescentes en la actualidad.

3.7 Sobre cómo se presentan los adolescentes de Toluca en Facebook.

La metodología en este apartado se complementó con *etnografía virtual*²⁰. De esta manera se pudo dar validez a las respuestas de los entrevistados sobre el uso que hacían de su cuenta de *Facebook*, específicamente en los temas de presentación e interacciones.

Para analizar el *Frontstage* centré las preguntas de mi entrevista en que se expusieran los motivos para haber elegido su *foto de perfil* y de *portada*, al mismo tiempo de si el nombre de usuario que mostraban era real o algún apodo o *nickname*, así como los datos personales que habían decidido mostrar en sus perfiles individuales; datos como: Lugar de residencia, escuela en la que estudian, edad, lugar de trabajo, si están en una relación, vínculos familiares y demás... También analicé el tipo de publicaciones que hacían cada una de las cuentas de los usuarios y sus interacciones en ellas. Para dar cuenta del *Backstage* sólo tuve como instrumento la entrevista.

²⁰ Concepto propuesto por Cristine Hine en su libro *Etnografía Virtual* (2000). hace referencia al concepto clásico de etnografía, con la diferencia de que se enfoca la *descripción densa* (Geertz, 1991) a escenarios que existen en Internet.

En la presentación en *Facebook* se vuelven importantes, *la fachada/medio o setting* (lo que es visible en tu página de perfil) *la fachada personal* (la vestimenta con la que te presentas en las fotos en las que apareces), *los modales* (gestos y posturas de formalidad o informalidad en sus fotografías), *la dramatización* (resaltar aspectos de tu vida en la RSV), *La tergiversación* (compartir información falsa sobre sí mismos) y *la mistificación* (percibir a las personas con cualidades excepcionales por lo que publican) en el proceso de interacción y comunicación.

Pero la clase de impresión que se pretende causar cuando nos encontramos en presencia de los demás, o en el caso específico de *Facebook*, cuando nuestra actividad *virtual* está a perpetuidad a la mano de la consulta de los demás, es lo que los demás recogen de manera correcta o incorrecta para ellos (la percepción subjetiva en cada individuo), en otras palabras, suponiendo que se actúe con la finalidad de proyectar cierta impresión de sí a los demás esto no será posible en *Facebook* todo el tiempo.

Goffman nos explica que cuando estamos en presencia de los demás comunicamos 2 tipos de expresión; la primera es la *expresión que damos*, la cual atiende a símbolos verbales, y la segunda es la *expresión que emana de nosotros*, la cual atiende a rasgos de expresión involuntaria. Es haciendo el balance de estas 2 y la información que las personas con las que interactuamos tengan es que generamos una impresión en las demás personas.

En el caso de *Facebook* sólo es visible el tipo de expresión que podemos calificar como voluntaria, y podríamos “comprar” la imagen o la impresión que pretende dar una persona si no lo conocemos fuera de la RV porque no tenemos ninguna otra referencia para lograr un balance, aunque podríamos hacer conjeturas con forme a su manera de expresarse, redactar u opinar; es difícil suponer que alguien en específico está expresándose de una manera distinta en *Facebook* que fuera de la RSV, a menos que conozcas a esta persona en el mundo *no virtual* y puedas catalogar de falsas sus interacciones.

Aún en el mundo virtual donde tenemos infinidad de herramientas de edición y la oportunidad de compartir el contenido que consideremos mejor, es muy difícil no

tropezar con la percepción negativa de los demás (el que se consideren las interacciones inadecuadas o socialmente indeseables) y es esto lo que moldea el comportamiento de muchos usuarios de *Facebook*, atendiendo a lo socialmente deseable (dentro del comportamiento *virtual*) en sus publicaciones. Esta manera de presentarse se ha construido a través de la interacción en la propia RSV, en la cual existen ya catalogadas opiniones, referencias, lugares comunes, y tipos de expresiones que son consideradas como indeseables y las personas que los utilizan suelen ser juzgadas con base en su uso.

Aparentar es una acción que todo usuario de *Facebook* practica, aunque no se pueda decir que es falso o que inventa información. La tendencia en *Facebook* no es mostrarnos como personas en toda nuestra complejidad (aunque las actualizaciones de la red social intenten llevarnos cada vez más a eso), sino simplemente mostrar los aspectos de nuestra vida que consideramos socialmente deseables y con base en esta actividad construimos un rol o un personaje dentro de *Facebook*.

3.8 Frontstage en Facebook de los adolescentes entrevistados.

3.8.1 Nombre del usuario

Casi la totalidad de los usuarios entrevistados muestran su nombre real pero no completo, suelen poner un nombre y un apellido, esto les permite ser identificables para las personas que los quieran agregar a su círculo de amigos, ya sea aceptando su solicitud de amistad o enviándoles una. Sólo 3 usuarios entrevistados contestaron haber cambiado su nombre en *Facebook* por un apodo con el cual los identificaban sus familiares o amigos, cabe destacar que es un apodo con el cual se identifican y se sienten cómodos:

“es un apodo que me puso mi papá desde chiquita, tiene una larga historia del por qué el apodo”.

Janet, 16 años.

“Mi apellido sí es el nombre real y mi nombre es como un apodo con el que todos me conocen”.

Judith, 17 años.

“Uso un diminutivo de mi nombre, pero mis dos apellidos sí son reales”.

Ricardo, 15 años.

Los adolescentes no están preocupados por esconder su identidad personal en *Facebook* cambiando su nombre, muestran su nombre sin ningún temor y otorgan cualquier facilidad de ser identificables para las personas que conocen fuera del mundo *virtual*.

El nombre de usuario destaca como el primero en la apropiación individual de los adolescentes, dándoles la facultad de ser contactados mediante un nombre de usuario que los haga sentir cómodos con ellos mismos. Aunque fueron minoría los que contestaron nombrarse con un apodo o nickname tampoco se preguntó si los que no lo hicieron eran conocidos en el mundo *no virtual* por alguno. Para puntualizar, el nombre de usuario puede ser tomado en cuenta como el primer aspecto visible en *Facebook* de la *fachada personal* que, aunque literalmente no forma parte de la vestimenta del usuario, si lo enviste de formalidad o informalidad dependiendo del caso cuando se presenta en las RSV.

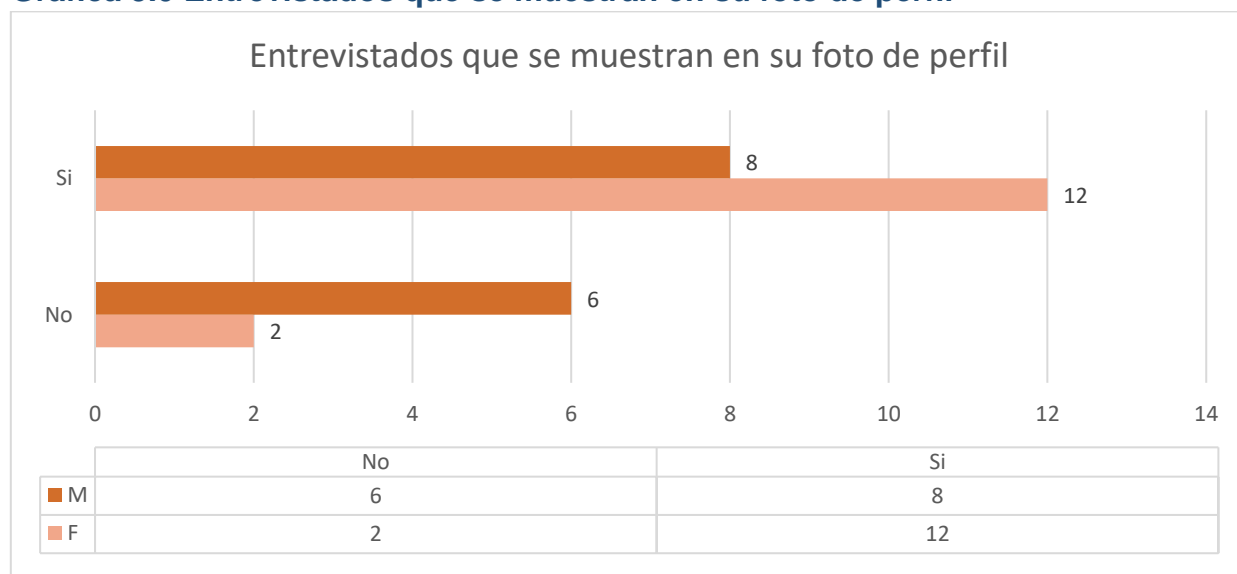
3.8.2 Foto de perfil

Con la *foto de perfil* me interesó conocer, en primer lugar, cuántos de los adolescentes entrevistados mostraban una foto suya y cuantos no, y después las motivaciones que los habían hecho decidir sobre qué foto mostrar para analizar su si esto tenía alguna correlación con las interacciones públicas que cada adolescente tenía en sus cuentas, esto para identificar la manera en la que construyen su personaje dentro de *Facebook*.

La mayoría de entrevistados se muestran en su foto de perfil. Del total de la muestra sólo 8 adolescentes mostraban una imagen distinta a una foto de sí mismos, de los cuales fueron 6 hombres y sólo 2 mujeres; los hombres remplazaban la foto de sí mismos con personajes de ficción de series, anime o comics que les gustaran y las mujeres contestaron hacerlo con imágenes con motivos llamativos (estrellas, dibujos, monumentos, lugares turísticos) y frases.

La que sigue es la gráfica de entrevistados que decidieron mostrarse en su foto de perfil y cuantos no:

Gráfica 3.0 Entrevistados que se muestran en su foto de perfil



Fuente: Elaboración propia con base en las respuestas de los entrevistados. 2016

Las motivaciones que expusieron los entrevistados para mostrar fotos donde ellos aparecían se generalizaron en haberles otorgado una percepción estética positiva de esa foto en particular; “se veían bien” o “salieron bien”, comentaron varios entrevistados.

“Sí, es este, bueno estoy yo con unos vans, mis medias, un short y una camisa de mi mejor amigo y tengo la cara tapada por mi cabello. Porque se veía bien...”

Ayesandra, 17 años.

“Pues mi foto de perfil es una mía, estoy en la escuela, en la foto de perfil pues normal, salgo sonriendo y pues, la elegí porque pienso que salía bien, o bueno, más bien, fue la mejor que me gustó entre otras dos, entonces fue por eso que la elegí, y pues sí, sinceramente creo que esa foto no habla mucho de mí porque pues solamente es mi físico y salgo sonriendo, o sea no dice tal vez mucho de mí.”

Diana, 15 años.

“Mi primer foto de perfil fue de un minion, y ahora sí decía: “solamente te veo y me emocionas”. solamente he cambiado dos veces la foto de perfil, ahorita la que tengo es una foto mía, salgo yo, solamente mi cara. Me gustó esa foto de cómo me veía de cuando me la tomé así que me gustó y la puse ahora sí de perfil. “

Erick, 15 años.

Las fotos de sí mismos o *selfies*²¹ como se les denomina en el lenguaje que se ha hecho común dentro de las RSV son muy populares, 11 de los entrevistados usan una como foto de perfil, de los cuales 5 fueron hombres y 6, mujeres. Otras fotos de perfil recurrentes fueron con su grupo de amigos en la escuela o con su familia en sus hogares. Sólo dos entrevistadas mencionaron tener una foto con su pareja como foto de perfil y sus motivaciones fueron muy distintas:

“La foto de perfil es con mi novio, y bueno, de un tiempo para acá hemos... bueno, nos tomamos muchas fotos y son las que ponemos más, y la escogí porque pues bueno, me gustó como salimos...”

Janet, 16 años.

“El principal motivo por el cual yo puse la foto de perfil fue por despecho, entonces pues sí, como una situación amorosa con un chico, entonces pues me sentí tan mal que decidí poner una foto con otro chico, ese fue el motivo principal...”

Carmen, 17 años.

La foto de perfil es el aspecto más importante del *Frontstage*, en el cual la mayoría de los entrevistados se muestran a sí mismos en lo que consideran la foto en la que salen mejor, tanto por un ángulo de cámara como en la expresión de su *fachada personal* la cual en su mayoría es con vestimenta casual, alejando su rol como estudiantes de esta primera presentación en *Facebook* al no preferir su uniforme escolar como tendencia. La intención social con esto es muy clara intentando otorgar al individuo valores estéticos socialmente deseables. Los que no se mostraron a sí mismos presentaron una imagen completamente asociada con sus

²¹ Las *selfies* son autofotos tomadas típicamente con cámaras digitales y smartphones, son de uso cotidiano en las RSV.

gustos personales más significantes utilizando como *fronstage* un aspecto social posiblemente guardado en el *backstage* de lo que significa ser un adolescente.

3.8.3 Foto de portada.

La *foto de portada* es el complemento de la presentación visual que el usuario hace en *Facebook*, en específico de la foto de perfil. En esta herramienta la mayoría de los usuarios entrevistados contestaron mostrar cosas afines con su personalidad, presentando de una manera visual sus gustos e intereses como son programas de tv, deportes, animales favoritos, motivos y frases.

A diferencia de la *foto de perfil*, en esta herramienta, la gran mayoría de los usuarios no mostraron imágenes donde aparecieron ellos, a excepción de unos cuantos. Cuatro usuarios contestaron mostrar una foto donde aparecen con amigos y familiares, y uno de ellos contestó mostrar una foto suya editada con una aplicación. Todas fueron mujeres.

“Tengo una foto mía con mis amigas”.

Melissa, 14 años

“Mi foto de portada es un collage que me hizo mi amiga, que tenemos cuatro años de amistad, entonces pues es mi mejor amiga y me lo hizo con fotos antiguas y que teníamos, y pues la elegí porque, pienso que no sé, ese collage es muy significativo para mí porque me lo regaló el año pasado y me gustó mucho y pues tiene muchas fotos de nosotras dos juntas cuando eramos más pequeñas, cuando nos conocimos y en la actualidad”.

Diana, 15 años.

“Es una foto familiar y está ahí con todos mis primos, con mi abuelita, esa foto la quise poner y no quise poner otra porque pues es la única foto que tenemos familiar y que desde que murió mi abuelito nadie se toma foto de mi familia y esta fue la primera foto después de tantos años que estando en familia nos tomamos una con mi abuelita. “

Anette, 17 años.

“La foto de portada es con mi mejor amiga y como cumplimos un año de conocernos y de ser mejores mejores amigas, entonces dije “no pues esta” tenemos muchas fotos y no todas las hemos subido, entonces eso fue lo que más me gustó y fue un día como que muy raro pero muy muy feliz”.

Anahí, 15 años.

“En la de portada pues estoy yo, ve que son retrica y traen 3, y pues estoy parada en un parque y la elegí porque me gustó cómo se veía.”

Samantha, 13 años.

La *foto de portada* resultó ser el vínculo más concreto que utilizan los adolescentes para mostrar sus intereses y gustos personales en lo que supone la *Fachada* de la página de perfil en Facebook. Los que mostraron imágenes de sí mismos lo hicieron en un contexto familiar o con amigos, dando cuenta de lo importante que son estos vínculos para su vida cotidiana.

3.8.4 Datos personales

La pestaña de *información* dentro de la página principal del perfil de *Facebook* es la parte complementaria del *Frontstage* y es en ella donde se pueden dar a conocer datos personales tales como fecha de nacimiento, domicilio, escuela a la que asisten, lugar de trabajo, correo electrónico y hasta número de celular. La entrevista que realicé ahondó en qué datos personales fueron los que los entrevistados decidían mostrar y el si estos eran reales o no. Los datos que se han decidido llenar son visibles tanto la pestaña de *información* como en el apartado *presentación*, que se encuentra a completa visibilidad en la página de perfil del usuario.

Los datos personales que muestran las cuentas de los adolescentes entrevistados fueron: las escuelas en las que estudian, ciudad de residencia y fecha de cumpleaños, en esta última cabe destacar que el 100% de las cuentas muestra el año de nacimiento falso para mostrarse con más edad, pero al mismo tiempo todos conservaron con veracidad la fecha y mes de su nacimiento.

En la entrevista, los adolescentes respondieron haber creado su cuenta por motivos escolares o curiosidad en una edad de 12 años en promedio, y que en ese tiempo las políticas de uso de *Facebook* no permitían crear una cuenta a jóvenes de esa edad. La edad mínima para hacer una cuenta de *Facebook* según las políticas de la RSV son en una edad mínima de 13 años y los niños que son menores de esa edad y quieren crear una cuenta forzosamente tienen que alterar el año de su nacimiento para poder hacerlo, muchos conservan por un largo tiempo ese dato equivocado, en el caso de los entrevistados de entre 15 a 17 años fueron todos.

Los entrevistados más jóvenes, de entre 13 a 15 años también contestaron estar muy conscientes acerca de lo peligroso que podría ser mostrar demasiada información en *Facebook* debido a pláticas que han tenido sus autoridades escolares con ellos:

“No, en sí nada más pongo lo que me gusta que es música en inglés y mi artista favorito que es Demi Lovato y ya. Puse dónde vivo, pero no son datos reales y mi fecha de nacimiento también está y ese sí es verdadera. No quise llenar más por el simple hecho de los problemas que se han venido con las redes sociales, el robo de identidad y todo eso.”

Anette, 17 años.

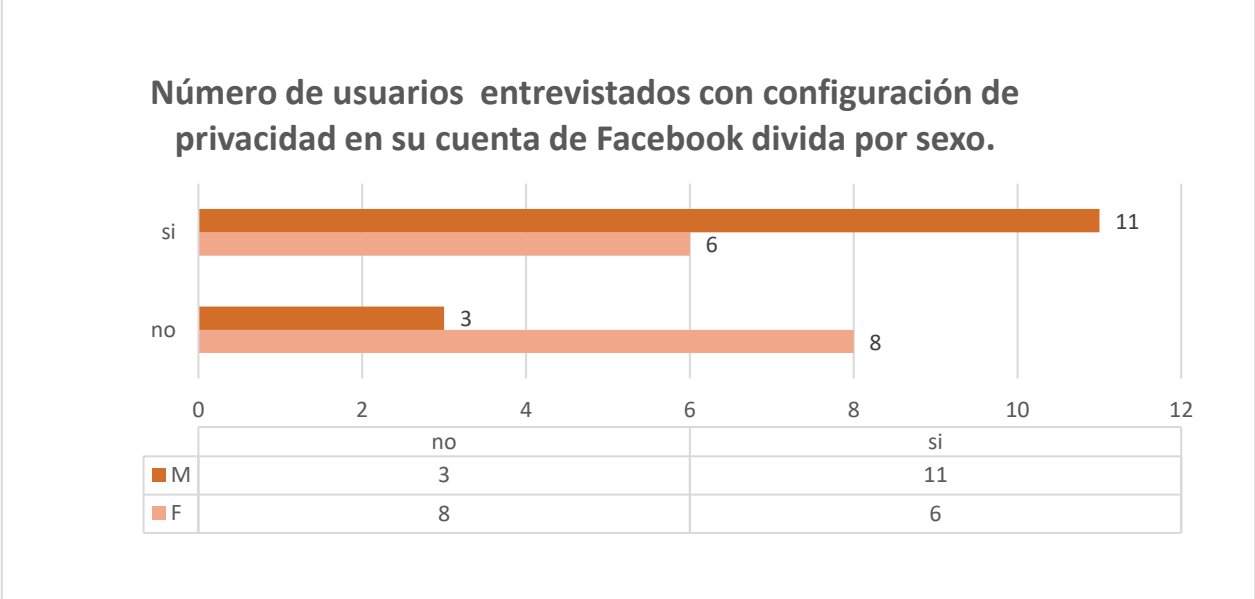
Los datos personales mostrados en la fachada de la página de perfil por los adolescentes son mínimos, siendo los más comunes el lugar de residencia, la escuela en la que estudian y la fecha de cumpleaños. Este dato resultó ser el más interesante de todos ya que se pudo conocer que la totalidad de los adolescentes entrevistados se muestran con una edad mayor a la que realmente tienen, esto debido a que la temprana edad en la que se empieza a usar *Facebook* va en contra de las políticas de uso del servicio web.

3.8.5 Configuración de privacidad

La *configuración de la privacidad* es importante para el control de la cuenta de *Facebook* y de la presentación del Yo que se desea. A través de ella, el usuario puede restringir el acceso a su presentación y publicaciones para usuarios en específico o para un público en general que él elija tales como personas que no tengan agregadas a sus contactos, familiares o ciertos círculos sociales.

60% de los adolescentes entrevistados contestaron tener alguna *configuración de privacidad* en su cuenta de Facebook, mientras que el otro 40% contestó que no. En seguida mostraré una tabla de las respuestas de los entrevistados divididas por sexo y frecuencia de respuestas.

Gráfica 4.0 Número de usuarios con configuración de privacidad



Fuente: elaboración propia con base en las respuestas de los entrevistados 2016

Es de destacar que entre los usuarios que contestaron tener configuración de privacidad la mayoría contestó sólo tener configurada su cuenta para no dar acceso a sus publicaciones a personas a las cuales no tuvieran agregadas en sus contactos de *Facebook*. Entre los usuarios que contestaron no tener configuración, aproximadamente el 71% de los entrevistados fueron adolescentes de 13 y 14 años. Los adolescentes más jóvenes toman menos precauciones para atender su cuenta de *Facebook* y socializar con cualquier persona, esto puede ponerlos en una situación de vulnerabilidad ante interacciones mal intencionadas.

Los adolescentes entrevistados tienen una configuración de privacidad mínima, atendiendo únicamente a la premisa de controlar de quién van a aceptar las solicitudes de amistad emitidas, no consideran que les estorbe en la interacción el que los puedan etiquetar en fotos que consideren poco favorables ni tampoco el que ciertas personas que tengan agregadas en sus contactos no tengan acceso total a

lo que publican. Este es el punto menos atendido por los adolescentes en el ejercicio de su cuenta de *Facebook*.

3.8.6 Publicaciones (performance)

Como parte del *performance*, el cual supone las interacciones públicas dentro de la RSV pregunté acerca de las publicaciones que hacen los usuarios y con las cuales suelen interactuar y donde el contenido audiovisual es lo que más impera; fotos de sí mismos y de sus actividades, videos musicales, artículos periodísticos... Pero muy en particular, la gran mayoría contestó que publican *memes*²². Los *memes* entran directamente en la categoría de imágenes y se han convertido en un vehículo de simbolismos y significados muy eficaz dentro de las RSV, y son muy populares en el contenido que publican los adolescentes para interactuar, gran parte de su popularidad se debe a la cualidad que tienen de satirizar cualquier tema volviéndolo fácil de conocer y comentar.

Las *publicaciones* son la principal fuente de interacción pública en *Facebook*, ya que a través de ellas es donde se pueden recibir comentarios y *likes*, los cuales otorgan una cierta “validés” a la relevancia de la publicación por parte de quién la leyó, vio el video o la imagen publicada. Los adolescentes entrevistados comentaron no hacer publicaciones con expectativas de interacción: “No, sólo lo publico porque a mí me gusta, y realmente no es de mucha importancia si lo comentan o le dan *like*” contestó Juan de 16 años, y las respuestas de los demás fueron en ese tenor. Según ellos, no tienen expectativas de interacción cuando publican contenido, pero dada la naturaleza de la propia RSV podemos deducir que esto no es del todo cierto.

²² *Meme* es un término que introduce Richard Dawkins (1976) y lo define como *una unidad de transmisión cultural o unidad de imitación*. Dennet (1991) los califica como conceptos de repetición, copia o imitación que contienen *paquetes de información con actitud*. Los *memes* están hechos de información y se manifiestan en distintas formas en la construcción y transmisión cultural; palabras, prensa, desfiles de modas, concursos, ceremonias, religión y el propio lenguaje son *memes*. Este preámbulo es para puntualizar que los *memes* no son propios de la era digital, pero ciertamente el *Internet* los ha potencializado de una manera distinta, concebida como una imagen con texto, esa es la forma más recurrente de un *meme* en el imaginario colectivo de los *nativos digitales*. Los *memes* en las RSV se han distinguido por competir por decir el mejor chiste, la mejor burla o la ironía más grande a través de signos y símbolos cargados de significaciones culturales para emitir un mensaje. Cualquier evento de trascendencia local o mundial es plasmado en los *memes* que se comparten en las RSV.

Cuando se les preguntó acerca de la percepción que tienen sobre el contenido que publica su círculo de contactos en *Facebook* pude obtener un poco más de información ya que destacaron que la mayoría de sus contactos parecen publicar contenido para ganar popularidad. Mencionaron que varias chicas suelen publicar fotos con poca ropa y en fotos sugerentes para ganar *likes*; que son muy populares las publicaciones como: “like y te publico”, “like y confiezo”²³ para interactuar con *likes*; hay publicaciones en las que los usuarios se comprometen a cumplir un reto si este llega a determinado número de *likes* y que la mayoría muestra fotos de sus viajes y de sus pertenencias; la totalidad de adolescentes entrevistados contestaron tener contactos en su círculo que comparten información falsa con la finalidad de ser aceptados; cosas como estar en una relación, poseer objetos que no tienen, viajes a lugares donde no han estado y hasta experiencias sexuales son el tipo de publicaciones que los adolescentes contestaron haber descubierto como falsas entre sus contactos.

Lo que pude observar a través de la *etnografía virtual* es que los adolescentes se centran en una dinámica de interacción constante, con publicaciones frecuentes, comentarios y *likes* a las publicaciones de sus contactos, lo cual da cuenta de la tendencia a convivir cada vez más en el espacio *virtual*, hecho muy distinto a la respuesta generalizada de no tener ninguna expectativa de interacción con las publicaciones.

Los adolescentes interactúan en *Facebook* dejando ver sus inquietudes y gustos particulares. Los círculos de contactos más grandes en sus cuentas son los de sus compañeros de clases y de escuela, a los cuales pueden tenerlos agregados sin tener una amistad *no virtual* con ellos, lo cual repercute en las cosas que publican y en la manera de hacerlo, por lo general son a estas personas con las que no se tiene un contacto directo todo el tiempo a los que se pretende agradar.

²³ Estas son expresiones comunes en las publicaciones de los adolescentes, las cuales invitan a un intercambio de un like por una publicación o por una confesión, es una especie de juego con el objetivo inminente de interactuar.

Las publicaciones y la manera de los adolescentes de interactuar con ellas comprenden la mayoría de categorías analíticas que Goffman hace sobre la presentación, como son los modales, la dramatización, la tergiversación y la mistificación. La mayoría del contenido que publican es audiovisual, destacando como principal instrumento de intercambio cultural y simbólico los *memes*.

Los adolescentes entrevistados contestaron en su mayoría, no tener expectativas de interacción cuando publican contenido, pero sí darse cuenta de un acceso de *dramatismo* en lo que publica la mayoría de sus contactos, atendiendo a esto la exageración expresiva de las actividades cotidianas hasta el punto de recurrir a la *tergiversación* para obtener aprobación social validada cuantificablemente con *likes* dentro de esta RSV.

Las *publicaciones* dan cuenta de la interacción cotidiana en *Facebook* en la cual las expectativas de reacción por lo que se publica son el motor de la misma, aunque los entrevistados hayan contestado lo contrario, a través de la *etnografía virtual* de sus cuentas de pude constatar que es así.

La *mistificación* también es común y tiene una naturaleza prejuiciosa por sobre lo que publican los adolescentes en *Facebook*, así como hay personas a quienes se les excluye por no lograr ser socialmente deseables en su presentación también hay personas a las que se les dota de cualidades excepcionales por lograr con éxito esto.

3.8.7 Repercusión de la interacción virtual en el mundo no virtual.

La repercusión de las interacciones *virtuales* en el mundo *no virtual* también fue tema dentro de la entrevista que realicé y los adolescentes contestaron cosas interesantes, la mayoría ha sufrido o disfrutado consecuencias de interacciones hechas en *Facebook*.

Un poco más de la mitad de los adolescentes entrevistados contestaron haber tenido que solucionar algún problema derivado de alguna publicación de opiniones personales tomada muy a pecho por alguno de sus contactos, o por verse involucrados en situaciones que terminaron siendo chismes y les generaron un largo

tiempo de estrés social fuera de *Facebook*. También hubo quienes por el contrario disfrutaron de aceptación social por contenido publicado, texto o imágenes.

Es esta tendencia a la repercusión social *no virtual* es lo que lleva a moldear cada vez más el contenido de lo que se publica para, en primer lugar, no generarse problemas, y en segundo lugar tener una mayor aceptación social.

Los adolescentes están en una constante retroalimentación entre el espacio *virtual* y el espacio no virtual, las acciones que realizan y lo que les acontece en un espacio inevitablemente les repercute en el otro convirtiendo a la realidad en una dicotomía autorreferente todo el tiempo. Este es un punto clave del por cual la realidad *virtual* ha dejado de ser un juego intrascendente y se ha convertido en un feroz transformador de la realidad social.

Conclusiones

En la ciudad de Toluca el imaginario de ser adolescente implica ser un joven que va a la escuela y que carece de madurez para enfrentarse a la vida económicamente productiva aún, por lo tanto se piensa en ellos como individuos que buscan la construcción de su identidad con base en la interacción con sus símiles y en el desarrollo de actividades recreativas en las que se involucran.

El contexto actual en el que los adolescentes de la ciudad de Toluca se desenvuelven e interactúan es uno evidentemente informático y mediado por la tecnología, todos los entrevistados tienen teléfono celular con acceso a Internet y la comunicación con sus amigos y familiares se facilita a la vez que se procura a través de este medio.

Las entrevistas que realicé, así como las conversaciones que tuve con los adolescentes fuera de registro me acercaron más a la resolución de mi hipótesis, todos los entrevistados manifestaron tener dependencia a este tipo de comunicación, en la que las aplicaciones que se usan por Internet como son Whatsapp y Facebook Messenger son las que generan mayores facilidades.

Los adolescentes utilizan Facebook imprimiendo en la construcción de su perfil las actividades, gustos y valores con los que se identifican a la vez que se incluyen en una dinámica de interacción que moldeará su presentación y comportamiento dentro de la RSV a medida de que se vayan acostumbrando a su uso: se contagiarán de símbolos culturales generados dentro de la red (como nuevas expresiones verbales e imágenes que se conviertan en iconos) y sus publicaciones cada vez más tendrán un balance entre su presentación individual y el estándar de lo que consideran socialmente deseable por la colectividad dentro de Facebook.

La tendencia es clara al presentar una versión idealizada del Yo en Facebook, los adolescentes se esfuerzan en construir sus perfiles con su impresión individual de lo socialmente deseable, lo cual coloca la base para la interacción entre actores. La creación de una fachada particular a través de Facebook es la presentación que los adolescentes hacen de sí mismos ante los demás, los cuales se convierten en su

público y viceversa. En el uso que los adolescentes hacen de Facebook no existe tal cosa como la interacción cara a cara, por ende no puede existir un contraste entre las expresiones controladas y las expresiones involuntarias.

Asumo que toda interacción en Facebook es una expresión o manifestación controlada desde que el usuario puede tomarse el tiempo para decidir qué publicar o no, y también es posible eliminar contenido o editar cualquier tipo de publicación. En lo que sí existe contraste es en sobre si el personaje mostrado en el perfil de Facebook en realidad coincide con la percepción social emitida por el usuario en cuestión. Sólo las personas que tengan relación dentro y fuera de la RSV con la persona podrán advertir esto.

El backstage y el frontstage son claros: el espacio virtual y el espacio novirtual, entre ellos existe todo el tiempo un intercambio de información las cuales moldean las interacciones de los adolescentes en ambos planos. Facebook no es constructor de identidad en los adolescentes, es –más bien- una vitrina en donde pueden exhibir lo que más les agrada de esa identidad que construyen con base en gustos, actividades, localización geográfica, valores, etc. y mostrarlo al público, que en este caso se conforma de su lista de contactos, en la cual, como mencioné en capítulos anteriores se conforma de sus amistades cercanas, amigos de amigos y conocidos.

En esta parte es sumamente interesante pensar en Facebook como una herramienta que hace posible presentar como frontstage en el mundo virtual los constructores de las distintas identidades individuales que en el mundo no virtual permanecerían en el backstage siendo que siempre se presenta en primera instancia nuestro status (económico/social) o rol (estudiante, empleado, miembro de una familia, etc.). Facebook permite al usuario mostrarse ante los demás como él se ve a sí mismo o como quisiera ser visto por los demás e interactuar con otros usuarios que compartan subjetividades.

El reconocimiento en redes sociales está ligado a cierta idea de *status*. En Facebook es común que se publique contenido con el fin de recibir *likes*, no con la finalidad de compartir un mensaje, opinión o noticia relevante, sino con el de acumular la mayor cantidad de *likes* posible, a veces sin importar cualquier recurso de exposición

propia o ajena que pudiera resultar exagerada o en el mejor de los casos sólo innecesaria. Al parecer los *likes* se están adueñando del imaginario colectivo de la aceptación social, para los adolescentes es así todo el tiempo, los chicos que tienen más *likes* en sus publicaciones se les suele asociar con personas populares y que son aceptados socialmente. Creo que la aceptación social y fortalecer el sentido de pertenencia, para los adolescentes, es la principal finalidad por la cual buscan ser reconocidos en redes sociales virtuales.

Los adolescentes escolares tienen constantes pláticas por parte de los docentes y especialistas acerca de los riesgos que puede generar el mal uso Facebook, malos usos como el utilizarlo como herramienta para cometer acoso contra otra persona (cyberbullying) o aceptar solicitudes de amistad de personas que no conocen. La totalidad de entrevistados mencionó no aceptar solicitudes de desconocidos. Llegando a este punto me parece importante mencionar que el que no agreguen a desconocidos al grupo no quiere decir que no interactúen con gente que no conozcan.

Facebook tiene la opción de permitir crear grupos con alguna temática en específico en los cuales los miembros pueden o no formar parte de la misma lista de contactos, algunos de estos grupos se han convertido en comunidades, rebasando la barrera del mero interés específico en alguna actividad o tema permitiendo que los integrantes interactúen con interés sólo de esparcimiento con publicaciones de distintos tenores, en las que abundan las imágenes con connotaciones sexuales, violencia, racismo y el desprestigio de conocidos...No abordé el tema de estas comunidades dentro de mi investigación, pero el uso que hacen los adolescentes en Facebook está muy ligado a ellas y es un tema importante por ser investigado.

Lo que sí se moldea en los adolescentes a través del uso de Facebook es el comportamiento social. La dinámica utilizada en Facebook para convivir, tal como el uso de ciertas expresiones, posturas ideológicas o temas de tendencia si es fuertemente influenciada por el uso constante de la RSV, a su vez también se tiende a mistificar a los actores que tengan más aceptación cuantificable en sus interacciones o publicaciones, con esto me refiero a que se piensa que se escala

en el status social si se es un joven al que le dan muchos *likes* en sus publicaciones, y es esta idea la que lleva a muchos adolescentes a publicar información falsa con tal de conseguir más *likes*.

Cuando nos encontramos en una interacción de tipo presencial son muchísimas las expresiones involuntarias que le podrían comunicar al otro un mensaje completamente distinto al que pretendemos darle: el lenguaje corporal, titubeos al hablar, o inseguridad sobre lo que se conversa pueden mandar el mensaje de que quizá lo que pretendes comunicar no sea del todo cierto. En Facebook esto no existe, todas las expresiones que tenemos en las interacciones que se den en ese plano siempre serán controladas, en primer lugar porque no hay interacción cara a cara, sólo nos podemos leer a través de los dispositivos digitales; y en segundo lugar por las vastas posibilidades de edición o eliminación de contenido.

En el terreno no virtual, el individuo está a merced de sí mismo y de las expresiones que puedan emanar de él que escapen a las expresiones que pretenda tener bajo su control, pero en el virtual el usuario sólo tiene como límite su propia imaginación y las convenciones sociales para construir el contenido con base en la impresión que desee comunicar, esta situación encuentra un bache cuando se interactúa con personas con las que también existe interacción en el terreno no virtual, ellos son capaces de desvelar al personaje cuando éste se manifiesta de manera exagerada o falsa.

Facebook ha pasado de ser solamente una vitrina donde se proyecta la experiencia individual a convertirse plenamente en una comunidad virtual en donde acontece una experiencia social colectiva. Los medios de comunicación tradicionales pierden cada vez más terreno ante las RSV, pero se puede decir lo mismo de las interacciones cara a cara, ya que las interacciones que quedan registradas en estos espacios virtuales suelen ser los cimientos en los que se construirán en un futuro las interacciones presenciales.

El proceso de Globalización comercial, cultural y económico comenzó con la primera revolución industrial y al transcurrir del tiempo se revolucionó de la mano de los avances tecnológicos que se potenciaron de una manera inimaginable con el

desarrollo de Internet. Ésta herramienta nos ha permitido, además, poder generar espacios donde podamos “habitar” dentro de ella, procurando nuestras relaciones sociales ya existentes, generando nuevas y formando comunidades virtuales en las cuales podemos hacer múltiples actividades a través de la pantalla y el teclado, que van desde tener conversaciones, hacer compras; promocionar productos, eventos y marcas, “asistir” a cursos y en general estar conectado en tiempo real con lo que sucede tanto en lo local como en lo global.

En este contexto globalizador y unificador las RSV han permitido al usuario posicionarse dentro del espacio virtual como un producto, un personaje construido con la finalidad de satisfacer las expectativas colectivas al mismo tiempo que autoafirma y se pone en un pedestal la individualidad, con base en ésta dinámica la interacción se genera en Facebook. Los nativos digitales de segunda generación (los adolescentes) están más inmersos en el uso de las RSV que los jóvenes o los adultos y viejos, y no lo saben aún, pero el uso que hacen de ésta red social repercute de manera importante y trascendental en su experiencia social fuera de Internet.

Facebook y las RSV en general han roto las barreras geográficas y culturales, a través de ellas es posible interactuar con personas de todo el mundo sin necesidad de viajar hacia otras latitudes o ser conocedores de distintos contextos culturales... A través del internet es posible “estar” en distintos lugares al mismo tiempo sin necesidad de salir de nuestras casas, y también es posible ser participe en tiempo real de lo que acontece en otros espacios, pero no sólo eso, también han transformado nuestra experiencia social en la vida cotidiana al grado de que la línea entre las interacciones reales y virtuales está casi difuminada.

Facebook da la posibilidad de mostrarnos como quisiéramos que nos vieran o como nos vemos a nosotros mismos y pensándolo bien eso no me parece en lo absoluto mal ¿Qué persona somos más? ¿Ese que creemos ser o el que los demás piensan que somos?... y si Facebook es una proyección de las subjetividades de cada individuo, me parece que interactuamos en un espacio amable... pero claro, hay

toda clase de vicios y problemas debido a la libertad de proyección y de interacción dentro de Facebook, hay recompensas sociales, pero también hay linchamientos sociales... es un micro(¿micro?)laboratorio social más y con cada vez más relevancia sociológica.

Bibliografía

Aguilar Rodríguez, Daniel E.; Said Hung, Elías. *Identidad y subjetividad en las redes sociales virtuales: caso de Facebook Zona Próxima*, núm. 12, enero-junio, 2010, pp. 190-207 Universidad del Norte Barranquilla, Colombia

Ambrosi, Alain; Peugeot, Valérie; Pimienta, Daniel (2005) *Palabras en Juego*. España: C & F Éditions

Angelbc (2012) *¿Qué significa un like en Facebook?*. Internet Social. consultado en: <https://ornitorrincodigital.com/2012/11/13/que-significa-un-like-en-facebook/>

Asociación de Internet. Mx (2017) *13º Estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México*. Recuperado de: https://www.infotec.mx/work/models/infotec/Resource/1012/6/images/Estudio_Habitos_Usuarios_2017.pdf

Back, M., Stofer, J., Varize, S., Gaddis, S., Schumukle, S., Egloff, B. y Gosling, S. (2010). *Facebook profiles reflect actual personality, not self-idealization*. Psychological Science, XX, pp. 1-3

Bell, Daniel (1976) *El advenimiento de la sociedad post-industrial: Un intento de prognosis social*. Madrid: Alianza

Berardi, Franco (2007) *Generación Post-Alfa: patologías e imaginarios en el semiocapitalismo*. Buenos Aires: Tinta Limón

Berger, Peter L; Luckman, Thomas (2006) *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.

Bourdieu, Pierre (1979) *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. México: Alfaguara

Boyd y Ellison, N. B. (2007). *Social network sites: Definition, history, and scholarship*. Journal of Computer-Mediated Communication, 13 (1), article 11.

Brooke, James. Youth let their thumbs do the talking in Japan. New York Times, 30 de abril del 2002. Disponible en: www.nytimes.com/2002/04/30. Acceso en: 15 mar. 2013.

Brzezinski, Zbigniew (1979) *La era tecnocrática*. Buenos Aires: PAIDOS

Castañares, Wenceslao (2010): *El uso de la fotografía en la autorrepresentación de los sujetos en las redes sociales*. En Torregrosa, Marta (coord.): *Imaginar la realidad. Ensayos sobre la representación de la realidad en el cine, la televisión y los nuevos medios*. Sevilla-Zamora: Comunicación Social, pp. 69- 90.

Castells, Manuel (1999) *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. México: Siglo XXI

Castells, Manuel (2006) *La era de la información: economía, sociedad y cultura v.3: El fin del milenio*. México: Siglo XXI

Castells, Manuel (2006) *La sociedad red: una visión global*. Madrid: Alianza

Dawkins, Richard (2000) *El gen egoísta*. Barcelona: Salvat Editores

Díaz Sánchez, Josefina. *Identidad, adolescencia y cultura. Jóvenes secundarios en un contexto regional* Revista Mexicana de Investigación Educativa, vol. 11, núm. 29, abril-junio, 2006, pp. 431-457 Consejo Mexicano de Investigación Educativa, A.C. Distrito Federal, México. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14002906>

Drucker, Peter F. (1994) *La sociedad postcapitalista*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana

Ellison, N. y Steinfield, C. (2007). *A familiar Facebook: Profile elements as signals in an online social network*. En: VV.AA. Proceedings of Conference on Human Factors in Computing Systems. Nueva York: ACM Press, pp. 435-444

Escobar, M. y Román, H. (2011). *La presentación del yo en el ciberespacio: un análisis de las autodefiniciones personales en blogs y redes sociales*. Revista de Psicología Social, 26 (2), pp. 207-222

Finquelevich, Susana (2005) *Desarrollo local en la sociedad de la información: municipios e internet*. Buenos Aires: La Crujía.

Galbariath, John Kenneth (1984) *El nuevo estado industrial*. Barcelona: Ariel.

Giménez, Gilberto (2015) *La identidad o el retorno del sujeto en sociología*.

Giménez, Gilberto. Identidades en globalización Espiral, vol. VII, núm. 19, septiembre/diciembre, 2000, pp. 27-48. Universidad de Guadalajara Guadalajara, México. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=13801902>

Goffman, Erwing (1981) *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu

Goffman, Erwing (2008) *Estigma: la identidad deteriorada*. Buenos Aires: Amorrortu

González López, Sergio; Heras Gómez, Laura Leticia (2006)

<http://www3.inegi.org.mx/sistemas/tabuladosbasicos/default.aspx?c=33725&s=est>
el 04 de Octubre de 2016.

INEGI. Censo de Población y Vivienda (2010) consultado en: <http://www.beta.inegi.org.mx/proyectos/ccpv/2010/>

Javier Serrano-Puche (2012) *La presentación de la persona en las redes sociales: una aproximación desde la obra de Erving Goffman* Facultad de Comunicación. Universidad de Navarra Dpto. Comunicación Pública. Edif. Biblioteca. Universidad de Navarra. 31080 Pamplona. 46, 1-17.

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

Linne, Joaquín. *Dos generaciones de nativos digitales*. Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, vol. 37, núm. 2, julio-diciembre, 2014, pp. 203-221. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, São Paulo, Brasil. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=69832559010>

Manago, A.M., Gram, M.B., Greenfield, P.M., y Salimkhan, G. (2008). *Self-presentation and gender on MySpace*. Journal of Applied Developmental Psychology, 29, pp. 446-458

Mead, George Herbert (1982) *Espiritu, persona y sociedad*. Buenos Aires: PAIDOS

Mejía Navarrete, J. (2000). *El muestreo en la investigación cualitativa*. Investigaciones sociales, 5, 165-180.

Morduchowicz, Roxana. *Los adolescentes y las redes sociales*. Buenos Aires: FCE, 2012.

Orihuela, J.L. (2008). *Internet: la hora de las redes sociales*. Nueva Revista, 119, octubre, pp. 57-62.

Ortiz Henderson, Gladys. *L@s jóvenes y su relación con la red Internet: de la adicción al consumo cultural*. Razón y Palabra, Ciudad de México, n.78, s/n, nov. 2011/ene. 2012. Disponible en: www.razonypalabra.org.mx.

Parsons, Talcott (1968) *La estructura de la acción social: estudio de teoría social, con referencia a un grupo de recientes escritores europeos*. Madrid: Guadarrama.

Parsons, Talcott (1999) *El sistema social*. Madrid: Alianza

Peralva, Angelina (1997): *O jovem como modelo cultural*. Revista Brasileira de Educação Nº5/6. São Paulo: anped.

Pérez Latre, F. (2011). *Paradojas de la comunicación digital*. Acepresa, 29 de julio. Disponible en: <http://www.acepresa.com/articulos/paradojasde-la-comunicacion-digital/>

Piscitelli, Alejandro. *Nativos digitales*. Buenos Aires: Santillana, 2009.

Poviña, Alfredo (1950) *Actas del Primer Congreso Nacional de Filosofía* (Mendoza 1949) Buenos Aires: Universidad Nacional de Cuyo

Prensky, Marc. (2001) "Digital Natives, Digital Immigrants Part 1", On the Horizon, Vol. 9 Issue: 5, pp.1-6, <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>

Redes Sociales más utilizadas (2017) recuperado de: <https://www.multiplicalia.com/redes-sociales-mas-usadas-2017/>

The Coctkail Analysis (2011). *Observatorio de las Redes Sociales. Informe de resultados: 3.ª oleada*, febrero. Disponible en: <http://www.slideshare.net/TCAanalysis/tca-observatorio-redes-sociales2011publico>

Tirado Serrano, Francisco; Domènech Armeguí, Miquel (2006) *Lo social y lo virtual: Nuevas formas de control y transformación social*. Barcelona: UOC

Touraine, Alain (1973) *La sociedad post-industrial*. Barcelona: Ariel

UOC, Universitat Oberta de Catalunya (8 de febrero de 2015) Recuperado de: <http://www.uoc.edu>

Vazire, S. y Gosling S. (2004) *e-Perceptions. Personality impressions bases on personal websites*». Journal of Personality and Social Psychology, n.º 87 (1), pp. 123-132.

Zamora Borge, Paola Elizabeth de la Concepción (2013) *La construcción de la identidad en la adolescencia: El reto de apropiarse de un lugar en el mundo*.

