

Universidad Andina Simón Bolívar

Sede Ecuador

Área de Gestión

Programa de Maestría en Gerencia para el Desarrollo

**Las redes sociales como nuevo escenario de interacción social
para la construcción de la identidad del yo en los jóvenes del
Punto Joven de Bellavista en la ciudad de Quito**

Katia Verónica Landín Vidiernikova

Quito, 2016



CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN DE TESIS

Yo, Katia Verónica Landín Vidiernikova, autora de la tesis intitulada Las redes sociales como nuevo escenario de interacción social para la construcción de la Identidad del Yo en los jóvenes del Punto Joven de Bellavista en la ciudad de Quito, mediante el presente documento dejo constancia de que la obra es de mi exclusiva autoría y producción, que la he elaborado para cumplir con uno de los requisitos previos para la obtención del título de Magíster en Gerencia para el Desarrollo Social en la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.

1. Cedo a la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, los derechos exclusivos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación, durante 36 meses a partir de mi graduación, pudiendo por lo tanto la Universidad, utilizar y usar esta obra por cualquier medio conocido o por conocer, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico. Esta autorización incluye la reproducción total o parcial en los formatos virtual, electrónico, digital, óptico, como usos en red local y en internet.
2. Declaro que en caso de presentarse cualquier reclamación de parte de terceros respecto de los derechos de autor/a de la obra antes referida, yo asumiré toda responsabilidad frente a terceros y a la Universidad.
3. En esta fecha entrego a la Secretaría General, el ejemplar respectivo y sus anexos en formato impreso y digital o electrónico.

Fecha: 5 de Abril de 2015

Firma:

Universidad Andina Simón Bolívar

Sede Ecuador

Área de Gestión

Maestría en Gerencia para el Desarrollo Social

Las redes sociales como nuevo escenario de interacción social para la construcción de la Identidad del Yo en los jóvenes del Punto Joven de Bellavista en la ciudad de Quito.

Katia Verónica Landín Vidiernikova

Tutor: Iván Fernando Rodrigo Mendizábal, c.Ph.H.

Quito, Abril 2016

Resumen

El presente trabajo investigativo, titulado Las redes sociales como nuevo escenario de interacción social para la construcción de la Identidad del Yo en los jóvenes del Punto Joven de Bellavista en la ciudad de Quito, pretende realizar una aproximación empírica para conocer la forma en la que las redes sociales, específicamente Facebook, se han convertido en parte de la cotidianidad de los jóvenes, influyendo en las maneras de socialización y construcción de su identidad personal y social. Esto busca establecer para cualquier acción de gestión enfocada a los adolescentes, un marco de referencia donde se considere a estas nuevas culturas juveniles dentro de sus particularidades en relación a las TIC, y así poder delinear actividades que puedan llegar a tener mayor aceptación y repercusión en este público. El problema de investigación se estableció en base a la siguiente pregunta: ¿De qué manera la interacción social que se produce en las redes sociales como Facebook, permite a los jóvenes que asisten al Punto Joven de Bellavista, construir nuevos escenarios para consolidar una imagen de sí mismos atractiva, visible y reconocida por sus pares?. Facebook permite a los jóvenes acceder a un espacio donde puede ensayar su personalidad, en función de la respuesta que reciben de la mirada del otro, generalmente sus pares, quienes los reconocen y así, dan un lugar en el mundo. Para ello es importante presentarse siempre actualizado, manejar códigos similares, que les permitan ser incluidos dentro del grupo, construyendo una imagen de sí atractiva, visible, con la que ellos se sientan cómodos personalmente pero al mismo tiempo, sea del agrado de su audiencia.

Dedicatoria

Al mayor regalo de amor y vida que Dios pudo haberme dado, el amor de mi
vida, mi hija Manuela

Agradecimiento

A mi familia por apoyarme siempre, especialmente a Manu, Tatu, Carlos y Rena, por ayudarme en esta última fase de estudios.

A la Universidad Andina Simón Bolívar por brindarme la oportunidad de culminar los estudios rezagados, especialmente a Iván por su apoyo para la realización de esta investigación, y a Mariana por ser un consejera y amiga durante todo este tiempo.

A quienes forman parte del Punto Joven Bellavista, a los jóvenes que colaboraron activamente para la realización de esta investigación y con quienes seguramente se podrá trabajar en acciones beneficiosas para el sector en un futuro cercano.

Finalmente, pero no por ello menos importante, a la vida y a Dios, por permitirme estar aquí, vivir, aprender, experimentar y crear.

Índice de Contenidos

Capítulo primero Jóvenes e interacción social en las redes sociales	15
1. Contexto Sociocultural para entender a los adolescentes	15
2. Crisis en las instituciones tradicionales: distanciamiento con el mundo adulto.....	17
3. Internet y redes sociales	19
4. Internet como cultura	21
4.1. Internet en lo social: vida online vs. vida offline	22
4.2. Internet como medio de comunicación	23
5. Redes sociales	24
6. Facebook	26
7. La adolescencia y su vínculo con redes sociales.....	28
8. Definición de la adolescencia.....	30
9. La mirada del otro como referente para las subjetividades adolescentes.	32
10. Socialización en las redes sociales	34
11. Sentido de pertenencia en las redes sociales	35
12. Importancia de Facebook en los adolescentes	36
Capítulo segundo Nueva escena comunicacional e imagen de sí mismo en los adolescentes	38
1. El sí mismo y las tecnologías del Yo: Michel Foucault.....	39
2. Construcción del Sujeto en la cultura y el lenguaje: Néstor Braunstein	41
3. La identidad del Yo: Erving Goffman	43
4. Subjetividades en la Sociedad del espectáculo: Paula Sibilía.....	52
Capítulo tercero Resultados de la Investigación Netnográfica	57
1. La Netnografía como método de investigación	57

2.	Consideraciones al momento de realizar una Netnografía.....	58
3.	Netnografía realizada con los integrantes del Punto Joven Bellavista.....	60
3.1.	Contexto: Punto Joven Bellavista.....	61
3.2.	Metodología, universo y muestra del trabajo investigativo	61
4.	Principales resultados.....	63
4.1.	Ser joven en el barrio Bellavista.....	63
4.2.	Ser parte del grupo de Capoeira	64
4.3.	Facebook mi segundo hogar: generalidades sobre su uso.....	66
4.4.	Evolución en los usos de Facebook: 2012 al 2015.....	69
4.5.	Facebook, un espacio para identificar la evolución de las personas	73
4.6.	La audiencia es quien aprueba el perfil de Facebook.....	74
4.7.	Facebook, espacio ideal para expresarse	75
4.8.	Personalidades diversas	77
4.9.	Facebook, requisito básico para la socialización y pertenencia ...	79
4.10.	Facebook como herramienta de comunicación y cohesión	80
4.11.	¿Tener dos perfiles para ocultarse en Facebook?	80
4.12.	Observaciones finales.....	81
5.	Aporte a las organizaciones sociales.....	82
5.1.	Aporte al desarrollo del barrio Bellavista.....	83
5.2.	Aporte al desarrollo del grupo de Capoeira de la ciudad de Quito ..	84
5.3.	Aporte al desarrollo de organizaciones sociales dirigidas a adolescentes y jóvenes en el Ecuador	85
	Conclusiones	87

Introducción

La tecnología juega un papel preponderante para el desarrollo de los imaginarios urbanos; así, en la historia de la humanidad, cada tecnología ha dado lugar a sus imaginarios sociales. Las tecnologías virtuales, han generado “el imaginario de las cercanías y las distancias [...] las tecnologías digitales hacen que se transforme el concepto de vecindad. Es decir, somos vecinos del planeta pero a la vez hay un efecto de distancia, puesta en estas tecnologías contemporáneas. Al trabajar fundamentalmente sobre el concepto virtual, van generando la no presencia” (Silva 2011, 38-39). Producto de estos nuevos imaginarios, se van produciendo nuevos espacios de habitar el mundo, nuevas identidades y formas de socialización. Por ello la importancia de conocer empíricamente la manera en la que se relacionan los grupos humanos con la tecnología, sus dimensiones sociales, culturales y comunicacionales de la tecnología, la forma en que se involucran en las experiencias cotidianas. Esto implica dejar de considerar solo su uso instrumental e incorporarlas como formas de relación social, cultura, comunicación e incluso educación.

El uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC), es inherente a la vida moderna, por lo que no podemos entender a los sujetos, sus acciones, relaciones, identidades, separadas de la tecnología. La falta de conocimiento sobre esta realidad, ha llevado a la creación de una serie de mitos, que la asocian a comportamientos antisociales, sedentarismo. Pero los usuarios son personas reales, que viven en un mundo real, que han logrado integrar estas herramientas para prolongar y aumentar sus espacios de relacionamiento y fortalecer los lazos de pertenencia. Las TIC modifican la relación con nosotros mismos, con los demás y con el mundo. Su expansión ha provocado un desvanecimiento entre los límites de lo real y lo virtual, entre ser humano, máquina y naturaleza, la sobreabundancia informativa y el primado de la interacción (Scolari 2015, 2). Todo esto se debe a la atracción que despiertan las pantallas, y dentro de ellas internet, que facilita en los jóvenes un nuevo espacio para la función socializadora, que recaer en sus pares, su audiencia, en quienes busca aprobación e inclusión, siendo Facebook, el mejor escenario para hacerlo.

Estamos ante la primera generación que nació y creció con las TIC, estas se han convertido en parte de su cotidianidad. Convivimos con la generación Net, quienes ya no son simples espectadores, sino “usuarios con grandes posibilidades de participar,

jugar, entretenerse, buscar, hacer, resolver, establecer relaciones, llevar a cabo proyectos conjuntos a pesar de la distancia y el tiempo” (Ferreiro 2006, 76). Todo esto en contacto directo y casi permanente con las TIC., así, la “fórmula generacional parece ser: ‘con la computadora y el internet todo, sin ello prácticamente nada” (Ferreiro 2006, 78). Aprenden por vías no tradicionales, empleando nuevas tecnologías, realizan a la par varias actividades, concentrándose más en abarcar variedad de contenidos diversos que en la profundidad de los mismos, “mantienen y trabajan con varias ventanas al unísono, atienden el teléfono, responden a una pregunta que se le hace en ese momento” (Ferreiro 2006, 78).

Debemos entonces ser conscientes que no es posible educar o trabajar en procesos sociales dirigidos a esta generación, sin considerar el uso de las tecnologías. Adicionalmente, estos espacios permiten a los jóvenes relacionarse con sus semejantes, ser visibles ante ellos y así destacar, diferenciarse frente al resto, buscando en la mirada del otro reconocimiento, producto de la interacción que se produce en este espacio. Por ello la fascinación por Facebook, ya que les permite acortar distancias, conversar, experimentar, expresarse. Además, debemos considerar que esta edad se caracteriza por una constante búsqueda de su autonomía y de su propia identidad, para lo cual el conversar y exponerse en las redes sociales, interactuar, constituye un medio para alcanzarlas, ya que en estos espacios, se refuerza el autoestima, se experimenta con los diferentes roles, que todos llevamos dentro, para mejorar las relaciones sociales, encontrando con cuál finalmente se sienten más cómodos, con sí mismos y con su audiencia.

Los usuarios de la Red la van adaptando a la cotidianidad de sus vidas, su socialización se da online, lo que ha generado un nuevo contexto para la participación y la comunicación, por lo que la investigación debe considerar este nuevo campo como escenario de trabajo (Del-Fresno-García 2011b, 552). Frente a todo este panorama, ¿Por qué preocuparse por conocer a los jóvenes y su particular relación con las TIC en una tesis de maestría de Gerencia Social?. Consideramos que antes de emprender cualquier proyecto social, se debe conocer exhaustivamente a los usuarios del mismo, así en el caso de cualquier organización que trabaje con estas nuevas culturas juveniles, sea desde al ámbito educativo, social, político, debe tener un conocimiento profundo de las mismas, para a partir de ello, poder diseñar cualquier modelo de gestión y obtener mejores resultados. Lamentablemente, debido a los limitados espacios de investigación en nuestro país, destinados a entender a los adolescentes, no se ha

facilitado el desarrollo de estudios empíricos que permitan entender la manera en la que las TIC se han convertido en parte de la cotidianidad de los jóvenes.

La investigación académica debería preocuparse por partir de la comprensión del presente, los contextos donde se desarrollan los diferentes usos de Internet, las audiencias que participan en los mismos, los procesos sociales que generaron y que permitieron que se integre a la cotidianidad de los sujetos, entendiendo el por quién, para quién y en qué contexto se representan tales efectos. De esta manera, el entender la interacción que se produce en este espacio, permitirá conducir una sociedad más humana, donde los sujetos se involucren en su responsabilidad como ciudadanos, conscientes de que su condición actual influirá en lo que ellos hagan en su localidad, utilizando estas nuevas tecnologías como las mejores vías para la comunicación de estas acciones. Todas estas reflexiones conducen a plantear una serie de interrogantes, pero sobre todo una que guiará la presente investigación, ¿De qué manera la interacción social que se produce en las redes sociales podrían haber constituido un nuevo escenario donde los jóvenes intentan consolidar una imagen de sí mismos atractiva, visible y reconocida por sus pares?. Debido a la particular de la edad en la que se encuentran los participantes, al hablar de jóvenes hacemos referencia a la etapa de la adolescencia, ateniéndonos a los criterios que establecen las Naciones Unidas para identificar como parte de este grupo a las personas comprendidas entre los 10 y 19 años (UNICEF, UNICEF Web site 2011, 10).

Ante esto, podemos definir como principal objetivo de investigación: Conocer la manera en la que las redes sociales constituyen un escenario propicio para que los jóvenes que asisten al Punto Joven de Bellavista puedan identificar la imagen de sí mismos con la que pueda darse una mejor interacción y reconocimiento con sus pares. Se han planteado además los siguientes objetivos específicos que guiarán la presente investigación:

- Ubicar los nuevos escenarios sociales y culturales producto de la Sociedad de la información en donde deben desenvolverse los jóvenes actualmente.
- Identificar la manera en la que las redes sociales se constituyen en los escenarios propicios para que los sujetos puedan protagonizar y narrar sus biografías personales en relación a sí mismos y los demás.
- Conocer la manera en la que se construye la Identidad del Yo en los jóvenes en base a las identidades virtuales y reales que se producen en el contacto e interacción con sus pares en las redes sociales.

- Conocer la forma en la que la imagen del joven que se transmite en las redes sociales pueden llegar a influir en la aceptación y pertenencia en el grupo de sus pares.

Si bien en la actualidad estamos expuestos a una amplia variedad de redes sociales y aplicaciones con las que interactuamos cotidianamente, se ha escogido a Facebook como escenario investigativo debido a que es la red social con mayor cantidad de usuarios, como lo resalta un artículo de El Comercio, donde se considera que esta red social a escala mundial tiene más de 1.350 millones de usuarios activos (Sandoval 2015). En el mismo artículo se señala que cerca de un 98% de la población ecuatoriana sobre los 12 años tiene una cuenta en Facebook, según los resultados de la Encuesta de Condiciones de vida realizada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), realizada en el 2014, donde se determinó además que un 41,4% de las personas encuestadas tenían cuenta en una red social. Si revisamos esta encuesta dividida por rangos de edad, como se muestra en el siguiente cuadro, prácticamente todos los adolescentes poseen una cuenta en Facebook, siendo además la red social más utilizada por todos los rangos de edad.

Tabla 1
Redes sociales utilizadas versus grupos de edad

		Grupos de Edad					
		10 a 24 años	25 a 34 años	35 a 44 años	45 a 54 años	55 a 64 años	65 años y más
Redes sociales utilizadas	Utiliza Facebook	99%	98%	96%	96%	91%	87%
	Utiliza - Twitter	26%	25%	17%	13%	16%	22%
	Utiliza - Skype	15%	16%	16%	8%	15%	38%
	Utiliza WhatsApp	31%	42%	32%	24%	23%	16%
	Utiliza MySpace	3%	3%	3%	2%	3%	0%
	Utiliza - Redes profesionales	3%	4%	4%	3%	9%	2%
	Utiliza YouTube	18%	14%	10%	8%	10%	2%
	Utiliza - Otra, red social	9%	9%	9%	8%	13%	13%
	Total	3168	1761	1017	397	164	45

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)
Elaboración propia

A pesar de que actualmente han ingresado nuevas redes sociales como Instagram, Snapchat, Spotifi entre otras, Facebook sigue siendo la más utilizada, como se muestra en un estudio reciente realizado por la consultora Eureknow en la ciudad

de Quito sobre el uso de redes sociales realizada a finales del 2015. En este estudio se puede observar que para los adolescentes, las redes sociales que más se utilizan son Facebook, Whatsapp y Youtube, que se ha convertido en un buscador complementario a Google para ellos, ya que prefieren obtener información, instructivos en un formato audiovisual.

Tabla 2
Redes sociales más utilizadas

	Rango de edad					
	Total	15-17 años	18-24 años	25-34 años	35-45 años	40-60 años
Badoo	2 %	3 %	3 %	1 %	0 %	0 %
Facebook	85 %	89 %	92 %	82 %	80 %	79 %
Linkedin	4 %	1 %	6 %	8%	2%	0%
Snapchat	5 %	9%	6 %	3%	2%	0%
Twitter	20 %	26 %	21 %	25%	14%	8%
Whatsapp	73 %	61 %	89%	78%	71%	62%
Youtube	34 %	49 %	36 %	31%	24%	21%
Instagram	25 %	36 %	29 %	23%	19%	8%

Fuente: Eureka S.A:
Elaboración propia

Además se debe considerar que Facebook, desde su diseño, estructura, lenguaje, íconos, facilita que las personas puedan navegar en la misma, independientemente del conocimiento tecnológico que posean, sobre todo en personas con bajos recursos o nivel educativo, por ello también la fascinación y gran cantidad de adeptos que posee. Por otro lado, al ser Facebook un nuevo formato del diario íntimo de los jóvenes, en donde colocan sus actividades, sentimientos, frustraciones, se convierte en el espacio ideal como conocer la manera en que se va construyendo su identidad en base a sus relaciones cotidianas y sociales, algo que no se puede visualizar con claridad en las otras redes sociales. Es por esto que se ha considerado a Facebook como el espacio propicio para este estudio, enfocado en el momento actual que vivimos donde esta red social tiene la primacía, lo que permite que se convierta en el medio ideal de relacionamiento y de construcción de la identidad de los adolescentes, de sectores populares como es el caso del Punto Joven de Bellavista, objetivo de la presente investigación.

En la realización de este trabajo, se han considerado los aportes de varios autores, especialmente los aportes de Jesús Martín- Barbero, Manuel Castells, Carlos Scolari, Roxana Morduchowicz, Michell, Foucault, Néstor Braunstein, Erving Goffman, Paula Sibia, Miguel Del Fresno, Christine Hine, entre otros, para entender las conceptualizaciones que giran alrededor de la sociedad de la información, la

construcción del Yo, la subjetividad y el reconocimiento del sujeto dentro de su grupo socialización y pertenencia, en este caso, los jóvenes. La presente investigación está conformada por tres capítulos. El primero busca entender la forma en la que los jóvenes interactúan con las redes sociales, para lo cual iniciaremos con una revisión sobre el contexto sociocultural en el que se desarrollan actualmente los jóvenes para entender los cambios generacionales que les han llevado a adoptar una determinada forma de ser y estar en el mundo, relacionadas con la inserción de las TIC como parte de su paisaje habitual, su cotidianidad, y las características que definen a esta nueva generación.

El segundo capítulo, busca entender la nueva escena comunicacional que se ha dado producto de la incorporación de las redes sociales, específicamente Facebook, en la cotidianidad de los adolescentes, y como esto puede influir en la construcción de la imagen de sí mismo en este grupo. Para entender esto, se realiza una revisión de cuatro corrientes importantes de pensamiento, iniciando con las concepciones de Michel Foucault sobre el sí mismo y las tecnologías del yo, para pasar a revisar los aportes de Néstor Braunstein y la importancia del papel del otro, semejante y el gran otro, sociedad, en la construcción del sujeto, dentro de una dinámica especular de reconocimiento. Luego se considerará el trabajo de Erving Goffman, para entender la importancia de la interacción social en la definición de la identidad personal, identidad social e identidad del Yo. Posteriormente, nos centraremos en el trabajo de Paula Sibilia, para conocer el papel que juegan las TIC y los escenarios y personajes que en ellos se producen, en la construcción de las subjetividades alterdirigidas, donde la construcción del sujeto depende de la aprobación constante de la mirada ajena.

Finalmente, en el tercer capítulo, se exponen los resultados de la investigación de campo, para lo cual se empleó la netnografía como método de investigación, para indagar lo que sucede en las comunidades virtuales, los nuevos perfiles que se producen en ella. Se inicia con una introducción sobre el método de investigación utilizado, para luego detallar la forma en la que se desarrolló la investigación y sus resultados, divididos en distintas temáticas que van mostrando los distintos hallazgos de este trabajo.

Capítulo primero

Jóvenes e interacción social en las redes sociales

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación –TIC– modifican la relación con nosotros mismos, con los demás y con el mundo. Las pantallas que conforman este universo, especialmente las relacionadas con el uso de internet, facilita una mayor interactividad, una comunicación no lineal, donde pueden recibir la respuesta del otro. Esto es esencial para los jóvenes, ya que permiten la expresión individual, algo relevante para esta etapa donde están en busca de su propia identidad. Estamos frente a una generación equipada tecnológicamente, autónoma, interactiva, multitarea que se divierte, aprende, relaciona, se construye, viven en lo digital, por lo que para trabajar con ellos, debemos entender el papel que juegan las TIC, especialmente las redes sociales en su cotidianidad. En el desarrollo de esta sección, iniciaremos entendiendo el contexto sociocultural en el que se desarrollan los adolescentes y sus consecuencias en su forma de ser y estar en el mundo, y en la brecha generacional entre los jóvenes y el mundo adulto. Luego abordaremos el papel de las TIC, Facebook, en la construcción de estas nuevas sociedades.

1. Contexto Sociocultural para entender a los adolescentes

Para entender la dinámica que rodea a la construcción de la identidad y la subjetividad de los adolescentes, debemos remitirlos a las redes sociales que establece con los otros y el mundo, dentro del contexto histórico, social y cultural en el que se desenvuelven, pues cada época se preocupa por construir el mejor modelo de sujeto que se adapte a sus necesidades, ya que “cada uno de nosotros no seríamos hoy lo que somos si hubiésemos nacido en otro tiempo y en otra sociedad, si nuestros lazos sociales, nuestra lengua, nuestros valores culturales y religiosos, nuestras raíces familiares y nuestros aprendizajes sociales fuesen muy distintos de todos los que contribuyeron a proporcionarnos una determinada singularidad (Álvarez y Varela 2009, 12-13). Nuestro lugar en el mundo depende de nuestra trayectoria personal, de la posición social que adquirimos, en función del capital social, cultural, económico que heredamos. Las subjetividades se constituyen como modos flexibles de ser y estar en el mundo.

Las tecnologías en cada momento histórico, han tenido la función de crear nuevas formas de pensar, actuar, comunicarse e interactuar; conforman cuerpos y subjetividades. Tradicionalmente, el papel de las instituciones ha sido el perpetrar los ideales de cada época. En la modernidad, se crearon cuerpos “dóciles y útiles”, acordes al proyecto histórico del capitalismo industrial; la racionalidad y el control, mecanismos de vigilancia, buscaban desde el Estado-nación controlar la vida de los ciudadanos (Hine 2004, 16). Como consecuencia de la incorporación de las TIC en la cotidianidad, se han dado importantes cambios en las bases de la vida social, nuevos tipos de relaciones sociales en el tiempo y el espacio, la prevalencia de lo fragmentado sobre lo continuo, provocando cambios en los conceptos de sí mismo, sociedad, cultura. Ante este nuevo panorama, los límites entre la realidad y lo virtual, humano y máquina se desdibujan, las fronteras entre el sí mismo y el otro se diluyen (Hine 2004, 16). Estos cambios han llegado a acentuar la brecha entre los adolescentes y las intuiciones tradicionales, familia, escuela, reforzada por el dominio y acceso a los aparatos móviles de comunicación e información como los celulares, redes sociales, internet, que han gestado nuevos cuerpos y subjetividades:

nuestra época convoca a las personalidades para que se exhiban en las pantallas cada vez más omnipresentes e interconectadas [...] los nuevos ritos laborales estimulan el placer y la creatividad, la originalidad espontánea y la realización personal, la capacidad de reciclarse constantemente y en veloz sintonía con las tendencias globales, la búsqueda de celebridad y reconocimiento inmediato, la satisfacción instantánea, el goce constante, la felicidad, la autoestima, la belleza y la juventud; en suma: el bienestar corporal, emocional y afectivo (Sibilia 2012, 140).

Estamos frente a identidades narcisistas, que necesitan de la mirada aprobatoria del otro que los reconozca y exhorte, para poder existir y ocupar un lugar en el mundo. Se ha dado paso del ser y del tener, al parecer, para así ser aceptado y valorado dentro del grupo. El sujeto posmoderno, ya no se maneja con certezas, las relaciones ya no son vividas como definitivas, por lo que su identidad “se fragmenta en tantas identidades como situaciones se viven, y se hace imposible vivirlas de forma coherente. Ello contribuye a crear una fuerte sensación de falta de control sobre la propia vida” (Gil, Feliu, y otros 2003). Esto nos lleva a considerar la identidad desde otra perspectiva, dentro de los efectos de las nuevas tecnologías, que impactan las formas de relacionarnos, interactuar, comunicarnos, y por ende, en la forma de entender nuestra identidad. Así, la incorporación de los medios de comunicación, audiovisuales y digitales, a la cotidianidad, da lugar a una civilización donde se rinde

culto a la imagen, a lo que Debord denominó “la sociedad del espectáculo” (Sibilia 2008a, 269). En esta nueva estructura, priman los valores de la visibilidad, celebridad, reconocimiento en la mirada del otro, que se potencian por la facilidad de acceso a internet. Esto conlleva nuevas formas de entender la identidad, concepciones diferentes de lo personal y lo subjetivo, un Yo dependiente del contacto con los otros, de las formas en las que nos relacionamos, interactuamos y comunicamos con ellos.

Estos valores se vuelven muy cotizados dentro del mercado contemporáneo, la reputación, se constituye así en una marca personal que vuelve al sujeto competitivo, para lo cual es necesario aumentar la presencia mediática, así por ejemplo,

el perfil de cada participante se vuelve realmente una extensión de nuestra subjetividad, donde se juega no sólo nuestra reputación online sino también nuestra intimidad. El cuerpo está presente porque las fotos, las etiquetas y los textos publicados están atados a un “yo” que comunica, que es también “cuerpo” y “gesto”. “Taguear” a un amigo en una foto, o manifestar gusto/rechazo por una publicación de un contacto de la red, son otras formas del “decir”, prácticas que dan cuenta de señalamientos y aprobaciones que acompañan el texto escrito (López y Ciuffoli 2012, 86).

Los sujetos dejan de ser meros espectadores, se vuelven productores, autores, artistas, pendientes de complacer a su audiencia, diseñando diversas estrategias de difusión y promoción para alcanzar una mayor visibilidad. Esta etapa histórico cultural, establecen nuevos retos y modelos a seguir a los adolescentes, que generalmente se contraponen a aquellos valorados definidos por los adultos con quienes conviven. Se ha dado así un aumento de la distancia entre los adolescentes y el mundo adulto, que si bien siempre ha existido, ha acentuado por la incorporación de las TIC en la cotidianidad.

2. Crisis en las instituciones tradicionales: distanciamiento con el mundo adulto

Las instituciones tradicionales, como escuela y familia, se han visto afectadas por estos cambios, y es donde la brecha generacional entre adolescentes y el mundo adulto más se ha ahondado. En el caso específico de la escuela, estaba acostumbrada a adoctrinar a los jóvenes mediante la ostentación del poder y la autoridad, el establecimiento de rutinas preestablecidas, pero hoy se enfrenta a nuevos sujetos con los que no sabe cómo actuar. Justamente, la incorporación de dispositivos electrónicos y el generalizado uso de internet, han dado lugar a una serie de adaptaciones corporales y subjetivas, nuevos ritmos donde el modelo tradicional, aburrido que caracteriza a la escuela, ya no responde a las necesidades de los adolescentes, las que están marcadas

por el dinamismo e interactividad que ofrecen las nuevas tecnologías en cuando entretenimiento e inmediatez (Sibilia 2012, 142). Otra consecuencia es la facilidad de socialización que generan, han multiplicado a sus receptores, promoviendo una mayor interactividad, permitiendo que se comuniquen mucho más que antes. El uso de las redes sociales, ha promovido nuevos espacios para la socialización, los ha prolongado en el tiempo y espacio, de manera más informal, abierta, personal, sincera, ya que en estos espacios pueden acceder al reconocimiento y visibilidad.

La centralización del saber cómo fuente de poder es otro elemento que se ha visto gravemente afectado por estos cambios. Si en la modernidad, el poder sobre el saber y su circulación estaba controlado por las instituciones como la escuela, familia, el Estado, hoy nos encontramos frente a una multiplicidad de saberes que circulan libremente y canales de difusión, espacios donde se puede acceder a un conocimiento más actualizado, de forma inmediata, sin mayor esfuerzo. Frente a este nuevo escenario, los adultos pierden autoridad, dejan de ser los dueños del saber, los jóvenes son más autónomos, autodidactas en su aprendizaje, ya no necesitan la mediación del adulto para acceder a la información; incluso desde YouTube, pueden acceder a tutoriales que les enseñan de manera más dinámica, visual, lo que no entendieron en clase, desde un formato multimedia, más empático. Los adolescentes ganan así mayor espacio y poder frente a la autoridad.

Para ahondar más esta brecha entre el mundo adulto y los adolescentes, está la fascinación que despierta en estos últimos las pantallas, ya que les permiten participar de un mundo destinado previamente solo a los adultos, además de brindar espacios donde ellos dominan, y pueden enseñarles cómo manejar; reafirman así una posición de poder. Estamos ante una nueva generación digital, donde los jóvenes se comunican en línea todo el tiempo, lo que se facilita por su afinidad natural con la tecnología, que la gente adulta no posee. Resultado de esto, los adolescentes generan nuevos espacios de comunicación a los que pueden acceder libremente y bajo sus propios códigos, generando formas de expresividad en las comunicaciones, combinación de caracteres, abreviaturas, mensajes breves que se reducen a las interpretaciones del lector, y que difícilmente son entendidos por los adultos. El manejo experto que tienen de estos espacios les permite relacionarse sin preocuparse de censurar temas, vocabulario, incluso horarios de uso, escapándose así de la mirada controladora de sus padres. Se acentúa la separación con el mundo adulto y se va gestando un nuevo escenario de

poder, donde los adolescentes tienen las de ganar (Sádaba y Bringué 2010, 90, Buckingham 2008, 28, Bacher 2009, 81, Martín Barbero 2014, 3-4).

Esta brecha, puede entenderse con mayor claridad considerando el concepto de nativos digitales versus inmigrantes digitales. Los nativos digitales corresponden a la primera generación que ha crecido con las tecnologías digitales, y por ende, son nativos de este lenguaje, en contraposición a los inmigrantes digitales, quienes han incorporado las tecnologías a sus vidas, pero no hablan de forma natural su lenguaje, así, “si para el ‘nativo digital’ estas tecnologías son su ‘lengua materna’, para el ‘inmigrante digital’ son una ‘lengua extranjera’, y de ahí que en múltiples ocasiones demuestren tener cierto ‘acento’ ” (Sádaba y Bringué 2010, 90). En este aspecto, los adultos se ven superados, se produce una división dentro del imaginario donde las diferentes tecnologías se adaptan mejor a los diferentes rangos etarios, padres y abuelos se sienten más a gusto con la televisión, los adolescentes y niños con internet (García, Gértrudix, y otros 2011, 121).

Los nativos digitales constituyen una cultura en la que la realidad es un híbrido ente los ámbitos analógico y digital, a diferencia de los inmigrantes digitales quienes mantienen estas dos esferas de actividad claramente diferenciadas. El nativo digital tiene una particular forma de relacionarse, tienen sus propios códigos y sistemas de comunicación para viabilizar la relación. Lo digital se vuelve parte de su cotidianidad, tienen una constante necesidad de sentirse comunicados independientemente del lugar donde se encuentren, de actualizarse permanentemente. Son personas que utilizan la información en paralelo, de forma rápida, prefieren los gráficos al texto, son aficionados a la creación multimedia, música, necesitan de una gratificación instantánea con recompensas frecuentes. En definitiva, sujetos multitarea, que realizan varias actividades al mismo tiempo y que han escogido a la Red como fuente de información veraz (García, Gértrudix, y otros 2011, 123-124). Todo esto ahonda la brecha generacional, los adultos no saben cómo participar dentro de la dinámica. Los jóvenes buscan refugio en un mundo digital que los acoge, apoya y comprende, y que los separa del mundo adulto, crítico. Se gesta un nuevo espacio, en el mundo digital, donde los nativos digitales, pueden ostentar el poder.

3. Internet y redes sociales

El término internet se utiliza para “referirse a un conjunto de programas que habilitan determinados tipos de comunicación e intercambio de información” (Hine 2004, 40). Castells, la considera como el tejido de nuestras vidas, la base tecnológica

“de la forma organizativa que caracteriza a la era de la información: la red. Una red es un conjunto de nodos interconectados. Las redes son formas muy antiguas de la actividad humana, pero actualmente dichas redes han cobrado nueva vida, al convertirse en redes de información, impulsadas por Internet” (Castells 2001, 15). Internet abarca una serie de significados, relacionados con funciones, contenidos, usos, que varían según las personas, su contexto. Esta cotidianidad en su uso es cada vez más generalizada en el Ecuador; según los datos del último censo, en el 2013, el 40,5% de la población ha utilizado internet en los últimos 12 meses, frente al 29% en el 2010. El uso se intensifica entre los 5 a 24 años de edad, especialmente entre los 16 a 24 años, destinado especialmente a redes sociales. La frecuencia del uso de internet de al menos una vez al día y de internet en el hogar, también se incrementaron 13 puntos en el primer caso, y 11 puntos en el segundo, entre el 2010 al 2013, lo que nos habla de un mayor uso doméstico (INEC 2013).

Es importante también destacar a Facebook como la red social con mayores usuarios, así, “de los 8,5 millones de usuarios de internet en Ecuador, Facebook continúa siendo el líder absoluto habiendo captado a 8,1 millones de usuarios en el país al 22 de enero de 2015” (Del Alcázar 2015). Esto nos lleva a considerar la importancia de Facebook en la vida de los adolescentes, donde el tener un perfil se convierte en signo de reconocimiento social y pertenencia; incluso los adolescentes llegan a solicitar el nombre del perfil en Facebook antes que el número telefónico para así poder contactarse y mostrarse inmediatamente. Esta red se ha convertido en un medio donde las personas se divierten, informan, encuentran y mantienen sus amistades. Internet permite: “1) aumentar sus posibilidades de comunicación y socialización; 2) aumentar su capacidad para opinar, tomando decisiones acerca de lo que desean sin la supervisión de un adulto; 3) desarrollar la personalidad; 4) ampliar habilidades sociales; 5) así como el acceso a una ingente cantidad de información sobre cualquier tema que despierte su interés” (Del-Fresno-García y Sánchez-Cabezudo 2015, 2). Internet establece una comunicación horizontal, no mediatizada, donde se da una respuesta interactiva al mensaje (Castells 2000). Estamos frente a un nuevo escenario donde se van gestando nuevas culturas, y por ende identidades, nuevos espacios y formatos de comunicación, socialización y pertenencia.

4. Internet como cultura

En un inicio, no se reconocía el potencial que tenía internet para el intercambio cultural. Los ordenadores no tenían la capacidad ni la riqueza comunicacional de las relaciones presenciales cara a cara, se consideraba que el modelo de comunicación en red, estaba destinado a contextos laborales y organizacionales. Se argumentaba que las comunicaciones que se producían en estos espacios limitaban los signos sociales de contexto empleados cotidianamente en las interacciones cara a cara, produciéndose una tendencia a concentrarse más en uno mismo que en los demás (Hine 2004, 27). De cierta manera, ese anonimato permitía al sujeto dejar de lado su preocupación por la imagen, mostrarse visible y atractivo para los demás. El escenario cambió con los usos más sociales como Facebook, donde se promueve la interacción mediante el uso de dispositivos lingüísticos como emoticones, chistes, códigos locales, abreviaturas, frases, fotos e incluso videoconferencias, “contribuyen a la formación de una comunidad de prácticas de conocimiento, lenguaje y bienes compartidos” (Hine 2004, 31). Estamos frente a signos de contexto social que llevan a las personas a estar pendientes de agradar a su audiencia.

Rheingold (1993), establece el término de comunidad virtual para destacar los niveles de compromiso y conexión que tienen los usuarios para conformar relaciones permanentes (Hine 2004, 28). Esto permite que se establezcan relaciones personales en el ciberespacio, comunidades virtuales, grupos, espacios para juegos. Las producciones que se dan en internet, sea vía páginas web, redes sociales, permiten dar cuenta de una cultura emergente, donde se gestionan de manera diferente las relaciones en el espacio y el tiempo, los juegos de autoridad e identidad, el intercambio de información y opinión. El uso de la red y el ciberespacio ha implicado una reorganización de las costumbres de millones de personas, no solo en lo referente al tema económico y empresarial, sino incluso en la expresión de la identidad y la sociabilidad, el ocio, la educación, el activismo, el manejo y gestión de la información. Se han producido nuevas formas de comunicación en red, aplicaciones orientadas a la sociabilidad *online*, dando lugar a mayores posibilidades de cambio social, producto de los nuevos contextos para la comunicación, la participación y el intercambio de información (Castells 2009, 88); (Del Fresno 2011a, 30).

4.1. Internet en lo social: vida online vs. vida offline

Si bien internet es una cultura, va ganando forma en base a las significaciones que le dan quienes participan de ella, a sus contextos y expectativas. Internet es una estructura de relaciones sociales, “es más que un contexto para forjar relaciones sociales (aunque también es eso mismo), por cuanto allí se comenta y se construye creativamente, a través de procesos simbólicos iniciados y mantenidos por individuos y por grupos” (Hine 2004, 53). Así, para Hine, internet puede ser interpretada como un texto, sea como “cultura conformada discursivamente” o como “artefacto cultural: texto tecnológico”; sus usos e interpretaciones no están regidas por el texto como tal, sino por sus significaciones. Todos estos cambios, han provocado otras formas de estructurar las relaciones interpersonales, distintas dimensiones de la vida social, marcadas por una vida online y una offline. En general, se ha exagerado en la separación entre ambas dimensiones, ubicándolas como excluyentes y no como complementarias. Del Fresno, considera la vida *online* y *offline*, como un “continuum social”, unificando las prácticas individuales con las colectivas dentro de un mismo “continuum comunicacional”. Así, estos medios sociales se comportan como un “comunicador interpersonal colectivo” (Del-Fresno-García 2015, 108).

Desde esta perspectiva, dentro de este “continuum”, las personas adaptan su mundo *online* a entornos físicos y viceversa, se produce una correspondencia entre identidades *online* y *offline*. Dentro de Facebook, los adolescentes tienden a hacer afirmaciones *online* sobre eventos *offline*, experiencias cotidianas que son reconocidas por sus pares o argumentadas con recursos visuales como fotos, videos, etiquetar. Estas afirmaciones no solo reflejan la identidad del autor, sino que aumentan la veracidad de lo dicho, son recursos que dan fe de lo sucedido. De esta manera, es la audiencia quien finalmente otorga validez y autenticidad a los contenidos, por ello el interés constante en satisfacerla y mantenerla atenta, expectante a sus publicaciones. La audiencia tiene además el poder de afirmar o desmentir lo dicho, ponerlos al descubierto, calificarlos o desprestigiarlos. Ante este escenario, es preferible mantener coherencia entre ambos espacios, o manejar más de un perfil según los públicos, “panas versus familia”. Así, las experiencias *offline* se convierten en puntos de referencia para las interacciones en el ciberespacio, como dice Baym, “los grupos virtuales a menudo están entretejidos por la manufactura de la vida offline en vez de oponerse a esta” (Baym 1998, 63), incluso crean sus propias identidades online con coherencia a sus identidades offline. Pueden llegar a extender conversaciones, donde las opiniones hacen referencia a la

vida real y la vida virtual, esperando una manifestación de atención a sus publicaciones, a por medio de mensajes, íconos, gestos o un *like*; algo que les brinde visibilidad, que les otorgue un espacio en la vida de los demás.

Resumiendo, la distinción de estos espacios sociales se da por la relación que mantienen los usuarios; así la pertenencia *offline* pasa a la *online*. La vida *online* se convierte en una extensión de su cotidianidad, en ambos espacios realizan las mismas actividades: reunirse con amigos, vender su mejor imagen, miden las respuestas de los otros, explorar sus límites. Si bien, se habla de una falta de autenticidad y coherencia entre estas dos formas de vida, en las relaciones virtuales se revela mucho más de sí mismo que en las relaciones cara a cara, “mediante chat pueden hablar de cosas con sus amigos de escuela de las que no se atreven normalmente a hablar cara a cara” (Gil, Feliu, y otros 2003). Además, la presencia de una audiencia expectante, que corresponde a sus grupos de pertenencia *offline*, no le permitiría consolidar una reputación diferente en ambos espacios.

4.2. Internet como medio de comunicación

Toda actividad humana se basa en la comunicación. Al transformar internet la forma en que nos comunicamos, altera nuestra vida en general, la forma en la que nos relacionamos con los demás y como gestamos nuestra propia identidad. La incorporación de esta nueva tecnología, implica ciertas particularidades en el intercambio de información interpersonal y colectiva. De esta manera, la difusión global de internet ha promovido “una nueva forma de comunicación interactiva caracterizada por la capacidad de enviar mensajes de muchos a muchos, en tiempo real o en un momento concreto [...] a esta nueva forma histórica de comunicación la llamo autocomunicación de masas” (Castells 2009, 88). Internet tiene la capacidad de transmitir información a gran escala, puede ser utilizada en varias formas de comunicación en un sinnúmero de aplicaciones. Estamos frente a los conceptos de espacio de los flujos y el collage temporal, términos trabajados por Castells, para hablar de la relación particular que se da entre internet y el espacio-tiempo.

Ahora las personas pueden comunicarse desde cualquier lugar, estamos frente a un espacio de flujos donde la conexión tiene mayor énfasis que el lugar; estos flujos de sujetos, objetos, dinero, comunicación, viajan globalmente y la conectividad permite pensar en relaciones sociales ya no atadas a la localidad. La temporalidad deja de presentarse como una línea narrativa de eventos conectados entre sí, se presenta como un collage temporal, pues dependiendo desde donde se mire, se podrá encontrar

la información, sin un orden preestablecido, cronológico, ya que las páginas tienen sus propias localizaciones en el tiempo, donde una actualización puede anular o poner en segundo nivel a otros mensajes. La conexión de estos diferentes espacios dentro de internet, promueve en las audiencias una sensación de presencia real mediante las cámaras, chat, que brinda dinamismo y realidad a estos espacios virtuales, en comparación a lo que pueden promover los *mass media*. Así, en internet no podemos hablar de espacialidad física, aunque en el caso de Facebook, se podría marcar una limitación espacial, mediante la ubicación de donde están, con quién están, que hacen, muchas veces acompañado esto de imágenes que confirman la acción, y permiten atraer la mirada del otro a su territorio.

La interacción que se posibilita en internet, está dada por la participación del sujeto en distintas posiciones dentro del acto comunicativo en la red, puede participar como lector y espectador, deseoso de información o con miradas curiosas, sino también como autor o personaje, y dentro de esas posiciones enviar diversidad de mensajes con la posibilidad de ser recibidos, devueltos y multiplicados por otros. Como lo menciona Sibilía, “somos yo, usted, y todos nosotros quienes escribimos nuestros textos autobiográficos y quienes publicamos nuestras fotos y videos en la Web 2.0, y también somos nosotros quienes interactuamos con las creaciones de los demás usuarios y las realizamos a través de nuestras lecturas y miradas” (Sibilía 2008, 270). La interacción promueve espacios de reconocimiento e influyen en la construcción de las identidades, personales como sociales.

5. Redes sociales

Una red hace referencia a un “conjunto de nodos interconectados”. Si bien las redes siempre han sido parte de la actividad humana, actualmente se han convertido en redes de información impulsadas por la introducción de las TIC, especialmente internet, con un gran poder organizativo debido a su flexibilidad y adaptabilidad al entorno cambiante a gran velocidad, permitiendo una comunicación global y horizontal (Castells 2001, 15). Producto de esto, internet facilitó la transición a una nueva forma de sociedad, lo que Castells considera como sociedad red, permitiendo una comunicación a escala global, lo que da origen a lo que denomina como Galaxia internet (Castells 2001, 16). Esto nos lleva a definir los *social media*, en base a los criterios de Kietzmann, como:

la comunicación interpersonal colectiva vía internet por medio de aplicaciones web o dispositivos móviles de manera síncrona y/o asíncrona por parte de micromedios (multi)descentralizados, (des)localizados, (co)generativos con capacidad de articular un feedback y de autoorganizarse, hacia audiencias en constante reconfiguración, sin un alcance geográfico preestablecido de un conjunto no recurrente, no normalizado y heterogéneo de contenidos simbólicos o mensajes (propios o de terceros) no sujetos a una agenda performativa (Del-Fresno-García 2012, 102)

Estamos frente a formas de comunicación donde las personas pueden ejercer un doble rol, intercambiable y simultáneo, de retroalimentación constante entre audiencias y emisores. Los *social media*, han debilitado el control unidireccional de la información, característica de los *mass media*, permitiendo que el sujeto sea parte del medio y del mensaje, dentro de la comunicación interpersonal colectiva. La capacidad de *feedback* y circularidad de la información y la opinión, permiten una intermediación entre emisores y audiencias. Así, “las audiencias hoy tienen el potencial –lo ejerzan bien o mal o no lo hagan– de forma autónoma e inmediata de crear, modificar, compartir, aceptar o desechar, redistribuir todo tipo de información o contenidos” (Del-Fresno-García 2015, 109). Como menciona Qualman, los “social media son entendidos también como la edad de la comunicación instantánea, la transparencia, el narcisismo y la participación” (Del-Fresno-García 2012, 101). *Social media* y *mass media* han llegado a cohabitar, pero con una importante ventaja en los primeros, que los vuelve mucho más atractivos, especialmente para los adolescentes, por la cobertura, la inmediatez, notoriedad y relevancia que les permite alcanzar gracias a la comunicación de doble vía que generan. Esto, a su vez, permite tener acceso a información de manera directa, primicias, variedad de información.

Por otro lado, los *social media* instauran un nuevo sistema de percepción basado en las impresiones sensoriales, producto de la integración multimedia de imágenes, videos, textos, sonidos. Estamos frente a un nuevo entramado relacional, un nuevo sistema de comunicación interpersonal colectiva, que contempla prácticas comunicativas y sociales, además de una infraestructura tecnológica. Así, “desde el punto de vista social y relacional, internet y su arquitectura han permitido la evolución y uso de plataformas orientadas de manera específica a la interacción personal (Facebook, Twitter, blogs, foros, agregadores de opiniones, medios de comunicación profesionales sólo online, etc.)” (Del-Fresno-García 2014, 247). Los *social media* se han convertido en aplicaciones que permiten el intercambio de contenidos. De esta manera, el sentido social, cultural e identitario, surge del contexto donde se utiliza la red, y el sentido que esta cobra para sus usuarios. En el caso específico de Facebook,

es utilizado por los adolescentes como un espacio en donde construyen su Yo, en función de la respuesta de sus audiencias, conformadas preferentemente por sus pares; se genera una búsqueda de los otros, crear filiaciones, relaciones, sin limitarse solo a las conexiones y afinidad de intereses.

6. Facebook

Facebook concentra todas las funcionalidades de la red en un mismo espacio, integra, transforma y adapta los distintos espacios de internet, volviéndolos más cercanos y de fácil manejo para los usuarios, dando lugar a un Yo que comunica, comenta y comparte. Podemos definir a esta red social como formas de comunicación hipermediáticas, provenientes de distintas redes, medios digitales, “se trata de procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se extienden más allá de la plataforma, en un entorno caracterizado por una cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí” (López y Ciuffoli 2012, 25). De esta manera, se da paso a una participación activa en la red, donde los sujetos se comunican constantemente, a través de sus actualizaciones de estado, al publicar fotos, videos, enlaces, al compartir determinados contenidos con sus contactos, así, el “aceptar solicitudes de amistad, calificar con “me gusta” / “ya no me gusta” una publicación o una página, comentar, unirse a grupos por afinidad o simple curiosidad, son algunas de las tantas formas estandarizadas de participar en la red” (López y Ciuffoli 2012, 42).

Estamos frente a un espacio dialógico de ida y vuelta, donde todos estamos al mismo nivel, nos comunicamos de manera dinámica, activa e inmediata, podemos estar actualizados en tiempo real sobre la cotidianidad de nuestros contactos. Esto nos lleva a considerar Facebook como una ciudad amurallada, donde el Yo es el principal protagonista desde sus distintas posiciones, como comunicador, al etiquetar, distribuir y compartir información, al conversar, incluso al observar un perfil o ser *taggeado* por nuestros contactos (López y Ciuffoli 2012, 56). Justamente en esta posibilidad de movimiento del Yo, radica el éxito de Facebook, como lo menciona Ortiz, el “comunicarte con tus contactos y mantenerte al día sobre lo que hace cada uno de ellos de forma automática y respetando la información que ellos quieren compartir” (López y Ciuffoli 2012, 59). Se da paso así a una actualización constante directa, sin editores ni mediadores de la información, característica de los *mass media*. Además, esta red social se ha vuelto cada vez más accesible, desde su diseño intenta adaptarse a la

cotidianidad de las personas, volviéndose más cercana, bajando las barreras cognitivas que podrían dificultar su uso.

Esto ha llevado a López y Ciuffoli (López y Ciuffoli 2012, 61-68), a establecer algunas leyes propias de Facebook. La primera, está dada por la uniformidad que se da en este espacio, no hay una personalización del espacio propio, todas las páginas, perfiles, diagramación, tipografía son iguales, no hay cuentas *premium*. En este espacio la única posibilidad para diferenciarse es a través de lo que se publica, donde el perfil se convierte en un molde al que se puede adornar con fotos, videos, enlaces, textos, aunque su organización y jerarquía es la misma para todos. La segunda ley se determina por la estandarización en la diagramación, existen opciones predeterminadas para publicar. La tercera ley considera el tema de la participación, las personas pasan de escribir a accionar, aceptan solicitudes de amistad, etiquetan a otros, se unen por afinidad, califican con Me gusta o Ya no me gusta, siguen personas y páginas, que constituyen formas tipificadas que se convierten en señales de aceptación y adhesión. Además se utilizan una serie de aplicaciones como los test, se activan frases célebres y recomendaciones, entre otros.

Se trata de una conversación oral y corporal, donde se avalan las publicaciones de los miembros de la comunidad; se va construyendo una biografía de la persona, su historia reflejada en la red donde se destacan los momentos importantes y la foto se constituye en su vinculación con el mundo físico. La cuarta ley está determinada por el hablar el lenguaje *offline*, donde el tener amigos, hacerse fan, poner un me gusta o publicar lo que están pensando son metáforas de conexión y participación en red, lo que permite que Facebook se convierta en un espacio de expresión propia y colectiva donde se comparten contenidos; de alguna manera permite que las redes sociales *offline* se extiendan al espacio *online*, pues generalmente los amigos corresponden a personas de los círculos más cercanos, trabajo, colegio, barrio, amigos. Para facilitar todo este proceso, encontramos en esta red social metáforas de publicación (muro, comentar, me gusta, armar un álbum) y metáforas de conexión (agregar contactos, conectar personas, formar grupos, hacerse fan), lo que nos muestra la inclusión de elementos de la comunicación e interacción *offline*.

La conexión que posibilita esta red social, fomenta las relaciones de amistad, se vuelve un espacio de reciprocidad, ida y vuelta, posibilitando un diálogo, hay un Yo que se comunica con otros yoes, que sigue las actualizaciones públicas de sus contactos, puede asentir lo que el otro dijo con un me gusta, comentar o compartir

temas que sean de su interés. Facebook generalmente está integrado por grupos de pertenencia previa, donde se manejan espacios comunes para todos, donde de alguna manera se busca retomar los formatos orales, corporales y gestuales, propios de la vida *online*. Así por ejemplo el etiquetar busca señalar quienes son parte de nuestra red o para llamar la atención sobre algo; el álbum muestra a la persona como ser social, permite contar una historia, dar un toque constituye un gesto físico, que busca dar vida a la conversación (López y Ciuffoli 2012, 72). Además, esta red satisface la necesidad originaria de la reunión: “Facebook es, desde sus comienzos, un espacio de virtualización de las relaciones sociales [...] Facebook se convirtió en un nuevo ‘lugar bueno’ donde extender las redes de amigos que ya tenían y conocer a nuevas personas más allá de las fronteras físicas” (López y Ciuffoli 2012, 79).

De manera similar a lo que ocurre en el mundo analógico, dentro de esta red las personas escogemos los momentos en los que buscamos mayor privacidad o visibilidad, las facetas que queremos mostrar en nuestro perfil, sea como amigos, estudiantes, profesionales, pues finalmente “Facebook es un espacio donde nosotros trasladamos nuestra identidad offline a la red. Este espacio no admite una invención imaginaria de nuestro yo, sino que busca expresamente hacer de nuestro perfil un espejo lo más transparente posible” (López y Ciuffoli 2012, 80). Esta red privilegia el sentido grupal y colectivo de la conversación, es un espacio de escritura, donde se publican comentarios, fotos, referencias, estados, información, dando paso a una conversación hipertextual, de contenidos circulares, que se comparten y contagian. Además, esta circulación siempre se actualiza, contiene parte de la historia de las personas, permite el reencontrarse, hacer presente nuestra cotidianidad, mediante notificaciones, etiquetas, conversaciones en tiempo real sobre eventos que acaban de ocurrir. Se dan nuevas formas de comunicar entre la oralidad y la escritura, donde “el cuerpo y la gestualidad acompañan la palabra en un diálogo que es circulación constante, sin anclaje en el tiempo, ni en el espacio. Un intercambio que es flujo, inmediatez y devenir de voces, gestos, cuerpos e identidades virtualizadas que comparten y circulan información” (López y Ciuffoli 2012, 93).

7. La adolescencia y su vínculo con redes sociales

Debemos entender que los adolescentes de hoy en su relación permanente con las nuevas tecnologías, las pantallas, “una generación altamente equipada, multitado, movilizadora, emancipada, autónoma, interactiva, que se divierte en digital, que necesita relacionarse y que está expuesta a nuevos riesgos” (Sádaba y Bringué 2010, 94). Todo

esto se refuerza por el multiacceso, la capacidad de utilizar varias pantallas y realizar múltiples actividades de manera simultánea, lo que satisface importantes necesidades en los adolescentes: comunicar (msn, mail, chat), conocer (páginas web, descargar contenidos), compartir (fotos, videos, redes sociales), divertirse (juegos, películas, radio) y consumir (compras online) (Sádaba y Bringué 2010, 85-86). Sumado a esto, está la posibilidad de vivir emancipados dentro de su hogar en lo que se refiere al consumo de medios, disponen de sus propias pantallas, en sus habitaciones. Lidiamos con una generación de tecnofilicos, que “siente una atracción a veces sin medida por todo lo relacionado con las nuevas tecnologías, por conocerlas, emplearlas, poseerlas. Los Nets perciben que con las Tic es posible la satisfacción de sus necesidades de entretenimiento y diversión, comunicación, información y, por qué no, también de formación” (Ferreiro 2006, 77).

A esto se debe que Facebook produzca fascinación en los adolescentes, pues se convierte en un espacio relacional, social y vincular; les permite además estar siempre juntos, prolongar sus espacios de interacción independientemente del lugar donde se encuentren, sentirse siempre acompañados, lejos de una soledad que evitan y temen. Esta generación que cuenta con un sinnúmero de dispositivos para comunicarse, teléfono, celular, *tablet*, *chat*, mensajes, redes sociales, ha dado paso a nuevas formas de socialización juvenil, donde sus miembros buscan atraer a sus amistades, compartiendo información que les permita ser visibles, no quedarse en el anonimato, ser reconocidos por el otro. Esta socialización mediada por la tecnología, puede llegar a ser más fuerte que el contacto directo, ya que prolonga la interacción en el tiempo y el espacio.

Las pantallas, son parte de la cotidianidad de los jóvenes, de su vida social, posibilitan temas de conversación, brindan reconocimiento social. Las TIC, les permiten acceder a una variedad impresionante de información, consumos culturales, sociales, placenteros, de manera inmediata y a muy bajo costo. Estamos frente a nuevas instituciones socializadoras, ante “nuevas formas de comunicación, de construcción de un "yo" y de un "nosotros". Construcciones que se realizan de manera dialógica con un otro” (Prado 2013). Las pantallas promueven espacios de participación y expresión como el chat, Facebook, YouTube, entre otros; además, posibilitan la conexión de las personas desde su casa a cualquier lugar de la ciudad; así el espacio doméstico se convierte en un amplio territorio virtual donde todo llega sin necesidad de salir.

Internet se constituye en una gran pantalla abierta al mundo, con acceso a relatos de vida ajena, una transmisión en vivo, sin interrupción y con la posibilidad de repetición.

Las personas tienen dentro de estos espacios la posibilidad de publicar lo que deseen, con poco esfuerzo, bajo costo, audiencia potencial, sin restricciones ni censuras. Por otro lado, las audiencias cumplen un papel esencial para los adolescentes, ya que constituyen el espacio desde el cual son reconocidos, visibilizados; constituye un motivador básico en la construcción de los espacios mediáticos, donde el autor se expone, habla de sí mismo, de sus proyectos, emociones, la imagen que desean transmitir. Por ello, se preocupan en diseñar estos espacios en función de su audiencia imaginada, de manera que lo que publican sea agradable para ellos; integran los contenidos con el afán de atraer miradas, provocar reacciones, valoraciones estéticas, escogiendo los contenidos que les ayuden a generar la mejor respuesta emocional. Las audiencias ya no son masas estables, fieles, se fragmentan, se reconfiguran a gran velocidad y de forma constante, por lo que se deben encontrar nuevas formas de mantenerlos atentos y activos. Antes esto, es básico la permanente actualización de su Facebook para mantener la atención de su público, impresionarlo, donde la cantidad de visualizaciones del perfil, está dada por la cantidad de *likes* o comentarios, lo que habla de alguna manera de su éxito o fracaso.

8. Definición de la adolescencia

Llegar a una definición de la adolescencia es un tema complicado ya que depende, por un lado de la madurez física, emocional y cognitiva, la que está condicionada a la manera en que cada individuo experimenta este período. Partir del inicio de la pubertad, tampoco se constituye en una referencia, pues el inicio de la misma varía entre géneros y personas. Otro agravante está dado por la variación de leyes en los países para establecer la edad mínima para realizar actividades consideradas propias de los adultos (UNICEF 2011, 12). Si bien no existe una definición de adolescencia aceptada internacionalmente, consideraremos los parámetros establecidos por las Naciones Unidas en cuanto a edad: “los adolescentes son personas con edades comprendidas entre los 10 y los 19 años; es decir, la segunda década de la vida” (UNICEF 2011, 10). Pero más allá de estos parámetros biológicos, legales o sociales, entendemos a la adolescencia como una etapa caracterizada por la búsqueda de su ser y estar en el mundo. En esta edad, los amigos son esenciales, no solo porque establecen sus círculos de socialización y pertenencia, sino porque se constituyen en espejos, audiencias que los reconocen constantemente.

Tapscott, considera que esta generación de jóvenes como la Generación –N, personas “excepcionalmente curiosa, segura de sí misma, crítica, inteligente, enfocada, capaz de adaptarse, con alta autoestima y una orientación global” (Tapscott 1998, 193). Además de tener una gran facilidad para el manejo de las herramientas digitales, son independientes, aceptan la diversidad, adoptan un papel activo en la búsqueda y creación de la información, se exponen a sí mismos y revelan sus pensamientos más íntimos en internet, tienen un carácter innovador, creativo, investigador; además, se mueven en la inmediatez, esperan que las cosas sucedan rápidamente porque es así como suceden en el mundo actual (García, Gétrudix, y otros 2011, 113-114). Producto de la naturaleza visual, auditiva y kinestética de las TIC, estos sujetos son activos, visuales, propensos al intercambio, emprendedores, abiertos al cambio, a nuevos comportamientos, relaciones sociales, estilos de vida, dejando de lado los prejuicios morales (Ferreiro 2006, 77).

Los adolescentes están en una etapa de permanentes cambios, donde la construcción de su identidad está en continua negociación con los adultos, sus pares y ellos mismos. Este dinamismo que los caracteriza, es recreado por la web y vivenciado en la construcción de su identidad en su cotidianidad; su relación cara a cara con sus pares, prácticamente la misma que experimentan con su perfil en Facebook: estar siempre actualizados, visibilizarse, recibir comentarios y reconocimiento por parte de sus audiencias. De esta manera, tanto espacios *offline* como *online*, permiten un intercambio que les lleva a definir quiénes son, como están y adaptarse para agradar a los demás. Internet les permite “inventarse identidades, experimentar identidades, pasarse ratos de cháchara sobre cualquier cosa, siempre que pueden, crear una contracultura propia de experimentación identitaria” (Castells 2000, 1). Estamos frente a una reorganización de los procesos de socialización, diferentes formas de gestionar las relaciones, de cómo mostrarse frente a los otros. Martín Barbero, plantea que los jóvenes dependen actualmente de la conexión o desconexión con los aparatos, de una cultura tecnológica absorbente, facilista, instantánea e inmediata, donde las redes audiovisuales marcan los nuevos espacios e intercambios urbanos. Podemos observar entonces que “estamos ante la formación de comunidades hermenéuticas que responden a nuevos modos de percibir y narrar la identidad, y de la conformación de identidades con temporalidades menos largas, más precarias pero también más flexibles, capaces de amalgamar, de hacer convivir en el mismo sujeto, ingredientes de universos culturales muy diversos (Martín-Barbero 2014, 10).

Las nuevas tecnologías promueven espacios de vinculación, de encuentro, cuyo propósito es generar una relación, tener una excusa para reunir a un grupo tras la misma pantalla. Esto ha dado lugar a culturas juveniles centradas en los sentimientos, en el “cultivo de la experiencia íntima, en la entrega al presente inmediato, en la búsqueda de la expresión estética y la creencia mágica en el poder del amor [...] lo importante para la nueva cultura no es la opulencia económica sino el disfrute del propio cuerpo; del individualismo de los padres se habría pasado al narcisismo de los hijos” (Álvarez y Varela 2009, 10). Esto da paso a una cultura de la identidad, reforzando los sentimientos de omnipotencia del yo, donde la vida social existe solo para reforzar esa imagen narcisista, la misma que necesita ser validada por la mirada del otro. Se vuelve imperioso para el adolescente ante este escenario crear estrategias dirigidas a agradar y seducir al otro en miras a alcanzar ese reconocimiento anhelado, donde quedarse en la invisibilidad implica no existir. Estas subjetividades dependientes del otro constituyen nuevos modelos de pensar, actuar, valorar las acciones. El papel del otro, si bien siempre ha sido importante para la constitución del Yo, cobra mayor relevancia en los escenarios actuales, volviéndose esencial para la definición de lo que cada uno es y sobre todo, de cuánto vale. Esto se magnifica con la ayuda de las tecnologías digitales de comunicación, que permiten una interacción constante con el otro y su consiguiente reconocimiento.

9. La mirada del otro como referente para las subjetividades adolescentes.

Facebook se constituye en el escenario propicio para que refuerce el relacionamiento del sujeto con sus pares, donde el contacto traspasa las fronteras de lo físico. Sus pares, son los encargados de legitimar los contenidos, historias que se publican en sus perfiles, son quienes validan la personalidad del autor, lo reconocen. Se posibilita un espacio de reflexión y aprendizaje en dos direcciones, por un lado sobre ellos mismos, se cuestionan quienes son y quienes quieren ser, y por otro en cómo quieren ser vistos por los demás, “que piensan en las audiencias, en cómo presentarse ante ellas y en la imagen que les gustaría que recibieran de ellos. En definitiva, piensan en cómo quieren que los demás los vean” (Morduchowicz 2012, 46). Además, en esta interacción aprenden a socializar, incorporan normas, prueban la validación y reprobación, se construyen por parte de los mensajes de los otros. La validación de la personalidad que se da en estos espacios, esta mediada por un culto a la imagen, la popularidad, por ello la búsqueda incesante de aprobación, que sus lectores se identifiquen con ellos y los admiren.

Facebook se estructura como una casa de vidrio, abierto a las miradas ajenas, donde se pone en escena el juego de las apariencias. Por ello, el interés de atraer miradas ajenas que puedan valorizar su imagen; estamos ante el show del Yo: “se trata de convertir a la propia intimidad en un espectáculo y a la personalidad en una criatura orientada hacia las miradas ajenas, como si los otros constituyeran la audiencia de un espectáculo capaz de legitimar que el protagonista de ese show de hecho existe, y que ese yo es alguien” (Sibilia 2009, 328). Las subjetividades se construyen entonces producto del torrente discursivo donde el yo se relaciona, donde los sujetos participan no solo como autores, sino como lectores y espectadores.

Facebook se convierte en un espacio de inclusión y exclusión, ya que el ser visibles para el resto se convierte en algo prioritario para la validación social. El estar conectado y activo en una red social se convierte en un reflejo, espejo que construye, un lugar de encuentro en el que veo y me ven, donde mostrarse atractivos, deseables en tiempo real, inmediato, es la clave para ser visibles, actualizados y sentirse incluidos dentro del grupo, ya que se constituye en el espacio por excelencia donde están todos, y el ser visto por sus amigos confirma su imagen y ayuda en la construcción de su identidad. Lamentablemente esta mirada ajena tiene dos caras, puede llegar a valorar pero al mismo tiempo desprestigiar a la persona, dando lugar, por ejemplo, el *ciberbullying*. Esto se facilita actualmente gracias a los *smarthphones*, que a pesar de su corta existencia, están al alcance de la mayoría, y permiten tener acceso permanente a las redes sociales, promoviendo una conexión permanente y mayor visibilidad gracias a las cámaras incorporadas. Estamos frente a sujetos que definen su yo en función de la imagen reconocida por el otro, frente a “un tipo subjetivo que desea ser amado y deseado, que busca desesperadamente la aprobación ajena y, para lograrlo, intenta tejer contactos y relaciones íntimas con los demás” (Sibilia 2009, 312).

Se vuelve imprescindible la atención permanente de su audiencia, así, “suelen pensar que su presuntuoso yo tiene derecho a poseer una audiencia. Y a seducir ese público se dedican todos los días, con sus relatos, fotos y videos de tono intimista y cotidiano, donde el protagonista exclusivo es siempre el mismo: yo [...] todo lo que es debe ser visto para poder realmente ser” (Sibilia 2009, 313). De esta manera, cada uno es lo que muestra de sí mismo. Este nuevo yo, mediante la auto-estilización y auto-exhibición, busca acceder a la popularidad, anhelada en las zonas interactivas de internet, por redes sociales como Facebook, donde puede acceder, a espacios de reconocimiento social o de pertenencia.

10. Socialización en las redes sociales

Internet ha producido nuevos patrones de interacción social, permitiendo la socialización independientemente del lugar donde uno se encuentre. Castell sostiene, en base a investigaciones realizadas en Canadá y Estados Unidos, que en la vida cotidiana, las personas tienen no más de seis lazos íntimos de relación fuera de la familia, y cientos de lazos débiles. Internet es apta para crear y desarrollar lazos débiles, y excelente para mantener y reforzar aquellos lazos fuertes que ya existen a partir de la relación física. Castells cita las investigaciones de Wellman para meditar sobre la influencia de internet en otras sociabilidades; encontró lo que llama, "cuanto más, más", es decir, "cuánto más red social física se tiene, más se utiliza internet; cuanto más se utiliza internet, más se refuerza la red física que se tiene" (Castells 2000, 1). Así la fuerte sociabilidad física se traslada a lo virtual, y en el caso de personas con débil sociabilidad, internet podría tener algunos efectos compensatorios, ayudarles a salir del aislamiento relativamente.

Se da entonces un efecto acumulativo de la sociedad física y la sociabilidad virtual, el que se refuerza cuando dentro de la comunidad virtual que se genera, sus miembros se relacionan en pos de intereses comunes, cuando se da un sentimiento de pertenencia. Así, internet fortalece las relaciones sociales en lugar de imposibilitarlas, constituye un soporte tecnológico para hacerlo. Se produce un nuevo escenario que trasciende el cuerpo físico para interactuar con los otros y construir así nuestra identidad. Como dice Gil, "las nuevas tecnologías posibilitan el hecho de pensar la identidad no ya como una esencia o estructura psíquica contenida en los límites de nuestro cuerpo, sino como construida mediante estrategias contextuales mediatizadas por las interacciones con los otros" (E. Gil 2002, 1). Lo subjetivo se construye, por las interacciones y mediatizado por la tecnología.

Los jóvenes buscan por esencia vincularse con sus pares, por ello utilizan las nuevas tecnologías como una herramienta fundamental de relación. Están más preocupados por la imagen que proyectan a los demás y las relaciones que crean y mantienen en estos espacios, que por la tecnología como instrumento, más bien la utilizan "para mantener las relaciones que ya tienen cara a cara y para transformarlas, a menudo incluso para profundizar en ellas, de manera que las convierten en relaciones más íntimas y más sinceras" (Gil, Feliu, y otros 2003). Así se convierten en "un espacio que anula la distinción entre relaciones virtuales y relaciones presenciales, las nuevas

tecnologías virtualizan las relaciones físicas y convierten las relaciones físicas en virtuales” (Gil, Feliu, y otros 2003).

11. Sentido de pertenencia en las redes sociales

Estamos frente a una nueva cultura digital, y para entenderla, no debemos limitarlos al uso de la conexión, sino a las relaciones que se generan, a los espacios de encuentro propios, que como menciona Gil, se vuelven imprescindible para los adolescentes, pues en ellos se produce “un sentido renovado de colectividad: sin los compañeros, sin el grupo de juego, sin los participantes de los chats, sin los amigos, sin relación, en definitiva, ni las tecnologías ni el tiempo de ocio tienen sentido” (Gil, Feliu, y otros 2003). Estas nuevas tecnologías de relación permiten comprender de qué manera los adolescentes construyen colectivamente su identidad. Los adolescentes, tienen marcados sus áreas de interés, las mismas que determinan sus espacios de pertenencia. Sumado a esto, el pensar críticamente en lo que escriben e incorporar las respuestas de sus audiencias influye en su forma de ser y pensar, el recibir comentarios genera inclusión, pertenencia.

Hablar de ellos en estos espacios les permite tener validación social, adquirir control sobre sí mismos, clarificar y explicitar lo que sienten y piensan, ejercer la autoexpresión y desarrollar vínculos sociales. Facebook les permite justamente probar su personalidad frente a los otros para ser aceptados socialmente, fortalecer su autoestima, crear un sentido de pertenencia. El acceso a internet agudiza las brechas sociales, la exclusión social, y así el sentimiento de pertenencia. Así, el hecho de tener acceso a Facebook, implica un posicionamiento social, el ser reconocidos y aceptados por sus pares. El solo hecho de disponer de un aparato que les permita estar conectados, constituye signos de inclusión o exclusión, y define la pertenencia o no al grupo; además, “actúan en la construcción de la estima y valoración de las personas: se mide el grado de popularidad y aceptación con la cantidad de amigos que tienen en redes sociales, los "me gusta" que alcanzó alguna publicación o las veces que fue compartida. Estas nuevas acciones construyen la subjetividad del chico o chica en la sociedad de hoy” (Prado 2013).

Estamos frente a una nueva forma de exclusión, ligada a la pertenencia que define la existencia en la sociedad, por ello la necesidad imperiosa en los adolescentes de pertenecer a alguna red social en internet, no solo por la novedad, sino porque se convierte en una puerta de entrada para ser alguien en el grupo. El no tener acceso a internet, puede ser vivido como una condena a la invisibilidad total, por ello buscan la

forma de estar de alguna manera siempre conectados. A esto se suma la importancia de estar en contacto con sus amigos mediante esta red, pues son ellos quienes legitiman y validan sus contenidos, su personalidad. Por eso, es básico elegir los contenidos, saber que contar, publicar temas que sean atractivos para su audiencia. En estos espacios se interrogan sobre quiénes son y quienes quieren ser. Necesitan de los demás para construir su identidad, reflexionan sobre lo que incluyen, omiten, la forma en la que narran, por eso generan cambios continuos en su perfil, como también lo hacen en su cotidianidad como autor: reflexiona en lo virtual y lo pasa a lo real. Se sobreentiende la relación humana como conexión, no se habla de comunicarse, ni de informarse, sino de estar “conectado” y “en contacto”. La falta de contacto, reconocimiento, puede dar paso a la ansiedad cultural, al no sentirse contactado.

12. Importancia de Facebook en los adolescentes

Facebook influye en la construcción de la identidad y autoestima en los adolescentes, ya que se vuelve un espacio de validación social donde el otro, su audiencia, puede confirmar una imagen positiva o relegarlo, afectar su buena reputación. Tener un perfil les da visibilidad, lo que les permite comunicarse con otros; de esta manera el estar desconectado es de cierto modo volverse invisible. Además, recibir la atención de su audiencia, mediante un *like* o comentarios, se convierten en elementos claves para validar su personalidad e imagen. Esta red social además, les permite sentirse más cómodos al momento de comunicarse que hablando personalmente; se animan a decir cosas, expresar sus emociones, se vuelven menos tímidos y más atrevidos. Por otro lado, la identidad de los adolescentes está en constante transformación, por ello en su perfil buscan siempre actualizarlo, “construyen su ida y vuelta permanente entre lo que escriben ellos y los comentarios de sus lectores” (Morduchowicz 2012, 43). Van cambiando su contenido para que los otros sepan cómo son y cómo están, aprendiendo quiénes son y quienes quieren ser, en función de la relación que se produce con los demás; aprenden como deben presentarse para obtener la respuesta que esperan de sus audiencias y la imagen que les gustaría que recibieran de ellos, piensan en cómo quieren que los demás los vean.

Esta red social, se convierte además en un diario lúdico, gráfico, donde se puede visualizar el crecimiento personal, atesorar recuerdos o experiencias vividas. Permite además recrear y de cierta manera guardar lo que hacen en el contacto real con sus amigos. Así, esa vida virtual se convierte en una extensión y registro de la vida *offline*. Facebook permite mostrar la manera en la que el cuerpo pasa a ser un cuerpo social de

espectáculo público, donde la vida se estructura como un relato, sea escrito, audiovisual o multimedia. Así se va delineando el cuerpo que se debe mostrar a la sociedad. Además, el dominio y naturalidad con la que los adolescentes vivencian esta herramienta, les permite separarse del mundo adulto, establecer nuevos espacios de diferenciación y poder, tener un espacio en donde puedan establecer su independencia y autonomía respecto de ellos, y convertirse a su vez en únicos y diferentes.

Concluyendo, Facebook les permite satisfacer una serie de necesidades, pueden socializar y reforzar sus lazos de pertenencia, ser reconocidos y aceptados por sus pares, sentirse parte de algo, incluidos, fomenta la creatividad, les permite llegar a ser visibles para influir de alguna forma en los demás, estar cerca de sus amigos y sentirse acompañados, acortar distancias, tener su diario de vida. En definitiva, construir y reforzar sus vínculos sociales, que son parte esencial para la constitución de su sí mismo, de su identidad del Yo.

Capítulo segundo

Nueva escena comunicacional e imagen de sí mismo en los adolescentes

Para entender la construcción de la imagen de sí mismo, nos limitaremos a cuatro corrientes de pensamiento, complementarias entre sí, que consideran a un sujeto en construcción, dinámico, flexible, que se estructura como ser social, cultural e histórico, en función de su interacción con el otro. Esto permitirá tener una visión más integral y ajustada a la nueva escena comunicacional que ha dado lugar la incorporación de las TIC en la cotidianidad de los jóvenes. Iniciaremos revisando las concepciones de Foucault sobre el sentimiento de sí y las tecnologías del yo, para continuar con los conceptos de Braunstein, quien nos habla de un Sujeto que se construye de manera dialógica, en el discurso con el otro semejante y el gran otro; dentro de esta perspectiva, la cultura define la forma de ser y de relacionarse del sujeto con la sociedad y los otros; se da lugar a una relación e imagen especular, donde el sujeto espera ser reconocido por el otro.

Posteriormente revisaremos el trabajo de Goffman, quien utiliza la metáfora teatral de la puesta en escena a la vida cotidiana, para ejemplificar la forma en la que el individuo actúa y cambia de personaje para controlar la impresión que los otros reciban de él en determinada situación. Las personas así van escogiendo los aspectos que van a presentar u ocultar, así, “una misma persona tiene conductas variables según los contextos de interacción social y sobre todo en los contactos cara a cara. En esa interacción se presenta la influencia recíproca de cada uno sobre las acciones del otro; hay un actuar para el otro” (Marcús 2011). Finalmente revisaremos el trabajo de Sibilía enfocado a la Sociedad del espectáculo y la espectacularización de la intimidad, los que nos permitirá entender con mayor claridad el papel que juegan las nuevas tecnologías, especialmente aquellas que permiten y fomentan una mayor exhibición de los sujetos, visibilidad y reconocimiento, dando lugar a las subjetividades alterdirigidas como nuevas formas de construcción del sujeto dependientes de la aprobación de la mirada ajena.

1. El sí mismo y las tecnologías del Yo: Michel Foucault

Foucault parte de las diferentes maneras en las que durante la historia, los sujetos han desarrollado un saber sobre sí mismos, para lo cual define cuatro tipos de tecnologías:

1) tecnologías de producción, que nos permiten producir, transformar o manipular cosas; 2) tecnologías de sistemas de signos, que nos permiten utilizar signos, sentidos, símbolos o significaciones; 3) tecnologías de poder, que determinan la conducta de los individuos, los someten a cierto tipo de fines o de dominación, y consisten en una objetivación del sujeto; 4) tecnologías del yo, que permiten a los individuos efectuar, por cuenta propia o con la ayuda de otros, cierto número de operaciones sobre su cuerpo y su alma, pensamientos, conducta, o cualquier forma de ser, obteniendo así una transformación de sí mismos con el fin de alcanzar cierto estado de felicidad, pureza, sabiduría o inmortalidad (Foucault 1981, 48).

Estas tecnologías, si bien están asociadas a un lugar particular de dominación, casi nunca funcionan de modo separado, “cada una implica ciertas formas de aprendizaje y de modificación de los individuos, no sólo en el sentido más evidente de adquisición de ciertas habilidades, sino también en el sentido de adquisición de ciertas actitudes” (Foucault 1981, 48-49). Las tecnologías del yo, se enfocan en la “interacción entre uno mismo y los demás, así como en las tecnologías de la dominación individual, la historia del modo en que un individuo actúa sobre sí mismo” (Foucault 1981, 49). El autor hace un recorrido por el mundo griego y el cristianismo para entender el concepto de sí mismo. En un principio, los griegos dieron peso a “el cuidado de sí”, “el sentirse preocupado, inquieto por sí”. Así, el principio moral prevaleciente de la época era el “Conócete a ti mismo”, esto implicaba a su vez, no suponerse un Dios (Foucault 1981, 50-51). Pero la tradición de la moralidad cristiana, relega la preocupación de sí mismo, convierte la renuncia de sí en principio de salvación. Así, “en la cultura grecorromana el conocimiento de sí se presentaba como la consecuencia de la preocupación por sí. En el mundo moderno, el conocimiento de sí constituye el principio fundamental” (Foucault 1981, 54)

Partiendo del “ocuparse de sí mismo”, Foucault define al sí mismo de la siguiente manera: “el sí es un pronombre reflexivo y tiene dos sentidos. Auto significa «lo mismo», pero también implica la noción de identidad” (Foucault 1981, 58). Esto implica una preocupación centrada no en el cuerpo, sino en el examinar el alma:

cuando uno se preocupa del cuerpo, uno no se preocupa de sí. El sí no es el vestir, ni los instrumentos, ni las posesiones. Ha de encontrarse en el principio que usa esos instrumentos, un principio que no es del cuerpo sino del alma. Uno ha de preocuparse por el alma: ésta es la principal actividad en el cuidado de sí. El cuidado

de sí es el cuidado de la actividad y no el cuidado del alma como sustancia. La segunda pregunta es: ¿cómo debemos cuidar este principio de actividad, el alma? ¿En qué consiste este cuidado? Uno debe saber en qué consiste el alma. El alma no puede conocerse a sí misma más que contemplándose en un elemento similar, un espejo. Así, debe contemplar el elemento divino. En esta contemplación divina, el alma será capaz de descubrir las reglas que le sirvan de base únicamente para la conducta y la acción política [...] El cuidado de sí consiste en el conocimiento de sí. El conocerse a sí mismo se convierte en el objeto de la búsqueda del cuidado de sí (Foucault 1981, 59).

Resulta entonces primordial el papel del otro, que a manera de espejo, permite contemplar el alma y de esta manera, llegar al conocimiento y cuidado de sí mismo. Otro elemento importante para esta cultura del cuidado de sí, y que a su vez, implica la presencia del otro, está dado por la escritura, “una de las características más importantes de este cuidado implicaba tomar notas sobre sí mismo que debían ser releídas, escribir tratados o cartas a los amigos para ayudarles, y llevar cuadernos con el fin de reactivar para sí mismo las verdades que uno necesitaba” (Foucault 1981, 62). De esta manera el acto de escribir intensifica la experiencia de sí, la introspección, donde el sujeto describe su vida cotidiana, lo que se piensa, lo que se vive, lo que se hace. Esta importancia del acto de escribir, presente en los siglos I y II, se mantiene en la modernidad, en donde el diario íntimo era el guardián de esos secretos y vivencias que se plasmaban en el papel. En la posmodernidad en cambio, las personas siguen escribiendo, pero dentro de otros espacios y con un componente adicional, la interacción, ya que en las redes sociales pueden hablar de sí mismos, y esperar que el otro, cual espejo, devuelva una mirada que construye al sujeto.

Esto además se refuerza por la preocupación creciente por el cuerpo, por su cuidado permanente de la salud, de cierta manera convertirse en médico de sí mismo; enfocándose ya no tanto en el alma, en la preparación para la vida adulta o la otra vida, sino en la realización completa de la vida. Este cambio de enfoque del alma al cuerpo, lleva al sujeto a su vez a comprometerse a una verbalización permanente con sus pensamientos, esperando encontrar en el otro, consejo, retroalimentación, reconocimiento que permita la revelación del yo, aunque esto implica a su vez la renuncia al propio yo (Foucault 1981, 93). Pues al esperar una respuesta del otro, al seguirlo, estar a merced de sus comentarios, su interacción, se está renunciando al deseo y al yo propios. Todo esto se produce en el Facebook, pues los adolescentes están a la espera de la aprobación del otro, por ello buscan la forma de hacerse visibles, responder a los parámetros y códigos compartidos por sus pares y que deben plasmarse

en sus perfiles, pudiendo llegar a relegar a su yo propio, en función de lo que considera debe publicar, escribir para agradar a su audiencia.

2. Construcción del Sujeto en la cultura y el lenguaje: Néstor Braunstein

Para entender la forma en la que el sujeto define su identidad debemos partir del papel de la cultura en la construcción e interrelaciones del ser humano. El lenguaje, los signos y señales, encierran elementos culturales que influyen en los comportamientos sociales. Geertz concibe la cultura como un concepto semiótico, partiendo de las ideas compartidas con Max Weber, entendiendo que: *“el hombre es un animal inserto en tramas de significación que él mismo ha tejido, considero que la cultura es esa urdimbre y que el análisis de la cultura ha de ser por lo tanto, no una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significaciones”* (Yubero 2010). Geertz define la cultura como un sistema de símbolos, en función del cual los sujetos dan significación a su propia existencia, “estos sistemas de símbolos -creados por el hombre, compartidos, convencionales y aprendidos- suministran a los seres humanos un marco significativo dentro del cual pueden orientarse en sus relaciones recíprocas, en su relación con el mundo que los rodea, y en su relación consigo mismos” (García Amilburu 1998).

La cultura denota la transmisión de concepciones heredadas y expresadas en formas simbólicas por medio de las cuales las personas se comunican, perpetúan o desarrollan su conocimiento y actitudes ante la vida. Debemos entonces considerar que "todo el quid de un enfoque semiótico de la cultura consiste en ayudarnos a lograr el acceso al mundo conceptual en el cual viven otros sujetos, de suerte que podamos, en el sentido amplio del término, dialogar con ellos" (García Amilburu 1998). Esto nos lleva a entender que cada sociedad da significado a su realidad, crean sus propios mecanismos para orientarse en su mundo, sus expresiones sociales, sus sistemas de símbolos que se construyen históricamente, y son socialmente mantenidos e individualmente aplicados; de esta manera, la cultura cumple un papel preponderante en la construcción de la vida colectiva e individual, pues: “llegar a ser humano es llegar a ser un individuo, y llegamos a ser individuos guiados por esquemas culturales, por sistemas de significación históricamente creados, en virtud de los cuales formamos, ordenamos, sustentamos y dirigimos nuestras vidas" (García Amilburu 1998).

La cultura brinda al sujeto un lugar bien definido, determinando los parámetros bajo los cuales se deben entablar las relaciones con el país, la familia, el objeto amoroso, las tecnologías, etc. De esta manera, puede regular los vínculos sociales, para

así poder vivir en comunidad. Se trata entonces de buscar un equilibrio entre las demandas individuales, que darían felicidad y las exigencias culturales de la masa. Así, la cultura en su afán de reunir, abarcar a la humanidad, pretende congrega a los individuos aislados, en una gran unidad, la humanidad. La cultura ejerce un poder muy importante en el sujeto y en su interrelación con los otros, define la forma de ser y de relación, aun a costa del propio sujeto, de sus deseos, pulsiones, individualidad. Hoy en día por ejemplo, la cultura presenta un discurso posmoderno, basado en las tecnologías, y de esta manera va delimitando la forma en la que el sujeto debe ser: actuar, pensar y sentir.

El ser humano viene a nacer dentro de un discurso que lo predetermina, le da un lugar, un nombre, una relación de parentesco y pertenencia a un grupo. La identidad de este “nuevo sujeto” depende entonces del reconocimiento del otro, del circuito continuo de afirmación y validación en el otro humano, que lo ubica dentro de una estructura familiar y social. Este sujeto se va constituyendo a nivel personal y social, a partir de la incorporación de normas y comportamientos, producto del intercambio con sus iguales. El sujeto es producto entonces de una coyuntura histórica, familiar, ideológica, política y económico-social dada, respondiendo a los requerimientos emitidos por la estructura social y ejecutada por las instituciones, por los Aparatos Ideológicos del Estado.

Estas relaciones entre el sujeto, sus pares, y la estructura social, se va construyendo, son dinámicas, de esta manera, si un elemento relacional cambia, toda la interacción también lo hace. Este ser humano, se construye entonces en base a las interacciones con los otros: familia, amigos, historia, sociedad, de los diferentes discursos: sociales, políticos, ideológicos, y se vale de distintas instituciones para legitimarse y perpetuarse. El sujeto entonces, “es ‘hablado’ por el lugar de sujeto ideológico que ha venido a ocupar (...) habla desde esa imagen especular donde se reconoce a sí mismo y donde espera ser reconocido por el otro humano” (Braunstein 2002, 76). Entonces, más allá de ese otro, semejante con el que se relaciona, el sujeto se debe al gran otro, llámese, cultura, sociedad, ley o lenguaje. De esta manera, se encuentra “sujetado al discurso del Otro antes de ser autor de un discurso que lo representa ante el otro” (Braunstein 1988, 175). En conclusión, el sujeto se constituye en función del discurso y su interrelación con el otro/ Otro, dentro del circuito de intercambio donde va incorporando normas y comportamientos, además de necesitar del reconocimiento para existir, el que solo puede venir del otro. De esta manera,

la representación de individuo se constituye fuera de sí, en un espacio virtual que es el de la mirada del otro (diremos que el espejo muestra al infante lo que pasa detrás de la córnea del ojo del otro, su semejante) y por identificación con el otro (puesto que el sujeto se ve a sí mismo desde ese ojo ajeno). Pudiendo entonces hipotéticamente enunciar: ‘yo soy lo que tú miras y reconoces como siendo yo; por eso es desde ese lugar de tu interior que te hablo’ (Braunstein 2002, 114)

Llegamos a entender bajo esta perspectiva a la interioridad psicológica como una construcción histórica y cultural, que abarca las experiencias personales, elementos comunes que comparten algunos sujetos, a nivel singular, particular y universal. La identidad se construye así en base a imágenes a manera de espejo, ya que somos seres sociales. Debemos entonces considerar que

la imagen que tenemos de nosotros mismos no es ajena a la que nos devuelven los demás en las interacciones que mantenemos con ellos, de modo que nuestros itinerarios personales están indisolublemente unidos a los circuitos sociales en los que nacemos y nos movemos, a las instituciones por las que pasamos y en las que nos socializamos, a los gustos y consumos que ponemos en práctica, a las acciones e interacciones con las que contribuimos para bien o para mal, a conformar un determinado tipo de sociedad (Alvarez y Varela 2009, 13).

Los adolescentes se encuentran en una etapa donde la relación con sus pares, define la forma en la que deben representarse ante ellos para primero lograr ser vistos, reconocidos y aceptados por ellos, alcanzando finalmente una posición que los magnifique y de alguna manera les permita resaltar ante sus pares pero sin llegar a desencajar. El otro semejante, representado por sus amigos y los amigos de sus amigos que pueden acceder a su perfil de Facebook, es quien a manera de espejo le devuelve al sujeto una imagen de sí mismo, preferentemente positiva, la que incorpora en su interioridad psíquica para ir construyendo la identidad con la que busca ser identificado por sus pares.

3. La identidad del Yo: Erving Goffman

Para entender la conceptualización de identidad de Goffman, nos basaremos en su obra *Estigma: La identidad deteriorada*. Un estigma, hace referencia a la “situación del individuo, inhabilitado para una plena aceptación social” (Goffman 2006, 7). Bajo esta óptica, no podemos dejar de considerar la importancia de la definición social del sujeto, ya que es justamente el medio social el que establece las categorías a las cuales las personas deben adaptarse, para ser consideradas normales y no ser estigmatizadas. El autor establece tres tipos de identidades: identidad social, identidad personal, identidad del Yo. La identidad social, surge del intercambio social permanente con los otros, en donde, producto de las apariencias, llegamos a catalogar a las personas de

determinada manera en base a supuestos, las dotamos de una identidad social virtual, la misma que puede acoplarse o distanciarse de la identidad social real que habla de los atributos que verdaderamente le pertenecen a la persona.

La identidad personal se relaciona con el supuesto de que “el individuo puede diferenciarse de todos los demás, y que alrededor de este medio de diferenciación se adhieren y entrelazan, como en los copos de azúcar, los hechos sociales de una única historia continua, que se convertirá luego en la melosa sustancia a la cual pueden adherirse aún otros hechos biográficos” (Goffman 2006, 73). Esta identidad personal no es estática, se va construyendo, inscribiendo en la historia de cada sujeto producto de la interacción con los demás. El concepto de identidad del Yo, hace referencia a Erikson, quien la definió como el “sentido de identidad”, “sentido de ser el mismo” que experimenta el sujeto. Permite entender al sujeto desde la conciencia de lo que es, como resultado de lo que fue y de lo que será. Es una máquina organizadora de la experiencia individual (Béjin 2006, 17-18). Esta identidad hace referencia al “sentido subjetivo de su propia situación, continuidad y carácter que un individuo alcanza como resultado de las diversas experiencias sociales por las que atraviesa” (Goffman 2006, 126).

Tanto la identidad social como la personal se forman frente a las expectativas de los otros respecto al individuo, en cambio, la identidad del yo es, “una cuestión subjetiva, reflexiva, que necesariamente debe ser experimentada por el individuo cuya identidad se discute” (Goffman 2006, 126). La identidad desde esta perspectiva se definiría como ser uno mismo, sostener lo que me es propio llegando a crear una unidad entre la identidad personal y la identidad social. Ambas identidades interactúan en el desarrollo y se integran. El desarrollo psicosocial desde el punto de vista evolutivo, da lugar a identidad, considera las fuerzas biológicas, psicológicas y sociales en un proceso que se ubica en el núcleo del individuo así como de su cultura comunal. El identificarse hace referencia a las características que la persona desea incorporar como parte de su identidad: “la naturaleza de un individuo, tal como él mismo y nosotros se la impusimos, es generada por la naturaleza de sus afiliaciones grupales” (Goffman 2006, 135).

Estas tres identidades, se van construyendo con sus respectivos matices en el devenir diario del sujeto, entre imaginarios y realidades que finalmente llegan a brindar una imagen a partir de la cual el sujeto se relaciona, interactúa, buscando ser aceptado y reconocido por sus pares, como alguien valioso, destacable, eludiendo a toda costa

llegar a ser identificado como estigmatizado, ser desacreditado. Para entender de mejor manera la dinámica que se da en los adolescentes respecto a estas identidades, especialmente la social y personal que son las que se van delineando en su cotidianidad, y su relación con Facebook, vamos a profundizar en la forma como se estructura cada uno y las subjetividades que se van construyendo en estos espacios.

La identidad social se define en función de su relación con los otros, sea en base a supuestos, apariencias, identidad social virtual, o a realidades palpables, que generalmente se construyen en la interacción continuada, interacción social real. Cuando los supuestos sobre los que se construye esta identidad social llegan a producir un efecto de descrédito en el sujeto, usualmente en base a estereotipos, se convierten en estigmas. El término estigma conlleva una doble perspectiva, por un lado implica que su calidad de diferente es conocida o evidente, en cuyo caso la persona está en posición de desacreditado; y por el otro, esta calidad no es conocida ni perceptible inmediatamente por las personas que lo rodean, en cuyo caso la persona está en la posición de desacreditable. Bajo esta perspectiva, todos los seres humanos podemos llegar a ser estigmatizados de alguna manera, pues el estigma no se vincula solo a deformidades físicas o defectos de carácter (falta de voluntad, deshonestidad, perturbaciones mentales, adicciones, intentos de suicidio, desempleo etc.), sino que existen también estigmas tribales de la raza, la nación, edad y la religión; todos en algún momento podemos llegar a ser desacreditables al no responder a los modelos de normalidad que se establecen en el espacio donde nos relacionamos.

Todos estos estigmas, conservan un mismo rasgo psicológico: “un individuo que podía ser fácilmente aceptado en un intercambio social corriente posee un rasgo que puede imponerse por la fuerza o nuestra atención y que nos lleva a alejarnos de él cuando lo encontramos, anulando el llamado que nos hacen sus restantes atributos” (Goffman 2006, 15). De cierta manera, se deshumaniza a las personas que tienen algún estigma, creando una ideología de inferioridad discriminatoria, ante lo cual, el sujeto llega a protagonizar un papel específico dentro de la sociedad, para ocultar o manejar su “defecto”, para así ser aceptado; así, el sujeto se ve envuelto en la lucha por la conversión de su estigma, lo que trae consigo una transformación del yo, utilizando distintos mecanismos defensivos para ocultar su deficiencia.

Ante este panorama, las personas buscan la forma de adaptarse para responder a lo que se espera de ellos dentro del contacto social, pues se nutren de la retroalimentación que les da el intercambio social cotidiano con los demás. Existen

rasgos socialmente estandarizados respecto a conductas y su naturaleza como modelo, por ejemplo la categoría adolescente, quienes deben adaptarse a las exigencias del espacio social, marcado por dos grandes espacios, cada uno con sus propias expectativas sobre él; por un lado el mundo adulto que lo estereotipa, donde se vuelven fácilmente desacreditados, y por sus pares, quienes los reconocen y aceptan como uno de ellos, ubicándose en la posición de desacreditable. Esta división de espacios, lleva al adolescente a adoptar distintas máscaras, roles respecto a su audiencia para así, poder responder de mejor manera a lo que cada una de ellas espera de él.

Los adolescentes se encuentran en una edad donde la relación con sus pares es esencial para la construcción de su aceptación social y filiación, por lo que buscan mostrarse siempre atractivos, actualizados, acompañados por otros jóvenes que manejan códigos similares, para así sentirse queridos, acompañados y aceptados. Los adolescentes temen sentirse aislados, inferiores, producir una aversión en los demás, lo que les provoca inseguridad respecto a cómo van a ser recibidos e identificados por los demás jóvenes, si van a ser rechazados o aceptados. Esta ambivalencia, surge de la incertidumbre que les da, no solo el no saber en qué categoría serán ubicados, sino saber si esa ubicación les favorece. Así, cuando está con otros se siente en exhibición, vulnerable, por lo que busca desesperadamente, llegar a sentirse parte del grupo, lo que implica ser aceptado y reconocido como una persona normal dentro de los códigos y normas propios del grupo en el que se desenvuelve, siente que pertenece a ese clan.

Para llegar a este punto, los jóvenes deben haber pasado por un proceso de reestructuración de su Yo para que este se ajuste a las exigencias del grupo social, juvenil en el que se desenvuelven. El problema surge cuando los adolescentes, deben también adaptarse y responder al mundo de los adultos, cuyas demandas difieren sustancialmente de las de sus pares. Ante este escenario, los jóvenes tienen que aprender una nueva o segunda manera de ser, “aquella que quienes les rodean sienten como la única real y válida” (Goffman 2006, 49). Deben presentar entonces distintas máscaras, roles, que les permitan ser por un lado ellos mismos, pero respondiendo a las exigencias sociales del grupo en el que se desenvuelven.

Los adolescentes se encuentran entonces en el proceso de adquisición de un nuevo yo, distinto al que todos estaban acostumbrados cuando era aún niño y su grupo referencial era otro. Este nuevo yo, puede presentar problemas para entablar relaciones, sean estas nuevas o de vínculos anteriores, especialmente con el mundo adulto. Se crea así una ambivalencia en el sujeto frente a la pertenencia, oscilaciones

en las identificaciones y la participación con sus pares. Por ejemplo, se puede dar una declinación de la identificación con sus primeros grupos de referencia, generalmente más familiar, y un aumento en la identificación con sus pares, sus nuevos grupos de referencia y pertenencia, o en su defecto, existir ciclos de afiliación, en donde los jóvenes pueden haber aceptado una participación endogrupal y luego rechazarla. Así se va construyendo una nueva imagen de sí mismo, para lo cual el joven examina cuál es la identidad social que desea que sea vista dentro de sus contactos sociales, la real o la virtual; puede entonces llegar a ocultar información sobre su identidad real, aquella que podría desacreditar al yo, por temor a los prejuicios que se pudieran generar, muchas veces imaginarios, dentro de los contactos sociales.

El perfil de Facebook, se constituye justamente en un espacio para transmitir información social, una identidad virtual en función de las apariencias que busca ser aceptada y reconocida como una identidad real. Para ello, necesitan tener una audiencia que los reconozca y certifique, de ahí la importancia de tener muchos amigos en sus perfiles, especialmente jóvenes, pues es la compañía y aceptación de ellos mediante un *like* o comentario, que les permite sentirse parte de ese grupo, como dice el conocido refrán, “Dime con quién andas y te diré quién eres”; así la compañía de alguien en una coyuntura social los hace semejantes. La identidad social de las personas que están con el sujeto puede convertirse en una importante fuente de información sobre la identidad social de ese sujeto en particular, bajo el supuesto de que él es lo que los otros son, como si fuera contagioso. Por ello tienden a manejar en esta red social tendencias en cuanto tipo de publicaciones, páginas que siguen, aplicaciones, juegos, lenguajes, comportamientos, que finalmente los identifican como jóvenes, diferentes de los adultos que muchas veces no llegan a interpretar sus códigos, no tienen la destreza para manejar esta herramienta ni se conectan con la misma frecuencia, dándole a esta red social un uso muchas veces más informativo o curioso, que de exposición para alcanzar una mayor exposición y aceptación como se da en el caso de los adolescentes.

Como mencionamos anteriormente, los adolescentes se ubican en la posición de desacreditables frente a sus pares, por lo que se vuelve sumamente importante para ellos lo que digan sobre su identidad social quienes lo rodean en su cotidianidad. En cada contacto con estas personas transmiten ideas sobre sí mismo, sea en la vida online u offline, por lo que deben esforzarse por presentarse de la misma manera en todo lugar para evitar consecuencias fatales, que puedan afectar su reputación. Se esfuerzan

entonces por manejar una misma identidad social virtual y real, manejarse dentro de una unicidad, la que se convierte en una “marca positiva” o “soporte de la identidad”, que le permite distinguirse de los demás, resaltar la esencia de su ser, que define lo que lo hace diferente de quienes más se le asemejan. Damos paso así a la identidad personal, que hace referencia a aquello que permite al individuo diferenciarse de los demás, a su propia historia, biografía.

Las personas pueden buscar una identidad personal distinta a la originaria, alejada de estereotipos, incluso cambiando su nombre: “cambiar el nombre propio, pues de todos los soportes de la identidad parece ser el que se emplea con mayor frecuencia [...] Siempre que una ocupación lleve implícito un cambio de nombre, registrado o no, podemos estar seguros de que existe una importante fractura entre el individuo y su mundo anterior” (Goffman 2006, 74). Facebook permite ese cambio de nombre, sin trámites, orientado a satisfacer las exigencias de su audiencia, dándose así una serie de fracturas entre el sujeto y su mundo anterior. El nombre es un medio habitual para determinar la identidad, pero hay casos donde las personas disfrazan su identidad con otras marcas positivas, características personales, o incluso llegar a identificarse con su grupo de pertenencia, en donde sustituyen o complementan su nombre con algún apodo o alías que los refiere a un grupo, evitando o relegando así la identificación personal, ante la de los miembros de la comunidad a la que pertenecen.

La información sobre la identidad personal puede ser certificada mediante documentos que demuestran la identidad de la persona, como por ejemplo la cédula de identidad, licencia, carnet, etc. Pero a pesar que las leyes y estos documentos nos hablen de una sola biografía, debemos reconocer que las personas pueden llegar a adoptar más de una, en función de sus vivencias. Si bien se considera la línea vital de las personas desde una unicidad totalizadora, esta está constituida por una “multiplicidad de yoes que se descubre en el individuo cuando se observa desde la perspectiva del rol social, donde – si maneja adecuadamente la segregación de la audiencia y del rol- puede sustentar con bastante habilidad yoes diferentes, y, hasta cierto punto, pretender que ya no es más algo que ha sido” (Goffman 2006, 80). Facebook, se convierte en una biografía del sujeto que da lugar a algunos yoes, no solo cuando se tiene más de un perfil, sino incluso en el mismo perfil, en donde pueden presentar distintas facetas, estados de ánimo, cambios de comportamiento.

La personalidad social, constituye normas relativas a la identidad social que pertenecen a las clases de rol o perfiles que creemos puede sustentar cualquier sujeto.

Las normas relativas a la identidad personal en cambio no pertenecen a los atributos sociales, sino al tipo de control de información que el sujeto puede ejercer. Por ejemplo, el tener un pasado sombrío es un problema de identidad social, el modo en que maneja esa información es cuestión de la identificación personal. Frente a esto, el adolescente escoge que tipo de información comparte en su perfil de la red social, que temas comunica de su cotidianidad que le permitan manejar el mismo discurso con las personas, construyendo así una identidad personal que refuerce la identidad social con la que desea ser reconocido e identificado por sus pares.

El descubrimiento de un defecto desacreditable, una falta de coherencia entre lo dicho y mostrado en la vida online y la offline, perjudica no solo la situación social presente, la imagen actual, sino a las futuras; no se queda en las apariencias sino que afecta la reputación. Si bien este espacio de exposición y exhibición que les brinda Facebook es muy apetecido, también los vuelve vulnerables, sobre todo frente a la mirada de los otros, ya que podrían ser descubiertos en algo que deseen ocultar, que los desacredite, ser chantajeados. Esto puede llevar al sujeto a tener una vida doble, según sus distintos públicos, ocultando puntos oscuros presentes o pasados. Facebook les facilita llegar a tener esa doble vida, cuidando la imagen que han elegido transmitir en el grupo de referencia, evitando situaciones embarazosas o creando espacios de encubrimiento ante los adultos por ejemplo.

Esto puede llevar a los adolescentes a manejar dos perfiles en Facebook, un perfil más tranquilo, informativo para sus padres y familiares, y otro para ser aceptado y reconocido por sus amigos, un tanto más atrevido para lograr una identidad más atractiva, teniendo en cuenta que sobre todo que su perfil estará expuesto no solo a sus amigos sino los amigos de sus amigos, por lo que debe exaltar su imagen pero al mismo tiempo controlar la información que comparte, no por seguridad sino para guardar coherencia entre su vida real y virtual y estar acorde a lo que su audiencia espera de él, pues ellos son quienes pueden darle buena o mala fama al final. Bajo esta perspectiva, es posible cambiar los soportes de la identidad dando lugar a una fractura entre el sujeto y su mundo anterior, y a una multiplicidad de roles que da lugar por la segregación de audiencias y roles protagonizados, teniendo en cuenta que muchas veces las pretensiones actuales no responden de la mejor manera a las personalidades erigidas con anterioridad, las que van acorde a la imagen estilizada y de popularidad, reforzada por los medios de comunicación y las redes sociales. Buscan transmitir en

estos espacios una imagen pública atrayente, por lo que son selectivos al momento de publicar en su perfil, así,

la imagen pública de un individuo parecería estar constituida por una reducida selección de acontecimientos verdaderos que se inflan hasta adquirir una apariencia dramática y llamativa, y que se utilizan entonces como descripción completa de su persona [...] Las demandas virtuales (favorables o desfavorables) creadas por esta imagen pública pueden empequeñecer y deteriorar la imagen que el individuo presenta en su vida cotidiana ante las personas con quienes tiene un contacto habitual (Goffman 2006, 89).

Si bien los contactos de la vida cotidiana pueden llegar a “constituir una especie de estructura, que limita al individuo a una sola biografía a pesar de la multiplicidad de roles permitidos por la segregación de audiencia y rol” (Goffman 2006, 91). Esta búsqueda de afiliación o pertenencia, pueden llegar a crear una contradicción entre la identidad personal y social, real y la virtual, pues el sujeto debe decidir si exhibe y oculta, revela o disimula su verdadera identidad o se ampara en la identidad virtual para ser aceptado, aunque sea de manera encubierta. Esto nos lleva a considerar que frente a la variedad de estructuras, escenarios y audiencias en las que debe desenvolverse el Yo y constituirse, se pueden llegar a considerar distintos roles según circunstancias en las que se desarrollan, profundizando la disparidad entre una identidad real y otra virtual. Por eso los jóvenes pueden evitar que los adultos o personas muy cercanas a ellos sean sus amigos en Facebook, pues podrían poner de manifiesto lo que pretenden ocultar ante el resto. En este espacio buscan más bien mostrarse atractivos e identificarse como jóvenes actualizados, “cool” ante su audiencia de pares, por ello la publicación de los *selfies*, imágenes fotos de sus paseos o realizando actividades divertidas con sus amigos, limitando la publicación de fotos o actividades familiares a ocasiones muy específicas, navidad, día de la madre, cumpleaños de la abuelita, o cuando son etiquetados en ellas, sin previa autorización generalmente.

Por otro lado, a mayor contacto, mayor posibilidad de evidenciar el estigma, pues para vincularse las personas necesitan estar juntas, y en esa interacción se obtiene información. Además el compartir información íntima, es visto como una muestra de confianza y compromiso mutuos. Por ello, es difícil que los jóvenes manejen una vida offline completamente diferente a la online, pues el uso constante de Facebook les lleva a estar en contacto diario con su grupo de referencia, lo que les obliga de cierta manera a ser coherentes entre lo que publican en su perfil y su comportamiento cara a

cara, para no develar sus secretos. Por otro lado, esta exposición y relacionamiento continuo, les obliga a retocar constantemente su perfil, presentar algo nuevo y atractivo para su audiencia, pero al mismo tiempo no perder el control de la información que ha transferido sobre su persona. La conexión diaria les ayuda e esta difícil tarea, para no olvidarse e involucrarse en el papel que está cumpliendo.

La identidad social y personal dividen para el adolescente las personas y lugares donde se relaciona; se da una concepción del mundo en dos partes, el grupo grande a quien no le cuenta nada o muy poco, la familia, y otro pequeño al que le cuenta todo, en quien confía para exhibir su máscara, con quienes generalmente los jóvenes se comunican por *inbox* en el Facebook y quienes más responden a sus publicaciones. Los adolescentes así van delimitando los aspectos de su personalidad que se van a presentar y ocultar, encarnando diferentes personas para de cierta manera controlar la impresión que los otros reciben de él en determinada situación. Bajo esta óptica, “una misma persona tiene conductas variables según los contextos de interacción social y sobre todo en los contactos cara a cara. En esa interacción se presenta la influencia recíproca de cada uno sobre las acciones del otro; hay un actuar para el otro” (Marcús 2011). La identidad se construye como un proceso dinámico, siempre en relación a otro, “de carácter inestable y múltiple, la identidad no es un producto estático cuya esencia sería inamovible, definida de una vez y para siempre por el sistema cultural y social, sino que es variable y se va configurando a partir de procesos de negociación en el curso de las interacciones cotidianas” (Marcús 2011). Estas interacciones definen a la identidad como una manifestación relacional, donde se pone en juego el reconocimiento dentro de tres niveles de análisis: “el reconocimiento de sí mismo, el reconocimiento hacia otros y el reconocimiento de otros hacia nosotros” (Marcús 2011). Esto finalmente busca la filiación al grupo.

Esta búsqueda de afiliación o pertenencia, pueden llegar a crear una contradicción entre la identidad personal y social, real y la virtual, pues el sujeto debe decir si exhibe y oculta, revela o disimula su verdadera identidad o se ampara en la identidad virtual para ser aceptado, aunque sea de manera encubierta. Esto nos lleva a considerar que frente a la variedad de estructuras, escenarios y audiencias en las que debe desenvolverse el Yo y constituirse, se pueden llegar a establecer distintos yo según circunstancias en las que se desarrollan, profundizando la disparidad entre una identidad real y otra virtual.

4. Subjetividades en la Sociedad del espectáculo: Paula Sibilía

Internet fortalece las relaciones sociales en lugar de imposibilitarlas, dando lugar a un nuevo escenario que trasciende las fronteras del cuerpo físico para interactuar con los otros y construir así nuestra identidad. Como dice Gil, “las nuevas tecnologías posibilitan el hecho de pensar la identidad no ya como una esencia o estructura psíquica contenida en los límites de nuestro cuerpo, sino como construida mediante estrategias contextuales mediatizadas por las interacciones con los otros” (E. Gil 2002). Esto ha dado paso a un cambio de visión en la forma como se construye el Yo, deja de lado su interioridad psíquica y se enfoca en el cuerpo, en la imagen visible de lo que es, para así adecuarse a los modelos de felicidad expuestos en los medios y reproducidos por sus pares. De esta manera, la imagen de cada uno se convierte en su propia marca, “un capital tan valioso que es necesario cuidarlo y cultivarlo, con el fin de encarnar un personaje atrayente en el competitivo mercado de las miradas” (Sibilía 2008, 298). En este contexto, el cuerpo se presenta como un objeto de diseño y la piel en el espacio para exhibir la personalidad.

Siguiendo a Sibilía, este espectáculo de la intimidad se ha magnificado producto del uso generalizado de las pantallas, que permiten de manera fácil y económica, multiplicar las posibilidades de exhibición ante las miradas ajenas, comunicar con total libertad todo lo que hacen, para volverse un Yo visible. Facebook, puede notificar cada una de las acciones, estados de ánimo, ubicación de la persona instantáneamente. Estamos dentro de “una cultura que enaltece la visibilidad y la celebridad para ‘ser alguien’, dudamos de nuestra propia existencia si nadie nos ve. Por eso, tenemos que gritar todo lo que somos con megáfonos de alcance global, hay que mostrarse de frente y perfil, que nos oigan, que nos vean” (Sibilía 2014a). Dependemos de la mirada ajena para existir y cada vez nos resulta más difícil estar solos, en silencio; la verdad y lugar en el mundo se desprenden de la mirada ajena.

Estas nuevas subjetividades han dado paso a algo diferente, se ha pasado del individuo introdirigido, aquel que se concentraba en su vida interior, en estar en contacto consigo mismo y revelar lo que es, resguardado de las miradas ajenas, intrusas, diferenciando claramente las dicotomías: universal e individual, público y privado, objetivo y subjetivo. El sujeto actual, en cambio, ha visto afectada su constitución del yo por la falta de nitidez entre la esfera de lo público y lo privado, y la utilización de otros modelos subjetivos que se recrean y exponen en las pantallas interconectadas, donde se da lugar a nuevos géneros autobiográficos, nuevos modos

de ser, subjetividades más exteriorizadas, preocupadas por ser visibles, mostrar lo que son en la piel y en las pantallas.

Las pantallas se presentan entonces como vidrieras mediáticas que muestran modelos admirables de modos de ser y estilos de vida, con un yo que buscan constantemente ponerse en escena, exponer su intimidad o la de otros en la web, sin diferenciar lo público de lo privado, “se trata de un tipo de yo que se construye en la visibilidad, tanto en la exposición de su vida supuestamente privada como de su personalidad” (Sibilia 2008, 284). Desde esta perspectiva, la intimidad se expone abiertamente a las miradas ajenas, mediante el uso de recursos como webcams, redes sociales, fotografías, videos caseros en YouTube, conversaciones expuestas en Facebook, y es consumida por una gran audiencia, que está al acecho para dar un vistazo a la interioridad del sujeto, al show del Yo como lo define Sibilia.

Se ha dado una transformación de una subjetividad introdirigida a una alterdirigida, “un desplazamiento de aquel núcleo del yo situado en las profundidades íntimas del ‘carácter’ individual, hacia todo aquello que los demás pueden observar y constatar como la “personalidad” del sujeto que se muestra e interactúa en el mundo” (Sibilia 2009, 312). Se privilegia la exhibición exterior, visible de los cuerpos, una espectacularización del yo, donde “solo es lo que se ve, entonces es necesario aparecer para que las miradas ajenas confirmen la propia existencia” (Sibilia 2008b, 37). Se ha pasado, del ser y tener al parecer, donde las subjetividades buscan desesperadamente ser amadas, la aprobación ajena: “lo que se es debe verse, y cada uno es lo que muestra de sí mismo” (Sibilia 2008, 268).

Facebook se convierte en un espacio confesional por excelencia, que permite crear estas personalidades alterdirigidas, ya que mediante el manejo de los perfiles, publicaciones, amigos, comentarios, *like*, posibilita y magnifica la exposición del sujeto ante los otros, para lograr reconocimiento, aprobación, y si es posible “su momento de fama”. Para lograrlo, los comentarios dejados por los visitantes son fundamentales, los autores necesitan del apoyo de su público, ser reconocidos por ellos para ganar legitimidad, concedida por la mirada ajena y las relaciones que con ella se generan. Estamos frente a una realidad donde “la ‘verdad’ no emana más del interior de cada uno, como solíamos pensar hasta hace poco, sino de la mirada ajena. Incluso en lo que respecta a quién se es, quién se fue y quién se podría llegar a ser” (Sibilia 2014b). Esta red social, constituye una de las nuevas narrativas autobiográficas que se construyen en una temporalidad diferente, un mundo de transparencia y visibilidad

total, donde es posible ver, hacer y mostrar todo. El sujeto utiliza diferentes recursos audiovisuales y gráficos como escenarios, utilería y a sus amigos como audiencias, mostrando momentos presentes expuestos uno después de otro, destacando la estilización de sí mismo, marcada por la necesidad de la visibilidad y la exteriorización del Yo.

En la “sociedad del espectáculo”, el concepto de lo público y lo privado ha cambiado, el deseo de ser visto, exhibirse, alcanzar la celebridad, es lo que prima, lo privado pierde valor frente a la posibilidad de ser popular, lo que augura un mayor éxito en la vida social, algo primordial para los adolescentes. Por otro lado, las exigencias del mundo competitivo demanda el saber mostrarse y venderse, ser visible. Se ha superado la época donde el pudor y el decoro eran valores importantes, estamos en la era de la performance, búsqueda del exhibicionismo como estrategia habitual, acentuado por la cultura mediática, donde la vida de las personas se constituye a partir de imágenes y relatos que se exhiben en las pantallas que las multiplican. Las personas sienten que se convierten en personajes de película, el estar en una pantalla les permite ganar consistencia, legitimización, marcas registradas.

Así, desde la posición de personaje, hacen su mejor performance, estudian y ensayan el papel que buscan proyectar, dando lugar a un cambio en las subjetividades, transformaciones veloces, nuevas formas de relacionarse con uno mismo y con los demás. Los sujetos, están tras la búsqueda incesante de la autoestilización, a lo que denomina Sibilía, la espectacularización de sí mismo; por eso la publicación en el caso de los adolescentes de fotos estilizadas, retocadas en sus perfiles para complacer a sus seguidores, venderles una imagen atractiva, crear una marca, ser una celebridad por un momento, lo que los lleva a la búsqueda incesante de atraer la mirada al propio perfil:

autopavonearse se ha convertido en una manera legítima de atraer atenciones hacia el propio perfil, conquistando flashes y reflectores, o cuanto menos un puñado efímero de ‘amigos’ y ‘seguidores’. Pues no cabe duda que dispositivos como Facebook, Twitter y Youtube, así como la proliferación de cámaras y pantallas tan ubicuas, siempre disponibles para verse y mostrarse, están al servicio de estas nuevas ambiciones. Todo eso irriga a una ‘sociedad del espectáculo’ en la cual se han desvanecido las creencias en las esencias ocultas, de modo que las apariencias constituyen todo lo que existe: un universo donde sólo es lo que se ve y cómo se deja ver (Sibilía 2011, 1).

La meta final consiste en conquistar la mirada del otro, pues estas subjetividades necesitan ser vistas para poder existir, los personajes existen en la medida que son observados. Estamos frente a una fragilidad de las subjetividades de

los modos de vida contemporáneos, a las identidades construidas a la vista de todos, donde son los otros, los seguidores quienes “tienen la capacidad de decir quién es cada uno y cuánto vale, incluso de un modo muy literal: haciendo clic en el botón ‘me gusta’. Se concede legitimidad, y hasta la misma existencia, al yo que se expone, gracias a la constante medición de visualizaciones, comentarios y repercusión” (Sibilia 2015, 19). Es ante esa mirada del otro, de las apariencias, que se construye el prestigio y reconocimiento, si nadie ve algo, es posible que ese algo no exista, lo que quede del lado del afuera no existe. Estamos frente a un Yo narcisista, que necesita ver su imagen reflejada en el otro para ser, que tiene miedo a la soledad, y por ello se disfraza como personaje atractivo para apaciguar esos temores, produciendo una obra, inventando nuevas formas de ser y estar en el mundo.

Facebook se ha convertido en la nueva versión, actualizada, interactiva y mucho más dinámica de los diarios íntimos, con una gran audiencia, pues se expone ante millones de personas sin ninguna restricción. Estos nuevos espacios, diarios éxtimos para Sibilia, están llenos de confidencias, imágenes que dan cuenta cualquier novedad, utilizando recursos adicionales a la palabra escrita como fotografías, imágenes, videos; se constituyen verdaderas cartas-abiertas que en lugar de dirigirse a la interioridad, buscan conquistar la visibilidad. Los autores de los diarios éxtimos realizan operaciones de congelamiento del tiempo: cada post muestra un momento de sus vidas que se congela y se expone para todos. Los sujetos se convierten de esta forma no solo en protagonistas, sino en productores de contenidos. Lo que se busca es “mostrarse abiertamente y sin temores, con el fin de constituirse como un yo visible [...] ganas de exhibirse y hablar de sí mismo para que todo el mundo vea y sepa “quién soy yo” (Sibilia 2009, 318).

Las personas se ubican como mercancías, marcas propias que buscan mostrarse en el espacio visible como novedades, renovarse constantemente, buscando alcanzar singularidad, originalidad, autenticidad. Facebook les brinda la posibilidad de renacer, renovar, cambiando su perfil o abriendo otro, en definitiva, “siempre es posible renacer, no solo con otro diseño gráfico más bonito y actual, sino inclusive con un perfil renovado” (Sibilia 2008, 160). Así se da lugar a una serie de yoes dependiendo del lugar donde se encuentren, uno puede ser en casa, colegio, barrio, cibercafé, con sus conocidos, amigos, y sus amigos-hermanos, familiares. Se ha dado lugar a identidades múltiples y flexibles. El quien soy yo se define por las señales dadas por la exterioridad del cuerpo que busca hacerse visible para indicar quién se es, para lo

cual necesita del cambio constante, la actualización. Además, considerando a la adolescencia como una etapa de la vida donde la persona busca descubrir y definir quién es, ensaya una serie de roles, que dan muestra de su evolución como personas y los van llevando hasta la consolidación de una imagen más madura y consistente de sí mismos.

Capítulo tercero

Resultados de la Investigación Netnográfica

La netnografía es un nuevo método de investigación de análisis cualitativo, aún en desarrollo, utilizado para indagar sobre lo que sucede en las comunidades virtuales, las transformaciones en los usos y comportamientos que se han dado en estos nuevos espacios de comunicación e interacción social, y los nuevos perfiles productos de esta. Internet debe ser visto no solo como un artefacto tecnológico, sino también como una cultura, donde se crean nuevos vínculos sociales y afectivos, que deben considerarse sobre todo cuando se busca entender la realidad virtual que se produce dentro de las redes sociales, en el Facebook de los jóvenes que acuden al Punto Joven Bellavista.

1. La Netnografía como método de investigación

Esta metodología, surge como una técnica de estudio para la indagación en la red de redes. Parte de varias premisas de la etnografía, pero se adapta a las particularidades de su objeto de estudio, el ciberespacio y todas las producciones sociales y culturales que se dan en él. Esta metodología está dada por la participación del investigador en los escenarios virtuales en donde se desarrollan los textos, prácticas que serán objetos de su análisis, y es a partir de esta inmersión, donde busca entender el funcionamiento de los colectivos sociales, a partir de los discursos, dinámicas, producciones, intercambios que se van produciendo en estos espacios (Turpo 2008, 83).

Para poder realizar una netnografía, debemos entender que nuestro estudio radica en los usos y sentidos que se dan al incorporar la tecnología a la cotidianidad de las personas. El etnógrafo debe ubicarse en el papel de extraño y nativo simultáneamente, desde donde puede estudiar lo que la gente hace, por qué lo hace, en qué términos, que significados le confiere. Este tipo de etnografía no se limita a lugares concretos, delimitados, va al estudio de espacios de flujos, donde se generan las conexiones, relaciones. De esta manera, las etnografías *online* llegan a romper la noción de “espacialidad” en los fenómenos que estudian para concentrarse en los procesos culturales, más que en los lugares físicos; así, podemos revisar lo que las personas publican en sus perfiles, sus mensajes para preguntarnos sobre el significado que tienen para ellas ese espacio. Lo que cambia frente a la etnografía tradicional, es

la forma de observar las interacciones y comunicarse con los participantes. Lo que busca este tipo de investigación es visualizar de forma estática y dinámica las relaciones no físicas, producto de las interacciones sociales en los *social media* de internet, en un contexto diferente, el ciberespacio. Bajo este escenario, es válido identificar como objeto de estudio de la netnografía “las prácticas comunicativas derivadas de la intersección entre la sociabilidad y comunicación en internet, entendiendo el resultado como una acción social intencional y colectiva alrededor de la comunicación” (Del-Fresno-García 2012, 100).

Quizás una de las principales ventajas de la netnografía sobre las demás técnicas de investigación social, radica en que utiliza como material lo que las personas escriben, comentan, postean libremente; así el investigador tiene acceso directo a las expresiones de los estilos de vida al natural, que difícilmente podrían darse en otros escenarios investigativos. Constituyen un “método de investigación –sin ser el único posible- que permite una aproximación natural al objeto de estudio, por lo que ni el trabajo de campo ni los resultados se ven contaminados por la influencia –directa, indirecta, premeditada o casual– del investigador” (Del-Fresno-García 2011, 550). La sociabilidad *online* cambia la manera en la que el investigador realiza el proceso de extracción, recolección, clasificación y análisis de la información, lo que apoyarán al entendimiento del problema de estudio o a la toma de decisiones.

2. Consideraciones al momento de realizar una Netnografía

Hine establece diez principios que se deben considerar para la realización de una etnografía digital (Hine 2004, 81-82):

4. Entender la Red como forma de comunicación en la vida de las personas y un lugar para el establecimiento de comunidades.
5. El ciberespacio no debe ser entendido como algo alejado de cualquier conexión con la vida real o de la interacción cara a cara, pues internet conecta a las personas independientemente del entorno físico y el contexto donde se encuentren.
6. Considerar una etnografía en función de la conformación y reconfiguración del espacio, mediante las interacciones sea en un lugar concreto o múltiples espacios.
7. Replantear el campo de estudio, así el objeto de investigación etnográfica es flexible, dinámico, puede centrarse en los flujos y las conexiones en lugar de las localidades y los límites como principios organizadores.
8. Su reto es examinar la forma en que se configuran las conexiones ente lo virtual y lo real. El problema que surge es identificar en qué punto detenerse o hasta dónde

llegar, lo que recae en una decisión pragmática del investigador, ya que el objeto de estudio puede reformularse, establecer nuevas conexiones, revisar otros caminos.

9. La etnografía virtual convive entre varias actividades de los participantes del estudio y el propio investigador, por lo que a diferencia de la etnografía tradicional, la inmersión en el contexto se logra intermitentemente, producto de la interacción.
10. La etnografía virtual es parcial, está consciente que no podrá llegar a una descripción holística del informante, lugar o cultura que investiga debido a los múltiples espacios donde habitan estos actores.
11. La etnografía virtual implica una inmersión del investigador dentro de la interacción mediada, explorando el uso del medio en su contexto, reflexionando sobre el mismo para obtener información desde esta dimensión reflexiva. Las interacciones entre investigador e informante, investigador tecnología, se estudian.
12. Las nuevas tecnologías de la interacción permiten que tanto investigador como participantes puedan estar presentes y ausentes dentro de la etnografía. Las relaciones que se producen pueden sostenerse, desplazarse, independientemente de las divisiones espaciales y temporales; estar conscientes de que todas las interacciones son etnográficamente válidas, no solo aquellas que implican relación cara a cara; es la etnografía en lo virtual, de lo virtual, y a través de lo virtual.
13. La tecnología virtual facilita la exploración de las relaciones en las interacciones mediadas, independientemente de que sean “reales”.

Dentro de este contexto, no tiene sentido centrarse en la autenticidad entre la identidad presentada al etnógrafo y la que muestran en otros lugares, sean reales o virtuales. Existen diversas formas de realizar una netnografía, donde en su búsqueda de hacer visible lo invisible, el etnógrafo profundiza en las interpretaciones de sus informantes, para lo cual ocupa la herramienta reflexiva para una mayor comprensión. Para ayudarse en esta tarea, debe centrarse en entender, interpretar la manera en la que sus informantes describen y vivencian su espacio cultural. Otra manera de realizar una netnografía es considerar a los textos como “una forma de interacción empaquetada que se mueve de un lugar a otro. Mientras que la interacción hablada es efímera (a menos que le transcriba un científico social) y local, los textos son portátiles, susceptibles de ser transportados lejos de las circunstancias en que se ha originado” (Hine 2004, 66). El trabajo del etnógrafo se concentra en comprender los significados que evocan estas prácticas alrededor de los textos; por ello debe analizar el contexto

social donde se produce, tomar en cuenta sus particularidades de producción y consumo, para así emitir juicios certeros sobre su significado.

El análisis del discurso que se genera debe basarse en el propio texto, en las interacciones, así como las elaboraciones individuales, las emociones que se generan a partir de esos discursos. La netnografía debe constituirse en un método de investigación que “permita determinar en los variados entornos en línea y en la diversidad de las comunidades virtuales, lo que acontece: qué, cómo, quién, cuándo, dónde” (Turpo 2008, 82-83). Las inmersiones online pueden darse de forma variada, combinando distintos tipos de interacciones, por ejemplo por intercambio de información vía correo electrónico, entrevistas por video conferencias, preguntas generales en los medios más amplios, revisión de publicaciones, etc. El objetivo es lograr una mirada empática con los participantes, y así llegar a una “comprensión profunda acerca del sustrato cultural del grupo como tal, la aplicación de diferentes maneras de observar y comunicarse con los participantes ofrece una suerte de triangulación a través de la cual las observaciones pueden ser comprobadas de modo cruzado” (Hine 2004, 34).

El investigador debe tener una implicación más personal en el proceso, debe interactuar, pasar de analizar pasivamente a verse activamente implicado en la producción, participar en esos espacios interactivos que se generan. El etnógrafo en lugar de permanecer aislado, ausente, se hace visible y activo en el contexto del trabajo de campo, puede encontrarse con nuevas preguntas, refinar y crear conceptos, buscar nuevas formas de aproximación ante la ineficacia de las empleadas, pero eso sí, teniendo especial cuidado de que los usuarios no vayan a sentirse agredidos en su privacidad; para esto, el investigador cambia el nombre de los usuarios, los rasgos que los identifiquen.

3. Netnografía realizada con los integrantes del Punto Joven Bellavista

A continuación, procederemos a presentar los resultados de la investigación realizada con el grupo de jóvenes que asisten al Punto Joven de Bellavista. Iniciaremos describiendo el contexto del grupo, la historia de su formación y su trayectoria; posteriormente detallaremos el proceso metodológico que se siguió para el trabajo investigativo y la conformación de la muestra. Luego nos remitiremos a analizar los principales resultados, respondiendo a las variables trabajadas en los capítulos precedentes, para finalmente establecer las principales conclusiones de la netnografía realizada.

3.1. Contexto: Punto Joven Bellavista

El Punto Joven Bellavista surgió como una iniciativa de los dirigentes del barrio para fomentar espacios de esparcimiento positivo para los jóvenes que habitan en él, pues encontraron que había personas que se dedicaban al consumo de alcohol, cigarrillo e incluso drogas. Aproximadamente en agosto del 2013, por motivo de las vacaciones de verano, convocaron a los jóvenes para que colaboren como monitores; esto motivó la participación de un importante número de adolescentes, lo cual fue aprovechado por los dirigentes barriales para empezar a establecer un grupo juvenil en Bellavista. Para ello, acudieron al Patronato San José a solicitar colaboración para la realización de actividades de esparcimiento juvenil, lo que dio lugar a la creación del Punto Joven Bellavista. Los jóvenes mencionaron que hubo resistencia del barrio, “empezaron con las críticas de que son talleres de gente desocupada, decían prefiero que mi hijo estudie a que pierda el tiempo” (Bellavista 2015).

El Taller de Capoeira, se ha mantenido gracias al aporte de Profe Edu, el primer instructor y fundador de este espacio. A esto se suma, el fuerte sentimiento de pertenencia que se ha creado en sus participantes, que los lleva a defender su espacio y conservarlo. El grupo está integrado por jóvenes entre 13 y 19 años, en su mayoría viven en Bellavista, sus familias son moradores tradicionales del barrio, trabajan bajo la tutela de Profe Edu y Pato; están en constante comunicación mediante grupos en Facebook y Whatsapp.

Lamentablemente, debido a sus actividades escolares, no siempre pueden acudir a los entrenamientos, así del total de inscritos en el Taller, solo 6 participan activamente. Si bien hay momentos en los que vienen más personas al espacio, llegando hasta 20 integrantes, los jóvenes se desaniman debido al esfuerzo y la disciplina que se exige en Capoeira, sin llegar a integrar los beneficios que tiene la práctica de este arte para el desarrollo físico y afectivo de las personas. Los jóvenes, son conscientes de la importancia que tiene para el barrio tener un espacio para ellos, independientemente de quien lo organice, ya que permitiría que los chicos sean mucho más activos y que utilicen su tiempo en actividades más productivas: “es bueno que se incentive para hacer algo diferente, una actividad que te despeje, hay personas sentadas jugando futbol o fumando” (Bellavista 2015).

3.2. Metodología, universo y muestra del trabajo investigativo

Para realizar la investigación se acudió en primer lugar al Punto Joven Bellavista para solicitar a la persona encargada, que nos permita realizar el trabajo, y

ponerse en contacto con los integrantes del grupo e invitarles a participar en la investigación.¹ Se procedió a ir a los entrenamientos por tres ocasiones, donde no se pudo ubicar a todos los integrantes, por lo que se los contactó personalmente, por teléfono o directamente en Facebook. Hubo personas que no pudieron ser ubicadas por ninguna de estas vías.

Tabla 3
Integrantes del Punto Joven Bellavista y participantes de la investigación

Tipo de participantes	Número
Personas inscritas en el Punto Joven	15
Personas contactadas personalmente	2
Personas contactadas telefónicamente	5
Personas contactadas por Facebook	5
Personas que participaron en la investigación	12

Fuente: Elaboración propia

Si bien se contó con la aceptación de los 12 jóvenes para la investigación, éstos participaron en la primera etapa de la misma, mientras que en la segunda, participaron solamente 7 chicos, ya que esta implicaba participación por parte de ellos.

La netnografía realizada se dividió en dos etapas, en la primera se revisó los perfiles de Facebook de cada uno de los participantes, desde su creación hasta la actualidad, donde se pudo observar su evolución en cuando al uso de esta herramienta. Para la segunda etapa, se estableció un grupo cerrado en Facebook en donde se colgarían preguntas para que los participantes respondan, dándoles la posibilidad de que escriban en el mismo grupo o individualmente en *inbox*. En el primer contacto dentro de este grupo, fue utilizado por profe Pato para solicitar a los chicos que vengan a una reunión de Capoeira, donde se aprovechó para dar las indicaciones del funcionamiento del grupo a los participantes. Ese fue el único momento en donde se dio interacción con el grupo, pues los días siguientes, al colocar preguntas, contestaban solamente vía mensajes privados directos al investigador. Ante la falta de respuesta y por solicitud del líder del grupo, se realizó un contacto directo con los chicos, un grupo de discusión con quienes estaban presentes, en total 5 jóvenes.

Concluyendo esta primera parte, podemos destacar que Facebook constituyó una herramienta de contacto certero con los participantes, pues varios de sus contactos

¹ En ese momento, los días sábados también se realizaban actividades de Capoeira a cargo de otro profesor y con chicos que no necesariamente vivían en el barrio, también se realizó un acercamiento. Lamentablemente al momento de realizar la investigación de campo, ese grupo había sido trasladado a otro lugar.

telefónicos ya no estaban vigentes. Si bien no todos están conscientes del peligro de aceptar personas desconocidas por internet, hay quienes si lo hacen, están alertas y buscan proteger a su grupo. Los jóvenes están abiertos a que sus perfiles sean revisados, no se encontraron medidas de seguridad que dificultaran el acceso. Al momento de participar activamente en un grupo de Facebook, no están dispuestos a exponerse dando su opinión ante el resto, o dejando de “mensajearse” con otras personas de su interés para responder las preguntas. Parecería que prefieren no exponerse en un plano más cognitivo, intelectual, dando sus opiniones sobre problemáticas más globales, prefiriendo comunicarse por interno o presencialmente. A esto se suma que, en general no se observó en los perfiles ninguna publicación alusiva a problemas políticos, sociales, ambientales que los convoquen o generen opiniones entre ellos, donde se defiendan ideales o posturas.

Para cuidar la confidencialidad de los participantes, se han cambiado sus nombres al hacer las respectivas referencias de sus comentarios o información de sus perfiles. Además cabe recalcar que para efectos de este trabajo investigativo, se transcribe textualmente lo mencionado por los participantes en las entrevistas y lo publicado en sus cuentas de Facebook, por lo que se presentan las palabras o términos tal como fueron pronunciados o escritos.

4. Principales resultados

4.1. Ser joven en el barrio Bellavista

Los jóvenes de Bellavista, en su gran mayoría han nacido y vivido en el sector, es un barrio muy familiar, tradicional, conservador y católico. Esto ha llevado a pugnas entre moradores en los distintos sectores, como mencionaron algunos de los chicos que acuden al Punto Joven Bellavista: “son personas tradicionales, curuchupas, no aceptan como uno [...] el barrio debería organizarse de manera que acepten a todos [...] hay gente que quiere sobresalir, ser más que uno, piensan que son más que uno, es mucha crítica, si le ven con un novio va de boca en boca” (Bellavista 2015). Esto ha creado un ambiente que no agrada a los jóvenes, donde no se sienten aceptados ni incluidos, desvalorizados frente al mundo adulto, lo que si bien es típico de esta edad, presenta sus peculiaridades dentro del barrio:

aquí hacen cada vez lo que les da la gana, son muy inconformes, barrio muy criticón [...] nosotros hemos sacado las cara por el barrio, vamos al punto positivo [...] un barrio con gente inconforme, alguien empieza y dice cojamos firmas para sacar al padre, y como la familia ha sido casi todo el barrio terminan sacándolo, cuando empezamos a dar catequesis y dijeron que esos chicos no, que aún les falta para dar

catequesis [...] el barrio es difícil organizar y hacer las cosas, cuando han querido han desvalorizando a los jóvenes (Bellavista 2015).

Esto quizás ha llevado a que cualquier organización de tipo juvenil en el sector, no prospere. El grupo de Capoeira, se convierte en el único espacio para los jóvenes, que generalmente hacen su vida en el barrio: “la mayoría de los jóvenes pasan en el barrio, van a las canchas a jugar, unos amigos venimos acá (Capoeira), la mayoría pasa en la calle, algunos se van a tomar, fumar, algunos se quedan sentados conversando de cualquier cosa, chicas, o se van a jugar fútbol” (Juan, Entrevista por Facebook 2015). Ante esta realidad, es importante incentivar espacios para los jóvenes que viven en el barrio, ya que al menos quienes participan en el grupo de Capoeira, tienen el deseo de realizar acciones en beneficio de su comunidad, pero necesitan que se incentive y apoye ese espacio, por parte de los directivos, la iglesia, o la gente del barrio, en lugar de desvalorizarlos y relegarlos.

4.2. Ser parte del grupo de Capoeira

El grupo de Capoeira del barrio Bellavista es muy unido, lo que en ocasiones los lleva a cerrarse entre ellos: “son muy introvertidos, no socializan mucho entre otros (grupos Capoeira), el grupito se cierra más y toca forzarles que interactúen con otros chicos de otros espacio, entre ellos muy unidos pero cuando les toca separarse, interactuar con otros, son introvertidos” (Pato 2015). Esto es quizás fruto del sector donde viven, que es muy cerrado, segmentado en familias que dominan ciertas zonas, y hace que al final la relación no fluya, que se encierren entre ellos y se protejan. En una conversación realizada con Profe Edu, nos comentó que cuando se unen los distintos grupos, los chicos de Bellavista son los únicos que se presentan como tal, no como capoeiristas, identificándose así como un solo grupo y diferente al resto, fenómeno que se presenta solo en ese grupo, y que para Profe Edu, responde a la particularidad del sector de donde provienen, que a su modo de ver, es muy sectorizado y separado, no solo por el tema de las familias dominantes, sino por la división de niveles socioeconómicos, pues hay espacios de gente con muy bajos recursos, medios, o en el extremo personas de mucho dinero.

Capoeira como arte marcial que combina la danza, música, acrobacias, expresión corporal, permite fomentar la inclusión y camaradería: “se sienten más en familia, incluidos, aunque a veces es difícil y no pueden venir [...] se sienten incluidos, ambiente camaradería, familiaridad, es parte de sus principios te enseña que solo no puedes hacer las cosas, necesitas de otros para sentirte libre, incluido en una sociedad,

una familia” (Pato 2015). La práctica de Capoeira busca ayudar a los chicos a crecer como sujetos, aceptarse a sí mismo y aprender a convivir con sus pares de manera armónica y solidaria: “le da más peso a la utopía, todos somos iguales, establecemos en un solo ámbito todos, no diferencia entre alto, bajo. Si veo una influencia de Capoeira y su crecimiento como personas, no eres más porque estas más tiempo, sino aceptarte tal cual eres y necesitas de tu compañero para crecer, lo fueron asimilando poco a poco” (Pato 2015).

La práctica de Capoeira, les permite tener una actividad deportiva y a la vez relajarse: “me siento relajado, me desestreso, como que me siento libre, aparte de hacer algo que me gusta, que me desestresa, en vez de pasar en mi casa acostado o viendo tele hago algo que me gusta, ejercicio” (Juan, Entrevista por Facebook 2015). Además, consideran que este arte les permite crecer como personas, donde son aceptados y valorados en sus diferencias: “es un lugar donde puedes ser quien eres sin que te critique nadie, todos somos diversos” (Bellavista 2015). Lo consideran como un estilo de vida, que no excluye la preparación educativa, sino que la complementa:

la Capoeira no te impide a que estés estudiando, más bien te fomenta a que seas una persona que te cultivas bien, no debes dejar de estudiar, llevar las cosas de la mano, es un estilo de vida, los profes te dicen que cuando tengas problemas hagas Capoeira, denle la vuelta a las cosas, siempre deben buscar el lado positivo y salir de la situación, no aferrarnos a algo que no nos gusta o nos hace mal; es un motivante grande, que nos motiva siempre, a nosotros no nos ha hecho caer, hemos salido bien librados de los errores, de las experiencias se aprende (Bellavista 2015).

Este estilo de vida se refleja en la cotidianidad de algunos de los miembros del grupo, generalmente en quienes acuden al grupo con mayor frecuencia, y participan activamente en el mismo, son sus miembros fundadores. Sus perfiles de Facebook están llenos de pensamientos o ideas que destacan actitudes positivas hacia la vida, motivación para salir adelante y dejar los problemas de lado, valorando la amistad y el aceptarse como son: “Queda prohibido no sonreír a los problemas, no luchar por lo que quieres, abandonarlo todo por miedo, no convertir en realidad tus sueños!” (Moni 2015); “Mira siempre para adelante, nunca para atrás y si te caes levántate ! Sonríe a pesar de todo y llora cuando en realidad lo necesites (emoción)” (José 2015). Son “muy soñadores, siempre con comentarios un mundo de una utopía, cosas que se dan demasiado a futuro para ellos, muy soñadores, risueños, son como en su vida cotidiana” (Pato 2015).

Además de esto, Capoeira les permite sentirse acogidos, parte de un grupo que los cuida, escucha, apoya, un soporte para sus momentos de crisis, característicos de esta edad:

la Capoeira me influye mucho porque cada vez que estoy deprimida me saca de la depresión, salgo con mis amigos, converso, es muy importante la convivencia, es diferente, todo te desestresa, eso llega mucho a mi vida [...] unión, familia, si alguien necesita ayuda la mayoría te ayuda en lo que puedas, también te ayuda a hacer ejercicio, te desestresa si alguien viene enojado, llorando, triste como una vez pasó te alivia, te desestresa, y a la vez tratar de alejar tus pensamientos (Bellavista 2015).

De esta manera, el grupo de Capoeira se ha convertido en un espacio donde los chicos pueden desarrollar sus habilidades físicas, sociales y emocionales: “es un centro de convivencia donde todos compartimos, expresamos full, nos conocemos, convivimos, te ayuda a desestresarte y no estar sin hacer anda en la casa” (Bellavista 2015). Adicional a esto, crea un sentimiento de pertenencia muy fuerte, en el que todos se sienten parte de una gran familia que protege y cuida a sus miembros: “El taller de Capoeira es bien unido, de los chicos que estábamos ahí somos muy unidos, nuestro lema como grupo es “Quilombo” que significa familia, nosotros no nos separamos ante nada” (Bellavista 2015). Justamente las redes sociales refuerzan este sentimiento, ya que les permite estar siempre comunicados aunque no puedan verse físicamente por sus actividades escolares.

4.3. Facebook mi segundo hogar: generalidades sobre su uso

Facebook se convierte en un segundo hogar, como lo cuenta una de las entrevistadas: “conocemos a más personas o socializamos un poco más e incluso ahora para todos los jóvenes no existe nada más que estar en Facebook hablando con alguien! En conclusión quiero decir que Facebook es como nuestra segunda casa” (Emilia, Entrevista por Facebook 2015). En este hogar paralelo, los jóvenes pueden encontrar un espacio para ser escuchados, apoyados, frente a un mundo adulto que no los comprende o ignora: “no encuentran amor en casa & desahogan o haya cuentas de más las cosas & sin seré cuenta lo que la persona a través de la otra pantalla está pensando & se sienten bien según ellos/llas porque reciben consejos” (Emilia, Entrevista por Facebook 2015).

Sienten que de alguna manera, en este espacio se habla su idioma, se utilizan modismos, códigos, imágenes, juegos, incluso contenidos con los que se identifican: “en las publicaciones me identifico porque son cosas ciertas que verdaderamente son de interés de los jóvenes, ciertas páginas que te ayudan a desarrollar el cerebro, videos

culturales, problemas sociales y económicos que pasan en el mundo, o videos sobre adicciones” (July, Entrevista por Facebook 2015). Esto ha promovido en los jóvenes una necesidad de estar siempre conectados, para no sentirse desactualizados y perderse de cosas vitales para ellos, como nos dice Juan: “una semana sin Facebook, se me haría medio raro pienso que la chica que me gusta se conectaría, me escribiría, me habrá puesto algún visto, no poder ver los videos que a mí me gustan” (Juan, Entrevista por Facebook 2015). La conexión se vuelve una necesidad imprescindible para ellos, un alivio cuando la adquieren nuevamente y una pesadilla cuando se dificulta, como lo expresan públicamente en sus muros: “Bueeno ya llegue A Kito fue un viaja largo y una semana sin internet.. XD jajjaajj — (emotición) me siento aliviado en Quito” (Erick, Información Muro de Facebook 2015); “All fin conectadoo otraa ves desde di cell k felisidadd jeejeje” (Walter 2015).

Los jóvenes buscan conectarse diariamente, sea porque tienen internet en casa, o utilizando otros recursos como el *wifi* de vecinos o cargando megas al celular: “no tengo internet, *wifi*, tengo de mi primo y de un vecino, tengo las claves por suerte, todos los chicos tienen internet, un amigo no tiene pero se conecta con un dólar con megas, siempre están conectados, en vacaciones es cuando full se conectan” (Juan, Entrevista por Facebook 2015). El poderse conectar desde dispositivos diversos como una *tablet* o celular, les permite sentirse más cómodos que estar en una computadora, no solo porque el manejo digital se les hace mucho más fácil y cercano, sino porque se convierte en un espacio en el que pueden separarse del mundo adulto, ejercer de alguna manera cierto poder y control, de su espacio y privacidad:

mis amigos se conectan más en teléfono, porque no tengo en la compu internet, ahí me aturde la luz, mejor desde el celular porque es como que tiene teclado pequeño más fácil de usar con los dedos en la compu teclado, mouse, esconderse eso es full, demasiado, viene la mamá y quiere ver pero le tienes con contraseña, aunque pruebe y pruebe, no va a poder entrar, aunque estés viendo cosas que no debes [...] en la compu también puedes poner códigos para que no vean, siempre y cuando los jóvenes dicen que son más sabidos que los demás le dan más uso al internet (Juan, Entrevista por Facebook 2015).

Este segundo hogar, les permite exponer ante el resto como son, sus gustos, aficiones, etapas de vida en la que se encuentran. Algunos de los temas que se destacaron en estos espacios, en líneas generales, fueron la expresión de sus gustos musicales, juegos, aficiones, así como el colocar memes o frases. Dentro de las páginas

que visitaban para encontrar material de publicación en sus muros, respecto a frases², pensamientos ligados a imágenes que hablan sobre sentimientos, motivación, levantarse y seguir, desengaños amorosos, amistad, autoestima. Estos recursos constituyen una manera de comunicarse y expresar abiertamente lo que piensan, de manera más rápida, estética. Los hombres tienden a publicar con mayor frecuencia memes³ sobre las frases amorosas, etiquetando a sus amigos. Otra diferencia que se encontró entre géneros, es una mayor tendencia de las mujeres a utilizar Facebook, no solo porque iniciaron su uso antes que los chicos, sino porque tienden a conectarse con más frecuencia, realizan mayor cantidad de publicaciones, cambiando constantemente sus fotos de perfil y portada, colocando fotos de ellas en primer plano, como protagonistas, dando mayor prioridad a mostrar su físico, sexy, que a su manera de pensar y actuar. Además los hombres etiquetan con menor frecuencia que las mujeres.

En lo referente a la seguridad, están conscientes de que Facebook es un espacio público, abierto a todos, en el que deben tener cuidado al momento de publicar su información, para no llegar a exponerse a situaciones riesgosas: “el Facebook ya no es mío sino de otras personas que tienen todos mis datos, lo que deberíamos poner son cosas más tranquilas, como fotos no tan excesivas, publicaciones no tan excesivas [...] como exaltarse en las fotos, mostrar las chichis o pensamientos muy groseros, grotescos o indirectas” (Bellavista 2015). Conocen sobre la importancia de no publicar información privada respecto al número telefónico, lugar donde viven, o temas muy específicos sobre ellos. Sin embargo, es común encontrar en sus muros información sobre el lugar donde se encuentran, las actividades que está realizando, e incluso la forma de localizarlos: “Agreguen!! Al watsApp?? 098 (número completo) ...!!” (Susi 2015).

Debido a la importancia que le dan al perfil de las personas en esta red social, es justamente la información que encuentran en este, lo que les permite detectar si una persona podría ser potencialmente alguien en quien confiar o no: “por seguridad se investiga un poco vaya a ser alguien que quiera secuestrarte, primeramente no tenga foto de perfil, no mucha información, la edad, que de la nada te empiece a interrogar

² Frases caja de ilusiones, Poemas de inspiración, Consejos de amor, Te amo, Desde mi espejo, A tres metros sobre el cielo, Dios en bueno, Te empuje sin querer Zorra digo Sorry, Chichikoficial, Un lugar para soñar, Soy romántico hasta morir, Wereverwerooficial, La Arrolladora Banda el Limón, El circo, etc.

³ A mí no me jodas gran hijueputa, X q chucha soy tan sexy, Memes Ecuador, El Sabio Homero, No se ahueve mijin, etc.

[...] si es una persona si no tiene foto y le acepto y veo su perfil y no veo otras fotos ni donde salga, no está etiquetado, es como que se me va a hacer desconfianza, alguien anónimo” (Juan 2015).

4.4. Evolución en los usos de Facebook: 2012 al 2015

El revisar los perfiles de los participantes desde su creación hasta la fecha, permitió identificar algunos hitos y tendencias importantes en referencia a Facebook. Si bien varios iniciaron con sus cuentas de Facebook en el 2012, es a finales del 2013 donde todos tienen su perfil en la red social y empiezan a participar activamente en la misma. En un inicio, en el 2012, su participación era muy baja, y no implicaba una exposición de ellos para generar visibilidad, quizás debido a que la mayoría de sus pares aun no participaban en esta red. Se conectaban y publicaban esporádicamente, comparten cadenas en formato de texto, música y videos. No tenían la costumbre de etiquetar, más bien eran etiquetados por su familia, en fotos de eventos familiares. No se creaba aun la necesidad de ocupar la posición de protagonista dentro de su perfil de Facebook, ya que la audiencia a la que desearían impactar no estaba dentro de sus contactos, no existía una motivación para mostrarse en este espacio, como sí sucede posteriormente, cuando su audiencia está compuesta cada vez más por sus pares, a quienes necesitan agradar, y de cierta manera, enamorar.

Para inicios del 2013 se observa paulatinamente una mayor frecuencia de conexión, las cadenas escritas son reemplazadas por elementos más interactivos como imágenes, pensamientos y frases, memes, juegos, test. Esta mayor conexión no está dada solamente por el tiempo que dedican a esta red, sino por la participación de sus pares en la misma, aumentan su número de amigos y empiezan a ubicarse como protagonistas, colocando fotos de ellos, etiquetando a sus amigos. Las mujeres buscan mostrarse más sexys, atractivas, lo que se refuerza por los cambios físicos de la edad, esperan que los comentarios de su audiencia confirmen su belleza. Empiezan a adoptar ciertos modos de escritura que les permite entenderse entre ellos, mezclando mayúsculas con minúsculas, insertando emoticones en sus comentarios, escribiendo palabras abreviadas; en definitiva van formando colectivamente sus propios códigos de comunicación. Si bien sigue prevaleciendo la publicación de sus gustos musicales, frases, chistes, juegos, empieza a ganar espacio la exposición de su figura atractiva, especialmente en las mujeres.

En el 2014, ya todos participan activamente en Facebook, la intensidad de las publicaciones aumenta, al parecer la audiencia crece apresuradamente y necesitan

buscar la forma de complacerla, hay jóvenes que tienen más de mil amigos. Si bien se mantiene el tipo de contenidos que se presentaban en el 2013, empiezan a prevalecer aquellos que permiten una mayor exposición, de una imagen atractiva, física, social o intelectualmente. El volverse una personalidad atrayente, especialmente en el aspecto físico, sigue prevaleciendo en las mujeres, pero ahora se utilizan recursos tecnológicos, herramientas como Retrica que tienen como objetivo aumentar, exaltar sus atributos. A esto se suma la demanda de atención, ante lo cual establecen retos o juegos en donde solicitan *like* o comentarios para realizar actividades, que generalmente buscan exponer más a la persona y hacerla mucho más atractiva, sugestiva, y en algunos casos, seductora, como lo publican directamente en sus muros: “like! & the mandO! un! mensaje! liindO! psdt: kOmentariOs! fiijOs! aOra! mamiis! & papis!”; “liike!! liike!! & the publiikO!! liinda nOche!! mii amR!! (emotición) k? sueñes!! konmiigO!! (emotición)” (Susi 2015).

Frente a estos pedidos y retos, es común ver en los muros comentarios repetitivos como respuesta a estos, pero escritos de manera diferente para marcar su singularidad, como por ejemplo de la palabra linda noche: “Linda Noche”; “liinda nOche!! mii amR!!”; “Linda nOche bbY (emotición)” (José 2015). El recibir comentarios o *likes*, se convierte en una vía para reafirmar su presencia en Facebook, y de esa manera sentirse importantes, ser populares y captar la atención de su audiencia actual y potencial, como nos lo comentan:

piden like, porque la mayoría de personas creo que son medio tontas, dicen MG y te pongo algo lindo en la noche, o MG y digo eres mi novio, es como que tratan de hacer más publicidad en su Facebook mismo para que les agreguen y que tengan más contactos de los cuales tenga en una foto de perfil que tiene 10 like vaya subiendo, incrementando, es como que quieren sentirse populares (Juan, Entrevista por Facebook 2015)

De cierta manera, la audiencia de Facebook les dice como tienen que ser y qué cosas deben hacer, si desean ser parte del grupo. Es su manera de convertirse en famosos de alguna manera, aunque sea por un momento: “tener muchos me gusta es como si llego mínimo a los ciento y algo likes mis amigos me dicen ve eres famoso, yo le puedo decir a mis amigos y cuantos likes tienes tú, él me dice 25 y yo le empiezo a presumir entonces como que se va a sentir un poco mal van a hacer lo posible para llegar al mismo número, para sentirse bien con el mismo” (Juan, Entrevista por Facebook 2015). Otro elemento importante que se destaca en el 2014, con un sentido similar al de pedir *likes* y retos, es el ratificar que una persona ha sido añadida al grupo

de amigos y que se podrá iniciar una conversación por *inbox*, como lo escriben en sus muros: “ADD: wapa dale inbox” (Pao 2015); “ADD.! HermOzo escribeme cOn fe q mii chatt T espera.!^^ ” (José 2015). Cada uno a su manera busca diferenciarse, utiliza las mismas palabras pero dándoles su toque especial. Otra tendencia que se dio entre estos años, fue el uso del ask.fm como un juego que permitía interactuar a los jóvenes haciéndose preguntas de manera secreta, molestándose entre ellos, como lo detallan en su muro: “pegunten o emçncamen toy abudido jeje ASK FM” (Juan 2015).

Estas tendencias marcaron el paso hacia una mayor interacción en Facebook, ya no solo en los muros públicos, sino de manera más privada, personal, de cierta manera secreta mediante el *inbox*. Empiezan a darse conversaciones más largas, interactivas y espontáneas, ante publicaciones, diferente a lo que sucedía en años anteriores, donde los comentarios estaban ausentes, eran muy cortos, se daban en menor cantidad y generalmente correspondían a calificativos relacionados con la belleza “linda, hermosa, guapa”. Además, el rol pasivo del etiquetar que se daba antes, empieza a volverse muy activo, especialmente en las mujeres, quienes tienden a etiquetar a una gran cantidad de personas cuando publican sus fotos seductoras o solicitan *like* por sus comentarios o retos. Los hombres tienen a ser más exclusivos al etiquetar, hacen referencia específica a personas que están implicadas en la situación que se publica.

El mayor uso de Facebook, permitió además que se convierta en un espacio para que puedan intercambiar información sobre deberes, tareas del colegio. También les permite organizarse para realizar actividades. Empieza a notarse la construcción de un importante sentimiento de pertenencia, aparecen fotos más grupales, se etiquetan en sus distintos grupos de amigos del colegio, del barrio, se afirman los lazos de amistad, se continúan conversaciones pendientes o actualizan acontecimientos.

Otra característica que empieza a tomar fuerza en entre el 2014 y 2015, está dado por el uso de Facebook como reemplazo de las llamadas telefónicas o los encuentros físicos de antes, pues les permite estar sintonizados y conectados mientras realizan sus deberes, sin necesidad de movilizarse ni gastar tiempo ni dinero para ellos, con la ventaja de exponerse ante sus audiencias, mostrándose como jóvenes actualizados y populares ante todos. Incluso, ya no es común pedirse el número de teléfono para comunicarse, sino su nombre en Facebook o su Whatsapp: “te piden Facebook en lugar del teléfono, tienes whatsapp, ahí te agrego y me mandas tu

Facebook o en Facebook te piden tu número para el whatsapp” (Juan, Entrevista por Facebook 2015)

En el 2015 se pudo observar que especialmente en el grupo de los mayores, que se encontraban a pocos años de culminar sus estudios secundarios o ya lo habían hecho, la intensidad con la que publicaban en Facebook tiende a bajar, son más selectivos en los contenidos que colocan, más reflexivos, un tanto filosóficos; siguen conectados pero se preocupan menos por mostrarse físicamente atractivos, retocando sus imágenes, prefieren empezar a mostrarse como son en su cotidianidad, sus gustos, aficiones. Se observan fotos más grupales, naturales, sin tanto retoque, con ropa más común, audífonos, haciendo muecas, caras; mostrándose más naturales, como son en su cotidianidad. Como nos comentó el Profe Pato: “Al principio si mostrarse atractivos, poco a poco van venciendo el ridículo de una foto fea, mostrarse como un modelo, se aceptan como son, al principio me mandaban las solicitudes eran las fotos con photoshop, destello, luego ya no, les daba lo mismo la foto en que salen sudados de aquí, la foto con la mueca” (Pato 2015).

Una de las participantes nos expuso su cambio, el que se visualizaba claramente en su perfil de Facebook, pues pasó de fotos muy provocativas, a presentarse con ropa holgada, capucha, una postura más recatada y selectiva en sus publicaciones, una especie de evolución como persona que fue vivida en su cotidianidad y trasladada a la red:

yo pongo cada vez que me saco una foto bonita y ahí pongo sino no, yo he cambiado, antes era así, antes de conocer Capoeira andaba solo metida en Facebook, como antes me enamore publicaba muchas cosas en Facebook, dedicatorias y tanta cosa, y publicaba cada cosa en Facebook cada 5 segundos, me tomaba full fotos, una foto y en el Facebook, cada 5 segundos, tenía un millón fotos, deja de tomarte fotos, ellos me molestaban y me decían que deje de ser tan vanidosa, me decían que no me tome en babydoll, una vez me tome como unas 150 fotos con la misma ropa y las subí [...] he cambiado hasta en la forma de vestirme, antes me gustaba venir incluso a entrenar con camisetas que muestren todo, hasta que un día tuve un problema con el chivo (profesor) y me regañó, ahora me ve solo en camisetas y me siento bien (Bellavista 2015).

De cierta manera podríamos decir que a medida que aumenta la edad, los jóvenes van adoptando posturas en las que se sienten más cómodos, y que si bien desean agradar a su audiencia, no están dispuestos a sacrificar lo que ellos son o en quién quieren convertirse: “no quiero decepcionar a mi público, lo manejo con información adecuada, poner cosas que me interesen y abarquen a mí, pero tampoco me voy a dejar llevar por algo que no me guste por agradar, trato de poner algo que

sea agradable para mí y las otras personas, tampoco voy a poner cosas de lo que sea en mi perfil” (Bellavista 2015). Los menores, entre los 13 y 16 años, aún están experimentando con su perfil, se mantienen con la búsqueda de esa imagen atractiva a los demás, han pasado de Retrica a B612, publican comentarios o test que reafirmen su atractivo. Además de estos cambios en los usos de Facebook, se dan cambios en la personalidad, en la forma como los adolescentes se vivencian y construyen, un proceso de maduración hasta llegar a conformar una identidad con la que se sienten satisfechos y cómodos, como analizaremos en el siguiente punto.

4.5. Facebook, un espacio para identificar la evolución de las personas

Revisar la cuenta de Facebook de una persona, es un acceso directo a su historia de vida, su evolución como sujeto, una manera de conocerla:

cuando veo un perfil, para aceptar una persona debo conocerla, y segundo reviso bien como es esa persona, desde cada publicación no voy a aceptar una persona que publique barrabasadas, que no tienen nada que ver con lo que me interesa a mí, alguien que se haga respetar, porque es una persona pública, veo muy bien a la persona como es, las frases, no vas a ver una frase de Pablo Neruda en alguien que se dedique a fumar (Bellavista 2015).

La adolescencia es una etapa de experimentación, en donde van probando para identificar la imagen de sí mismos que quieren incorporar y mostrar al resto. Esta red social permite visualizar el proceso de maduración de las personas, los cambios que van experimentando hasta lograr consolidar una imagen con la que se sienten cómodos y de cierta manera, auténticos: “en el Facebook vas viendo los cambios que vas teniendo, hay chicos que tienen Facebook desde los 14 años y su Facebook van a poner de pantalla de Pokémon, ya a los 16, 17 años van a poner una portada que les llame más la atención, que los identifique, música, deporte, amigos, es una maduración” (Bellavista 2015); están conscientes de que van cambiando y se van construyendo, madurando y formando su identidad.

Se va produciendo así un proceso de maduración, donde no solo el tipo de publicaciones e imágenes van cambiando, sino incluso los nombres de sus perfiles: “antes tenía de todo, Anita coneja, Anita liguista, de todo tenía, a mí no me gusta mi apellido [...] ahora solo puse Anita Anita” (Bellavista 2015). Incluso la moda llega a adoptar ciertos tipos o título de nombres, con el anhelo de provocar de alguna manera una tendencia que les permite visibilizarse más: “sale como una moda de zapatos todos lo compran, si alguien pone un nombre como que son famosos y debo ponerme y se

ponen para ser famosos, va corriendo, de boca en boca” (Juan, Entrevista por Facebook 2015). Encontramos dentro de los perfiles revisados ciertas tendencias a colocar ciertos nombres, similares pero escritos de diferente manera, especialmente en las mujeres, quienes utilizan el sustantivo señorita, al que añaden su nombre o apellido: Srt, Sñrt, Sñrîth, Sñörîthhâ, Señoriitha, SeñoOriitha, Señoriithâ, Señoritha.

4.6. La audiencia es quien aprueba el perfil de Facebook

En Facebook, cada perfil es un Yo que comunica, comenta y circula información, mediante publicaciones, sean textos, fotos, videos, imágenes, que hacen referencia al sujeto en su vida online, lo validan o descalifican. Esto se debe que,

el perfil de cada participante se vuelve realmente una extensión de nuestra subjetividad, donde se juega no sólo nuestra reputación online sino también nuestra intimidad. El cuerpo está presente porque las fotos, las etiquetas y los textos publicados están atados a un “yo” que comunica, que es también “cuerpo” y “gesto”. “Taguear” a un amigo en una foto, o manifestar gusto/rechazo por una publicación de un contacto de la red, son otras formas del “decir”, prácticas que dan cuenta de señalamientos y aprobaciones que acompañan el texto escrito (López y Ciuffoli 2012, 86).

Lo fundamental en Facebook es entonces la respuesta de la audiencia, recibir un *feedback* que los “presentifique” y reconozca, dentro de sus particularidades pero al mismo tiempo, como parte del grupo de los jóvenes. Se vuelve vital entonces proyectar una buena imagen ante su público, por ello la foto de perfil se convierte en su carta de presentación, habla de cómo son, por lo que se vuelven muy cuidadosos y selectivos al momento de escogerla: “lo que uno exige en el Facebook es lo típico, yo debo ponerle a mi Facebook una foto bonita sino me van a criticar, te exiges tú mismo ser mejor solo para verte en la pantalla, se vuelve una obsesión, lo típico, a mi foto debo arreglarle millones de veces para que se vea bien, súper bonita, te exige como el vanidoso del día diario” (Bellavista 2015). Esto lleva a los jóvenes a una necesidad constante de actualización, estar cambiando fotos, poses, efectos, para que su público no piense que es estático, que siempre está en lo mismo.

La audiencia cumple el papel de aprobar o desaprobar a la persona, por ello la importancia de agradarle. Esta aceptación está marcada por los *like* o comentarios que se evocan ante sus publicaciones, de ahí que en muchos casos soliciten abiertamente que les pongan un me gusta o comenten, sin importar el tipo de imágenes o poses con las que se exponen, buscando alcanzar mayor visibilidad, ser de alguna manera famosos, resaltar frente a los demás:

hay jóvenes la verdad que publican fotos que no son aptas para una red social, tienen acceso a muchas personas, y por la popularidad aceptan a cualquier persona, la mayoría buscan ser populares, colocando ciertas fotografías, que sean extrovertidas, que muestren las piernas, que la falda cortita que la blusa escotada, para mostrarse más guapa, como si fueras alguien famoso, se han de creer los mejores (July, Entrevista por Facebook 2015).

Buscan en este espacio mostrar como son, no solo desde la imagen física de una foto, sino exponiendo su manera de pensar, sentir,

trato de poner cosas que sean aceptables para las otras personas y a la vez que me definan a mí mismo, no dejarme llevar por nada, ser auténtico. Mi perfil sería utilizar cosas que me representen a mí, desde un detalle hasta una cosa que sea representativo para mí, como dicen hasta por Facebook te conocen como eres, porque típico le gusta esto, le gusta este otro, algo que hable de mi pero no de tanta intimidad que me puede exponer (Bellavista 2015).

También, el perfil tiene el objetivo de hacerle ver a la persona atractiva, relacionarse con el sexo opuesto: “en otros casos se usa para ligar o tener algo con alguien los conocidos vaciles” (Juan, Entrevista por Facebook 2015). En el caso de las fotos de portada, pasa algo muy diferente, generalmente en este espacio se colocan sobre todo imágenes grupales, con amigos, o frases, pensamientos que los identifican como personas, paisajes, gustos particulares en cuanto a música; son contadas las fotos en las que ellos se colocan como protagonistas. Son imágenes que hablan de las cosas que son importante para ellos, imágenes que los identifican y permiten tener un marco que los respalda y acoge, contiene a ese perfil que es su yo.

4.7. Facebook, espacio ideal para expresarse

Facebook se convierte en un espacio donde pueden expresar sus sentimientos, colocan sus estados de ánimo, sea mediante fotos, estados, emoticones o comentarios; exponen su lado más sensible, sus vulnerabilidades dentro de un espacio que admite, facilita, este comportamiento, el que a su vez es aceptado y promovido por la audiencia, quien participa de los mismos brindando apoyo, compañía en esos momentos de sensibilidad: “si alguien dice me siento tan mal que quiero matarme entonces le escribes y le dices oye que te paso porque te sientes tan mal, así se maneja más” (Juan, Entrevista por Facebook 2015). Esta red social se ha convertido en su diario de vida, en donde detallan cada una de sus actividades y sensaciones diarias, colocan sus intimidades para exponerlas ante sus amigos, y así sentirse acompañados, comprendidos: “para todos los jóvenes es un red de expresar todo lo que sientan por

mensaje o estados y que nadie de su familia se entere” (Juan, Entrevista por Facebook 2015).

En general, tienden a expresar sentimientos ligados a la tristeza, soledad, esperando que su grupo de amigos, les brinde soporte y comprensión en estas situaciones; de alguna manera esta vulnerabilidad que se muestra espera encontrar el abrazo cálido, protector y reconfortante en el otro, como se observa en una conversación mantenida por una de las participantes con sus amigas en su muro:

q MaL sE sIeNtE q naDiE tE cOmPReNdA eN sTa ViDa pOr esO dIgO q sERa lo BuENo DE La ViDa SiNceRAMENtE nAda SolO sUfrIeNto y DoLor BuBubU”; (le comentan) “ohhhhhhhhh mi emi te adorooooooooooooo eres asi lo mejor ummmm no etes triste por q sino yo tambien me pongo trsite y luego llorooooooooooooooooo” (responde) “GRAX MI VIDITHA GRAX A TODAS X LOS APOYOS A PESAR DE LAS COSAS CURSISS JAJAJA GRAX A TODAS MUA”; (le comentan) “todo en la vida es duroooo si no de que serviria triunfar ... x eso luchaa hasta mas no poder y lograras todo lo q t propongas t kiero”; (responde) “ok gordita grax amora sabes te amo demasiado no se como puedo tener amigas asi y sabes si y ya he tomado un lado bueno q a pesar de las cosas la vida sigue adelante asi q a luchar a pesar de los obstaculos doy 100pre grax a dios x darme amigas tan sinceras y lindas full grax (Emilia 2015).

Se refuerza así en este espacio un sentimiento de seguridad y contención, pues se sienten contenidos, entendidos y apoyados, reciben ánimos para salir adelante y una imagen que ratifica lo importante y especial que son para sus amigos. Además les permite sentirse queridos, acompañados, amados. Hay ocasiones en los que, si bien los sentimientos de tristeza son expuestos en el muro, para llamar la atención, se desarrollan de manera privada o presencialmente, realizando pedidos para hablar del tema en *inbox* o presencialmente. Lo que se busca finalmente con la publicación de este tipo de sentimientos, es un llamado de atención, atraer la mirada del otro para que este lo consuele y ratifique lo importante que es para otras personas, sentirse querido, buscando muchas veces sustituir la falta de cariño y comprensión que sienten en casa.

Es indiscutible la importancia que tienen los amigos en esta etapa de la vida, y esto se muestra reiteradamente en Facebook de distintas maneras. En algunas ocasiones, se valen de este espacio para solicitar consejo de sus amigos, ante una situación en la que no saben cómo actuar, y que generalmente les causa angustia, enojo, tristeza, pero también expresar lo mucho que los quieren y lo importante que son en sus vidas mediante, frases, comentarios, imágenes. Los amigos son parte esencial para estos espacios de expresión, pues sienten que con ellos pueden

desahogarse con la seguridad de que serán comprendidos y respaldados por ellos, como subrayan en su muro:

HoY mE sIeNtO mUy TrIsTe O dEsAhOgE tOdO IO qUe TeNiA QuE dEsAhOgAr y AgRaDeScO aNtE mAnO a LoS qUe mE cOnSolArOn Grax Juan, Migue, Walter y Cristian ñaño Mari Pablo los amos son verdaderos amigos como mis hermanos los amo fullll....” (le comentan) “Grax lok hoy fue este dia donde vi los verdaderos amigos en todo sentido que aparte de que agamos guevadas es pa las que sean ggg los amo grupo” (le comentan) “ejej fresko menn a quii estamos lops panbass mennn hejhejeje (Juan 2015).

El temor a la invisibilidad hace que los adolescentes busquen intensamente la atención de su audiencia, una respuesta por parte de ellos que les garantice que no están solos y que son importantes para ellos, demandando directamente atención desde sus muros: “bubu nadie..! se akuerda de mi k mal...!!! me siento triste”; “No me olvides.. Escíbeme”; “seR!! ignOrada!! pOR!! la!! peRsOna!! k? mas!! te impORta!! en!! seRiO!! duele!! MUCHO (emotición)” (Susi 2015); “Rica Tarde Bb♥___NO TE OLVIDES DE YO (emotición)”; “ola ! Hermoso dia (emotición) Cuidt' Escíbeme :) – Devolver (emotición)”; “quien me imboxea estoy muy sola (emotición)” (Pao 2015).

4.8. Personalidades diversas

Dentro de Facebook podemos encontrar distintos tipos de personalidades, Yoes que buscan mostrarse, encontrar su forma de ser y estar en el mundo, utilizando diversos mecanismos para expresarse y volverse visibles en este espacio, y que generalmente van acorde a la forma en la que las personas se desenvuelven en su cotidianidad. En los perfiles revisados en la investigación, pudimos encontrar diferentes tipos de personalidades que se manifiestan en esta red, unas mucho más extrovertidas, que buscan mostrarse atractivas, provocativas, sexys; otras un tanto más recatadas, temerosas, inseguras, a quienes les cuesta exponerse, abrirse, aunque lo van haciendo poco a poco, pero sin llegar a los excesos de las primeras. Existe un tercer grupo caracterizado por personajes más cautos, reflexivos, un tanto filosóficos en momentos, que no buscan exponerse ni ser valorados por su físico, su imagen atractiva, sino por su forma de pensar y actitud hacia la vida, siempre positiva y motivadora.

Al final, todos buscan lo mismo, ser reconocidos y aceptados por su público, pero tomando caminos distintos, en base a lo que van adoptando de su audiencia, sea desde la posición de la visibilidad física, la vanidad, o desde una posición que destaca una valoración más personal, su forma de ser, de pensar. Esta posición de vanidad se manifiesta con mayor fuerza en los grupos de participantes de menor edad, sobre todo

en las mujeres, quienes mediante una foto o comentarios resaltan sus atributos físicos, atractivos, y a la vez solicitan directamente a su audiencia que los certifique: “Juju io ii miis ojiithos hermo0s0os!!” “puff!! diijerOn! k? enamOrO! Oh! yeha!” (le comentan) “eres re linda!... je je muy linda si que enamoras” (Susi 2015). Se dicen guapos entre ellos, de devuelven la mirada cual espejo. Llegan incluso a etiquetar a sus amigos solicitando directamente que les den *like*, para así sentir que confirman su belleza: “den like y comenten .. aww ..lindos y lindas like” (Carlos 2015).

Otra manera en la que buscan resaltar su imagen es a través de las cosas que tienen o adquieren, sobre todo tecnológicas, que les permiten mostrarse actualizados y conectados a la vez. Empiezan también a utilizar encuestas sobre temas que resaltan esa imagen que se busca alcanzar, test de que tan popular eres, que tan lindo eres, que tan buena amiga eres. Esto permite dar cuenta de la constante búsqueda de aprobación, avalada en el caso de los test en teoría científicamente, de cómo quieren ser vistos por los demás.

La otra vía utilizada para ganar visibilidad ante la audiencia está dada por el reconocimiento de su forma de pensar, sus cualidades como amigo y persona, sobre sus atributos físicos. Hablamos de una visibilidad más intelectual, social, donde prevalece la forma de pensar sobre lo físico. Tienden a exponer sus pensamientos, hablan de cómo son, como quieren ser vistos por los demás, de la postura que buscan adoptar frente a la vida y desde donde quieren ser reconocidos por su audiencia: “Quizás, muchos piensen que... el mostrar una sonrisa es sinónimo de ser feliz, pues no lo es; saben? para mi significa, intentar superarse a pesar de los problemas...” (Moni 2015); “Mira siempre para adelante , nunca para atras y si te caes levantate ! Sonrie a pesar de todo y llora cuando en realidad lo necesites (emotición)”; “Sonrisita para todos los que no les gusta que sea feliz,al fin pues mi vida es asi ,llena de sonrisas y aki !se la dedico (emotición) no me importa nadaa!! soy feliz (emotición)” (José 2015).

Quienes privilegian esta postura ante su público, son los chicos de mayor edad que están culminando sus estudios secundarios o ya lo hicieron, y que participan más activamente en el grupo de Capoeira. Generalmente no publican fotos sexys de ellos, sino más bien imágenes que son parte de su cotidianidad, en la que pueden salir no tan guapos, haciendo muecas, en ocasiones el ridículo, o simplemente sonriendo, fotos grupales con sus amigos, de actividades deportivas o de Capoeira que realizan, paseos con sus amigos, o de pensamientos de motivación y reflexión. Son personas que no están preocupadas por exponer ante toda su audiencia sus dramas internos y cotidianos,

son menos vanidosas, más reflexivas, relatan su vida diaria con normalidad, sin exaltarla ni exagerarla; de alguna manera son más conscientes de lo que pasa a su alrededor, no se encierran en su narcisismo. En estos espacios, buscan que los reconozcan como buenos amigos, personas importantes, inteligentes, confirmando aquellos atributos que trascienden lo físico.

4.9. Facebook, requisito básico para la socialización y pertenencia

Dentro de Facebook, se pudieron identificar dos tendencias que marcan los grupos de pertenencia, una está dado por el lugar donde estudian, sus compañeros de curso y el colegio; el otro grupo está dado por las actividades extracurriculares que realizan, como el grupo de Capoeira, sus amigos del barrio, y en algunos casos grupos religiosos. En estos grupos, se comparten momentos vividos cotidianamente, se los expone en la red; de cierta manera se rememora lo que sucedió y se extiende la conversación. Se convierte también en un espacio para interactuar entre ellos, enviar información de interés, molestarse, en donde se etiqueta a personas específicas a quienes alude directamente la publicación.

Facebook permite prolongar los encuentros, hablar de lo que les pasa y de la gente, de su cotidianidad, continuando conversaciones que por tiempo quedaron inconclusas o que se generan espontáneamente, como si estuviesen frente a frente, sin pensar en que hay una audiencia que está participando de las mismas, aunque sea pasivamente. Incluso, una vez que se encuentran en el grupo de Capoeira, continúan conversando por Facebook o Whatsapp en un grupo que establecieron entre ellos, de esta manera se actualizan de lo que pasó en caso de que no hayan podido asistir: “mis amigos se conectan todos los días, frecuentemente [...] por ejemplo salgo de aquí (entrenamiento) y ya me conecto y hablo con mis amigos, tenemos un grupo, hablamos de cómo nos ha ido, quien fue, que hicimos, oye que chévere que estaba, estamos concentrados en el mismo tiempo, es más una relación con tus amigos” (Juan, Entrevista por Facebook 2015).

Facebook posibilita y fomenta las relaciones sociales entre los adolescentes y el sentimiento de pertenencia que se desarrolla posteriormente. El tener una cuenta en esta red social se convierte en un requisito para relacionarse, para ser considerado como parte del grupo, aceptado socialmente como joven actualizado, no ser rechazado:

si no tienes perfil, se le hace bullying, tengo un amigo dice que no, entonces eres antisocial, una amiga que no tenía Facebook le decían miren ahí viene la antisocial, le dicen cuándo vas a comprar una compu hay me equivoque porque tu

utilizas una piedra y algo para escribir ahí, empiezan a hacerle bullying. Para ser parte del grupo, se sienten mal las personas y les dicen papi debo irme al internet porque tengo full deberes y se quedan 2 a 3 horas tratando de ver cómo crear su Facebook. Mi hermana quiere sacarse porque dice que yo tengo le digo que no debe hacer porque otros tienen, está en octavo (Juan, Entrevista por Facebook 2015).

4.10. Facebook como herramienta de comunicación y cohesión

Para los integrantes del grupo de Capoeira del Punto Joven Bellavista, Facebook se ha convertido en un medio básico de comunicación entre ellos, sea para organizarse o actualizarse sobre las actividades del grupo, no solo de Bellavista sino de la ciudad de Quito: “Face es más como un apoyo, para coordinar con los talleres de la Casa Metro, tenemos amigos de Chillogallo, de Chimbacalle, de Carapungo, y siempre nos reunimos [...] nos sirve mucho porque la comunicación siempre es por Facebook, todos los viernes tenemos una roda y nos comunicamos por Facebook” (Bellavista 2015).

Dentro del grupo de Capoeira se ha dado un fuerte sentimiento de grupo, en el que todos conviven y comparten, independientemente del sector en el que se ubique cada agrupación. Además se conocen todos, por la participación activa en los distintos espacios de encuentro que se dan o por ser parte del grupo en Facebook que tienen (Acanne). De cierta manera, esta red social les convoca y relaciona, como dice Profe Pato, “ayuda a la pertenencia, hay veces que me dicen necesito consultar eso y le digo que pregunten a tal persona o hacemos una conversación en grupo y ya se van soltando más, en interactuar en persona ya se sueltan más, el Facebook da esa pauta para que puedan relacionarse mejor” (Pato 2015).

A nivel particular en Bellavista, este medio es utilizado por el instructor para comunicarse con sus alumnos: “hay grupos específicos, pero todos están incluidos, les dejo mensaje en el Grupo de Bellavista o armo una conversación con todos, y así más efectivo, les llamo por teléfono o no contestan o es el celular de algún familiar, mejor les veo por Facebook” (Pato 2015). Los chicos, internamente también manejan sus grupos para comunicarse entre ellos, no solo como parte de la actividad sino como grupo de amigos: “típico que conversamos en redes sociales, los chicos de Bellavista tenemos un grupo, Facebook o Whatsapp conversamos, como les fue chicos, fueron a entrenar, que hacemos mañana, vamos a coger palos para los “bilimboys”, es mucha comunicación, eso sí influye mucho” (Bellavista 2015).

4.11. ¿Tener dos perfiles para ocultarse en Facebook?

En general, los jóvenes manejan un solo perfil en Facebook, para ellos lo que hacen en su vida diaria, offline, se transmite transparentemente en su vida online dentro de esta red social, no tienen nada que ocultar, se muestran tan como son, por lo

que no es necesario mantener una doble personalidad en la red. En los participantes se encontró solo dos casos donde se mantenían dos perfiles, en el primer caso, la creación de otro perfil se dio por motivos de seguridad ya que en algún momento hackearon su cuenta, se pudo revisar en este caso ambas cuentas, las que se mantenían en sintonía. En el segundo caso, se mencionó haber creado un perfil adicional con un objetivo específico, de conocer lo que hace su ex pareja. A pesar de que los adolescentes investigados mencionaron tener solo un perfil de Facebook, comentaron que hay personas que tienen más de dos cuentas; esto sobre todo se da, producto de la incursión del mundo adulto en el perfil del adolescente, quien busca establecer su espacio y distancia frente a ellos: “un primo me contó porque ya le tenía casi a toda la familia y como si tiene su novia la familia sabe ver y criticar entonces otra cuenta para los amigos, hasta subir patanadas para que su familia no le diga nada, los amigos vean y la familia no se entere” (Juan, Entrevista por Facebook 2015).

En general, el tener más de un perfil, es considerado por los jóvenes como un signo de desconfianza, falta de honestidad en la persona, por lo que rechazan este actuar: “la persona que necesita tener muchos Facebook esconde algo a la vez o necesita tener dos Facebook para tener dos personalidades o abarcar más cosas que él tenga, o haga, o como dicen tener un Facebook para mi familia y otro para mis amigos, depende personalidad de una persona” (Bellavista 2015). Esperan en general que la forma en la que una persona es en la vida real, corresponda a como se presenta en Facebook, lo que es fácil de comprobar cuando sus contactos corresponden a sus distintos grupos de pertenencia.

4.12. Observaciones finales

Los jóvenes encuentran en Facebook un espacio que los reconoce y representa, ya que en él pueden expresarse y entenderse entre ellos, utilizando códigos, modismos, formas de escritura, que difícilmente son compartidos por los adultos, y que a su vez les permite marcar su espacio, territorio diferencial con ellos, y ser reconocido y aceptado como joven dentro de su grupo de iguales. Además, al recibir los comentarios o *likes* de sus amigos frente a sus diversos tipos de publicaciones, se sienten acogidos, parte del grupo, queridos, refuerza este sentimiento de aceptación.

Facebook se ha convertido para los adolescentes además en un espacio de exploración, donde no solo aprenden lo que es ser joven para sus pares, sino que encuentran el lugar que quieren ocupar, tanto para su audiencia como para ellos mismos, su imagen de sí, la identidad con la que quieren finalmente ser reconocidos

en estos espacios, los que no distan generalmente de su vida real. Para ello, van experimentando en sus perfiles, como se puede observar en sus cuentas, dándose una evolución, maduración, no solo en los usos y aplicaciones que utilizan de Facebook, sino en el tipo de publicaciones que van construyendo progresivamente la imagen con la que buscan ser visibilizados por sus pares, y así aceptados e integrados por ellos.

Su muro en definitiva habla de quienes son, pues si bien no lo revisan, es su diario íntimo virtual, están conscientes que habla de su historia, de sus momentos más importantes, de sus amigos y en algunos casos, incluso de su familia. Esto se confirma en el papel de público observador que pueden llegar a adoptar al revisar los perfiles de sus amigos actuales o potenciales, justamente para averiguar cómo son, sus gustos, sus amigos, sus valores, su forma de pensar, se crean una identidad social virtual de ellos, la que luego se confirma con la interacción que se genera en estos espacios o por la identidad personal real, cara a cara, que se produce, pues generalmente las personas que son sus contactos en Facebook, y con quienes se relacionan periódicamente en esta red, son parte de su cotidianidad, de su círculo más cercano.

Otro elemento importante de recalcar en esta red social, tiene que ver con la amistad, elemento clave para esta edad, pues sus amigos se convierten en sus hermanos, familia, son quienes los escuchan, entienden y apoyan, su paño de lágrimas y payaso al mismo tiempo, con ellos comparten gran parte de su vida, sus emociones, ilusiones, decepciones, problemas, esperando tener en ellos siempre un brazo amigo, que los consuele, levante y los acompañe tanto en los momentos tristes como los más alegres de su día a día.

5. Aporte a las organizaciones sociales

Las redes sociales se han convertido en nuevos escenarios de gestión social que deben ser investigados y entendidos a profundidad antes de realizar cualquier acción que involucre un trabajo con adolescentes, ya que ellos como nativos digitales han nacido, crecido y vivido en un contexto digital, y por ende sus subjetividades deben ser entendidas desde ese lugar, para así poder realizar un mejor manejo y gestión de las mismos. En el caso específico de Facebook, debemos entender que cada perfil es un Yo que comunica, comenta y circula información, dando vida a las conversaciones que tienen lugar en la red, pues todo tipo de publicaciones, sean textos, fotos, videos, imágenes, hacen referencia a alguien, a la red de amigos, no son anónimos. Por ello, se vuelve indispensable conocer la manera en que los adolescentes se apropian de este espacio como escenario de gestión de su identidad y de su interacción con los demás,

para utilizarlo como un recurso que permita a las organizaciones sociales acercarse a este grupo de manera más empática, cercana, y así poder realizar acciones dirigidas a este target de manera más efectiva y productiva.

Es importante considerar que, al querer utilizar Facebook como un espacio de relacionamiento, interacción y comunicación con los jóvenes, no solo de observación que puede ser otra vía para conocer a este grupo, se recomienda partir de un contacto personal previo preferentemente, especialmente si el deseo de hacerlo está dado por una organización externa a su principal grupo de referencia y por adultos, quienes para ser admitidos dentro de su espacio virtual, offline, necesitan primero ser reconocidos e integrados en su espacio real, online.

La investigación realizada en el Punto Joven Bellavista nos permite identificar varias contribuciones a las organizaciones sociales, desde un nivel micro, específico focalizado al desarrollo del barrio de Bellavista, hasta uno más macro, en donde se contemplan a los integrantes del grupo de jóvenes de Capoeira patrocinado por el Patronato San José en la ciudad de Quito, y a jóvenes que pueden ser parte de cualquier organización social en el Ecuador. A continuación se exponen los aportes que se desprenden de la investigación en base a los tres espacios mencionados.

5.1. Aporte al desarrollo del barrio Bellavista

Durante años ha existido dentro del barrio el deseo por parte de sus dirigentes de fomentar espacios de esparcimiento positivo para los jóvenes, una de esas iniciativas fue justamente el grupo de Capoeira. En general, el barrio es organizado, cuenta con una directiva y trabaja activamente buscando mejoras en el mismo, en cuanto a servicios, seguridad y de sentimiento comunitario, organizando eventos, fiestas, agasajos para fomentar la unidad y colaboración entre sus moderadores; se percibe un ambiente de camaradería, comunidad y solidaridad. Por otro lado, los jóvenes que habitan en Bellavista, si bien se conocen e identifican entre ellos, no sienten que dentro de la organización del barrio exista un espacio de inclusión para ellos, donde puedan participar como ciudadanos y ser tomados en cuenta como actores y gestores de actividades de cambio, ser escuchados y contribuir para lograr un buen vivir en armonía.

Al existir ya un nivel de conocimiento y relacionamiento mínimo entre los jóvenes moradores del barrio, Facebook se convierte en la herramienta ideal para promover un espacio de gestión y contacto con este grupo objetivo, pues la mayoría tiene internet en su casa, toman señal wi fi de sus vecinos o visitan con frecuencia los

locales de internet que se ubican en el barrio. El utilizar esta red social permitiría incluirlos dentro de las actividades del barrio, no solo informándoles de las mismas sino fomentando una actitud participativa, que se sientan tomados en cuenta, escuchados, utilizando un medio de comunicación mucho más interactivo, popular y juvenil, cercano a ellos.

Para lograrlo, es importante que dentro del barrio se realice un censo de los pobladores identificando las personas que potencialmente podrían participar dentro de este grupo, conducido preferentemente por un joven líder que maneje lenguajes y códigos similares al grupo objetivo, que no se limite a un carácter informativo, sino también organizativo y de fomento de la pertenencia, y así gestionar y fortalecer desde un nuevo escenario más interactivo, actual y natural para los jóvenes, espacios comunitarios, que se van perdiendo dentro del mundo urbano y que podrían rescatarse en este barrio tradicional de la ciudad. Para poder lograr este objetivo, es importante dentro de la organización barrial la voluntad política de brindar un espacio de participación para los jóvenes y la apertura a integrar las nuevas tecnologías dentro de su gestión en lugar de excluirlas o estereotiparlas, entendiendo la importancia que tienen para el desarrollo de la identidad personal y social de los jóvenes.

5.2. Aporte al desarrollo del grupo de Capoeira de la ciudad de Quito

Para los integrantes del grupo de Capoeira del Punto Joven Bellavista, Facebook se ha convertido en un medio básico de comunicación, sea para organizarse o actualizarse sobre las actividades del grupo, no solo de Bellavista sino de la ciudad de Quito, auspiciados por el Patronato San José. Los jóvenes, las utilizan sobre todo para comunicaciones internas sobre entrenamientos o actividades que se van a utilizar, escribiéndose sobre todo por inbox. Si bien los dirigentes del grupo han logrado incorporado el uso de esta red en la cotidianidad de sus miembros, lo han hecho básicamente desde una posición informativa, más interna al grupo, y no han desarrollado su potencial comunicacional y publicitario, elementos que deben considerarse en la gestión de las organizaciones sociales ya que ayudan a mantenerlas en el tiempo y promoverlas, no solo desde un sentido comercial, sino creando espacios de interacción, participación y pertenencia. Desde esta perspectiva, el grupo de Capoeira debería utilizar su página de Facebook como un espacio que combine los valores de la práctica de este deporte y promocióne la participación, como protagonista o espectador, de la ciudadanía, y que esto permita fomentar la creación y mantenimiento de estos espacios por parte de los gobiernos locales, que por ajustes

presupuestarios tienden a relegar este tipo de actividades, sobre todo cuando estas no generan espacios de visibilidad pública.

El grupo de Capoeira debería aprovechar el vínculo estrecho que tienen los jóvenes con Facebook y sus extensas redes de contactos, para poder promocionar este tipo de actividades, lograr más adeptos, seguidores, sea como practicantes de esta modalidad, protagonistas o como espectadores cuando realizan presentaciones. Para ello, es importante colocar contenidos que permitan a los jóvenes sentirse identificados y motivados a compartirlos con sus amigos o publicitarlos en sus muros, y generar viralidad, que se multipliquen, colocando información gráfica, pensamientos ligados a la práctica del deporte, frases de motivación, imágenes de sus integrantes donde se transmita la emoción que despierta Capoeira, fotos donde los jóvenes sean protagonistas y se motiven a compartirlas, incluso concursos que fomenten la participación.

Este tipo de actividades volverían a la página del grupo de Capoeira mucho más dinámica, visual, con seguidores, comercial, fomentando su potencial comunicativo pero al mismo tiempo, fortaleciendo el sentimiento de pertenencia dentro de los miembros del grupo, y el hacerlos visibles ante los demás, atractivos, poder lograr despertar el interés de nuevas personas a participar dentro de su organización social, impartiendo así la filosofía de vida que acompaña a la práctica de Capoeira.

5.3. Aporte al desarrollo de organizaciones sociales dirigidas a adolescentes y jóvenes en el Ecuador

Cualquier acción que se realice en una organización que trabaje con jóvenes debe partir de la premisa de que ellos son nativos digitales, es decir se mueven, desarrollan y aprenden desde la tecnología, internet y las redes sociales son parte integral de su vida, por lo que en lugar de criticarlas, se debe buscar la manera de integrarlas en el trabajo cotidiano con este grupo. También debemos considerar el atractivo que tiene Facebook para este grupo, ya que les permite suplir las principales necesidades vitales que caracterizan a esta etapa de la vida: separarse del mundo adulto, socializar y pertenecer a un grupo, expresarse y comunicarse, ser visibilizados y apreciados por su audiencia, poder expresar quiénes son y sentir que al hacerlo son reconocidos y aceptados por sus pares. Todo esto se debe tener en cuenta al momento de planificar estrategias, actividades que los incluyan y que busquen al final una participación ciudadana activa de este grupo.

El tener una cuenta en esta red social con su respectiva audiencia, permite a los jóvenes tener un espacio para ser escuchados, apoyados, frente a un mundo adulto que no los comprende o ignora, que no promueve su participación ni los considera como ciudadanos con voz e incluso voto, dentro de las dinámicas sociales en las que actúan, directa o indirectamente, como protagonistas o espectadores. Es importante entonces que las organizaciones sociales que trabajan con jóvenes, incorporen estos espacios ya trabajados e integrados en la cotidianidad de su público objetivo, para utilizarlos como aliados de su gestión, por un lado para comunicarse con ellos de manera más rápida e interactiva, empática ya que se maneja su mismo idioma, pero también como una herramienta de investigación que le permite conocerlos con mayor profundidad, ya a través de lo que publican en sus muros, pueden conocer cómo se sienten, sus problemas, preocupaciones, cosas que los alegran, etc. Esto permitirá tener una percepción cercana de cómo son, qué necesitan, y poder actuar y enfocar con mayor certeza sus necesidades, que no siempre se pueden verbalizar con facilidad, enfocándose según el tipo de organización a fortalecer su autoestima, fomentar su participación social, realizar campañas de prevención, etc.

Otro punto que se debe considerar dentro de las organizaciones, que no se ha desarrollado pero que se facilita y demanda actualmente como resultado de la acción de las redes sociales, es utilizarlas como un espacio de promoción, interna y externa. En el primer caso, dirigida a los miembros que la integran, al grupo objetivo al que se dirigen, fomentando espacios de interacción que lleven a la pertenencia grupal, y por ende a una mayor participación, dejando de lado solo un uso meramente informativo de la red, y generando sinergias que den paso a un espíritu de grupo que apoye activamente la gestión de la organización. En el caso de la promoción externa, enfocada a la audiencia de sus miembros, atrayendo miradas y despertando interés para participar en los programas de la organización, que serían un público más cercano y fácil de convencer, pero también orientado a su imagen como organización, que por un lado brinde soporte y confianza a sus miembros, pero que también permita sostener y reforzar un espacio de participación y reputación, identidad y pertenencia institucional ante la sociedad, pues no solo los adolescentes utilizan a esta red con esos fines.

Conclusiones

La presente investigación tenía como principal objetivo: Realizar una investigación que permita conocer la interacción social que se produce en las redes sociales, como Facebook, lo que posibilita a los jóvenes que asisten al Punto Joven de Bellavista, construir un nuevo escenario de gestión para consolidar una imagen de sí mismos, atractiva, visible y reconocida por sus pares y por la sociedad en la que se desenvuelven. La interacción social es un elemento clave para el desarrollo de los jóvenes, no solo porque les permite relacionarse y socializar con su grupo de amigos, sino también porque crea un sentimiento de pertenencia grupal que contiene a los adolescentes; además, todo esto contribuye en la consolidación de una imagen de sí mismos, una identidad con la cual se desarrollarán con el mundo que les rodea. Todo esto pasa tanto en la vida offline, donde se desarrolla personalmente con sus pares, y en la vida online, donde extiende los espacios de interacción pero con otro tipo de recursos visuales, multimedia, donde se exponen a una gran audiencia como protagonistas, buscando ser reconocidos y aceptados como figuras atractivas, ser visibilizados para no quedar en el anonimato.

El entender la importancia de estos espacios como un nuevo espacio de gestión para consolidar la imagen de sí mismos en los jóvenes, permite que en lugar de excluirlos y muchas veces estereotiparlos negativamente, se los pueda incluir y como se dice comúnmente, sacar ventaja para convertirla en un aliado en la comunicación y estrategias dirigidas al público adolescentes, ya que permite conocer sus particularidades, lenguajes, intereses, y así acercarse a ellos, desde una posición empática y cercana, incluyente, en donde se los acepta, valora y reconoce, dándoles un lugar activo y participativo dentro de la sociedad, fortaleciendo su autoestima y fomentando su participación ciudadana.

Uno de los objetivos específicos fue: Ubicar los nuevos escenarios sociales y culturales producto de la Sociedad de la información en donde deben desenvolver los jóvenes actualmente. Los jóvenes son nativos ideales, han nacido y se han desarrollado en un mundo tecnológico natural para ellos, donde se han establecido nuevos códigos y formas de relacionamiento e incluso aprendizaje. Internet y redes sociales, son parte de la cotidianidad de los jóvenes, de sus relaciones sociales, familiares y personales,

consigo mismo, y van constituyendo espacios desde donde se informan, conocen, se relacionan, crean grupos de pertenencia y van delineando aspectos importantes de su identidad. Por ello, cualquier intervención social dirigida a este grupo, debería contemplar estos nuevos escenarios tecnológicos como medio de contacto con ellos, sea para informar, interactuar o promover actividades con ellos, buscando su contribución activa y creando espacios de pertenencia que ayuden a sostener espacios de representación y participación juvenil.

Otro objetivo fue: Identificar la manera en la que las redes sociales se constituyen en los escenarios propicios para que los sujetos puedan protagonizar y narrar sus biografías personales en relación a sí mismos y los demás. Facebook se ha convertido en la nueva versión de los diarios íntimos, donde los jóvenes mediante diversos recursos, se convierten en protagonistas de su propia obra y narran su cotidianidad, expresan sus pensamientos, experiencias, sentimientos, cambios, pero también se ubican como espectadores, al reafirmar la imagen de sus pares con un like, comentario, compartiendo información o conversaciones privadas en inbox, para reafirmar así la imagen de sí mismos de sus amigos, esperando a la vez una respuesta que reafirme la suya. Estos nuevos escenarios pueden ayudar a entender a los jóvenes de mejor manera, pues sienten que su cuenta de Facebook es un espacio donde pueden expresarse libremente y ser comprendidos, lo que ayuda a conocer de manera más directa las necesidades de este grupo objetivo, que muchas veces tiene dificultades para expresar lo que siente, piensa, le preocupa, y en base a ellos delinear estrategias de gestión enfocadas a mejorar las condiciones de este grupo objetivo.

Un cuarto objetivo fue: Conocer la manera en la que se construye la Identidad del Yo en los jóvenes en base a las identidades virtuales y reales que se producen en el contacto e interacción con sus pares en las redes sociales. Las redes sociales se han convertido en un importante espacio de interacción social, en donde se enteran de actividades que les interesan, se organizan, actualizan, socializan, dan continuidad a sus encuentros o los prolongan de manera virtual, lo que les permite sentirse parte de su grupo de amigos y compartir con ellos, afianzando así el sentimiento de pertenencia que se ha creado en su vida offline, trasladado a la online, esenciales para la consolidación de la identidad del Yo. Facebook les permite no perder el contacto ni la interacción, más bien prolonga estos espacios ya que desde cualquier dispositivo y lugar donde se tenga conexión a internet, pueden conectarse, reemplazando así el uso del teléfono y a los encuentros presenciales. Debido a su facilidad de manejar distintas

pantallas y realizar variedad de actividades, mientras cumplen con sus tareas escolares, pueden comunicarse con sus pares, estar en línea y sintonía con ellos, se sienten así actualizados de la vida de sus amigos, acompañados, escuchados y visibles.

Finalmente, se estableció como objetivo: Conocer la forma en la que la imagen del joven que se transmite en las redes sociales pueden llegar a influir en la aceptación y pertenencia en el grupo de sus pares. La interacción social que se da en Facebook influye en la construcción de las subjetividades de los adolescentes, ya que permite consolidar producto de la relación continua de doble vía que genera, una imagen de sí mismos atractiva, visible, que busca ser reconocida y aceptada por sus pares, ser parte del grupo. El adolescente proyecta una imagen desde su perfil de Facebook en búsqueda de aceptación, utilizando distintos recursos gráficos o multimedia, para así recibir comentarios o *likes* que confirmarán su autoimagen positiva o negativamente, y que irán delimitando el terreno sobre el cual se erigirán las identidades. Por ello la importancia de mostrarse atractivos en estos espacios, llegar a ser visibilizado y validado como sujeto desde la mirada del otro, desde su reconocimiento, utilizando por un lado una posición de vanidad, donde se exponen excesivamente, como protagonistas narcisistas, provocadores, solicitando abiertamente la atención de su audiencia para ratificar su presencia ante ellos; o por el contrario, pueden adoptar una posición de reconocimiento más intelectual, social, donde el joven busca ser reconocido como alguien inteligente, reflexivo, interesante, y sobre todo buen amigo, en quien se puede confiar y que siempre los apoyará, nunca los dejará solos, será su paño de lágrimas, su hermano, su acolite.

Este sentimiento de pertenencia que se genera, que sostiene y acompaña al adolescente en la construcción de su identidad, debería replicarse en las organizaciones sociales que trabajan con este grupo objetivo, no solo limitándose a los espacios donde interactúan directamente, físicamente, sino también en esos espacios virtuales que permiten aproximarse de manera continuada, sin barreras temporales ni espaciales, e incluso más profunda al conocer la manera en la que los adolescentes viven su cotidianidad y su relación con los demás.

Bibliografía

- Alvarez, Fernando, y Julia Varela. *Sociología de las instituciones. Bases sociales y culturales de la conducta*. Madrid: Morata, 2009.
- Álvarez, Fernando, y Julia Varela. *Sociología de las instituciones. Bases sociales y culturales de la conducta*. Madrid: Morata, 2009.
- Anita. «Información Muro de Facebook.» 25-30 de Junio de 2015. www.facebook.com (último acceso: 30 de Junio de 2015).
- Bacher, Silvia. *Tatuados por los medios: dilemas de la educación en la era digital*. Buenos Aires: Paidós, 2009.
- Bauman, Zigmunt. *Modernidad Líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2000.
- Baym, Nancy. «The emergence of on-line community.» En *Cybersociety 2.0: Revisiting Computer-Mediated Communication and Community*, de S Jonnes, 35-68. Thousand Oaks, CA, 1998.
- Béjin, Luc. *La identidad del Yo. Enfoque psicogenético y sus aplicaciones*. Mexico: Siglo XXI, 2006.
- Bellavista, Jóvenes Capoeira, entrevista de Katia Landin. *Entrevista personal grupal* (13 de Agosto de 2015).
- Braunstein, Nestor. *El lenguaje y el inconsciente freudiano*. México: Siglo XXI editores, 1988.
- Braunstein, Néstor. *El lenguaje y el inconsciente freudiano*. México: Siglo XXI editores, 1988.
- . *Psiquiatría, teoría del sujeto, psicoanálisis (hacia Lacan)*. Argentina: Siglo XXI Editores, 2002.
- Buckingham, David. «Repensar el aprendizaje en la era de la cultura digital.» *El monitor de la educación. Edición electrónica*, Septiembre 2008: 27-30.
- Carlos. «Información muro de Facebook.» 1-5 de Julio de 2015. www.facebook.com (último acceso: 5 de Julio de 2015).
- Castells, Manuel. *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza editorial, 2009.
- . *Comunicación y poder. Edición electrónica*. Madrid: Alianza editorial, 2009.

- . «Internet y la sociedad red. Universitat Oberta de Catalunya.» 2000.
<http://www.uoc.edu/web/cat/articles/castells/print.html> (último acceso: 2015 de Junio de 20).
- . *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresas y sociedad*. Barcelona: Plaza & Janes Editores, 2001.
- . *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresas y sociedad. Edición electrónica*. Barcelona: Plaza & Janes Editores, 2001.
- . *Redes de Indignación y Esperanza. Los Movimientos Sociales en la Era del Internet*. Madrid: Alianza Editorial, S.A., 2012.
- Conde, Fernando. «Los grupos triangulares como espacios transicionales para la producción discursiva: un estudio sobre la vivienda de Huelva.» En *Estrategias y prácticas cualitativas de investigación social*, de Ángel Gordo y Araceli Serrano, 334. Madrid: Pearson Educación S.A., 2008.
- Del Alcázar, Juan Pablo. *Ranking y Estadísticas Redes Sociales Ecuador. Formación Gerencial*. 27 de Enero de 2015.
<http://blog.formaciongerencial.com/2014/05/16/ranking-redes-sociales-ecuador-mayo-2014/> (último acceso: 4 de Junio de 2015).
- Del Fresno, Miguel. *Evoca Comunicación e Imagen Web site*. Julio de 2011.
<http://neolabs.es/evoca/down/cuadernos5.pdf> (último acceso: 1 de Julio de 2015).
- . *Evoca Comunicación e Imagen Web site*. Julio de 2011a.
<http://neolabs.es/evoca/down/cuadernos5.pdf> (último acceso: 1 de Julio de 2015).
- Del-Fresno-García, Miguel. «Comprendiendo los social media y mass media: un modelo para el estudio de la comunicación interpersonal colectiva en tiempos de Internet.» *Nueva Época. Septiembre-Noviembre, No.11*, 2012: 99-109.
- Del-Fresno-García, Miguel. «Haciendo visible lo invisible: visualización de la estructura de las relaciones en red en Twitter por medio del análisis de las redes sociales.» *El profesional de la información. Mayo-junio*, v. 23, n. 3, 2014: 246-252.
- Del-Fresno-García, Miguel. «Infosociabilidad: monitorización e investigación en la web 2.0 para la toma de decisiones.» *El profesional de la información. Septiembre-Octubre, V.20, n.5*, 2011: 548-554.

- Del-Fresno-García, Miguel. «Infosociabilidad: monitorización e investigación en la web 2.0 para la toma de decisiones.» *El profesional de la información*. Septiembre-Octubre, V.20, n.5, 2011b: 548-554.
- Del-Fresno-García, Miguel. «Internet como macromedio. La cohabitación entre medios sociales y medios profesionales.» *TELOS Revista de Pensamiento sobre Comunicación, Tecnología y Sociedad*. Octubre- enero, No.99, 2015: 107-109.
- Del-Fresno-García, Miguel, y Sagrario, Sánchez-Cabezudo. «Cyberbullying. Jóvenes, tecnología y nuevos riesgos de exclusión social.» *Academia.edu*. 2015. https://www.academia.edu/12079959/CIBERBULLYING._J%C3%93VENES_TECNOLOG%3%8DA_Y_NUEVOS_RIESGOS_DE_EXCLUSI%C3%93N_SOCIAL (último acceso: 20 de julio de 2015).
- . «Cyberbullying. Jóvenes, tecnología y nuevos riesgos de exclusión social. Academia.edu.» 2015. https://www.academia.edu/12079959/CIBERBULLYING._J%C3%93VENES_TECNOLOG%3%8DA_Y_NUEVOS_RIESGOS_DE_EXCLUSI%C3%93N_SOCIAL (último acceso: 20 de julio de 2015).
- Emilia, entrevista de Katia Landin. *Entrevista por Facebook* (6 de Agosto de 2015).
- . «Información Muro de Facebook.» 25-30 de Junio de 2015. www.facebook.com (último acceso: 30 de Junio de 2015).
- Erick. «Información Muro de Facebook.» 1-5 de Julio de 2015. www.facebook.com (último acceso: 5 de Julio de 2015).
- . «Información Muro de Facebook.» 1-5 de Julio de 2015. www.facebook.com (último acceso: 5 de Julio de 2015).
- Ferreiro, Ramón. «El reto de la educación del siglo XXI: la generación N.» *Apertura. Revista de innovación educativa*. Número 5, 2006: 72-85.
- Foucault, Michel. *El orden del discurso*. Barcelona: Tusquets Editores, 1980.
- . *Tecnologías del yo y otros textos afines. Edición digital*. Barcelona: Paidós Ibérica, S.A., 1981.
- Freud, Sigmund. *El malestar en la cultura, Tomo XXI*. Argentina: Amorortu, 1986.
- Galindo, Luis. *Ingeniería en Comunicación Social y Promoción Cultural*. Rosario: Homo Sapiens Ediciones, 2011.
- García Amilburu, María. «Clifford Geertz. La interpretación de las culturas.» *Nueva Revista de política, cultura y arte*. número 058, 1998.

- García Canclini, Néstor. *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad*. Barcelona: Gedisa S.A., 2004.
- García, Francisco, Felipe Gértrudix, José Durán, Roberto Camonal, y María Gálvez. «Señas de identidad del “nativo digital”. Una aproximación teórica para conocer las claves de su unicidad.» *Cuaderno de Documentación Multimedia*. Vol. 22, 2011: 110-127.
- García, Francisco, Felipe Gértrudix, José Durán, Roberto Camonal, y María Gálvez. «Señas de identidad del “nativo digital”. Una aproximación teórica para conocer las claves de su unicidad,» *Cuaderno de Documentación Multimedia*. Vol. 22, 2011: 110-127.
- Gil, Adriana, Joel Feliu, Isabel Rivero, y Eva Patricia Gil. «¿Nuevas tecnologías de la comunicación y la información o nuevas tecnologías de relación? Niños, jóvenes y cultura digital, Universitat Oberta de Catalunya.» *UOC*. Octubre de 2003. <http://www.uoc.edu/dt/20347/> (último acceso: 15 de Mayo de 2015).
- . «¿Nuevas tecnologías de la comunicación y la información o nuevas tecnologías de relación? Niños, jóvenes y cultura digital, Universitat Oberta de Catalunya.» Octubre de 2003. <http://www.uoc.edu/dt/20347/> (último acceso: 15 de Mayo de 2015).
- Gil, Eva. «Identidad y nuevas tecnologías: repensando las posibilidades de intervención para la transformación social. Universitat Oberta de Catalunya.» Septiembre de 2002. <http://www.uoc.edu/web/esp/art/uoc/gil0902/gil0902.html> (último acceso: 20 de Junio de 2015).
- . «Universitat Oberta de Catalunya.» Septiembre de 2002. <http://www.uoc.edu/web/esp/art/uoc/gil0902/gil0902.html> (último acceso: 20 de Junio de 2015).
- Goffman, Erving. *Estigma: la identidad deteriorada. Edición electrónica*. Buenos Aires: Amorrortu, 2006.
- Gordo López, Angel. «De los chats al messenger: tecnologías de comunicación emocional.» En *El doble filo de la navaja: violencia y representación*, de Gracia Fernando y Romero Carmen (editores), 236. Madrid: Trotta, 2006.
- Hine, Christine. *Etnografía virtual*. Barcelona: UOC, 2004.
- INEC. *Ecuador en cifras*. Diciembre de 2013. <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web->

- inec/Estadisticas_Sociales/TIC/Resultados_principales_140515.Tic.pdf
(último acceso: 15 de febrero de 2015).
- José. «Información Muro de Facebook.» 1-5 de Julio de 2015. www.facebook.com
(último acceso: 5 de Julio de 2015).
- Juan, entrevista de Katia Landin. *Entrevista por Facebook* (5 de Agosto de 2015).
- . «Información Muro de Facebook.» 1-5 de Julio de 2015. www.facebook.com
(último acceso: 5 de Julio de 2015).
- July, entrevista de Katia Landin. *Entrevista por Facebook* (3 de Agosto de 2015).
- . «Información Muro de Facebook.» 25-30 de Junio de 2015. www.facebook.com
(último acceso: 30 de Junio de 2015).
- López, Guadalupe, y Clara Ciuffoli. *Facebook es el mensaje: Oralidad, escritura y después. Edición electrónica*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones, 2012.
- Marcús, Juliana. «Apuntes sobre el concepto de identidad .» *Intersticios. Revista Sociológica de Pensamiento Crítico*, 2011: 107-114.
- Marcús, Juliana. «Apuntes sobre el concepto de Identidad. Edición electrónica.» *Intersticios. Revista Sociológica de Pensamiento Crítico. Vol. 5 (1)* , 2011: 107-114.
- Mario. «Información Muro de Facebook.» 1-5 de Julio de 2015. www.facebook.com
(último acceso: 5 de Julio de 2015).
- Martín Barbero, Jesús. *Jóvenes, comunicación e identidad*. 20 de Octubre de 2014.
http://www.observatorioapci.com.ar/archivos/577/a_1413814631.Comunicaci%C3%B3n%20e%20identidad (último acceso: 19 de Noviembre de 2014).
- Martín-Barbero, Jesús. «Observatorio Nacional del Audiovisual para la infancia y la adolescencia.» 20 de Octubre de 2014.
http://observatorioapci.com.ar/archivos/577/a_1413814631.Comunicaci%C3%B3n%20e%20identidad (último acceso: 19 de Noviembre de 2014).
- Moni. «Información muro de Facebook.» 25-30 de Junio de 2015. www.facebook.com
(último acceso: 30 de Junio de 2015).
- Morduchowicz, Roxana. *Los adolescentes y las redes sociales: la construcción de la identidad juvenil en Internet*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2012.
- Pao. «Información Muro de Facebook.» 25-30 de Junio de 2015. www.facebook.com
(último acceso: 30 de Junio de 2015).
- Pato, entrevista de Katia Landin. *Entrevista personal* (9 de Julio de 2015).

- Peresson. 1983.
- Prado, Mariana. «Construcciones simbólicas en la infancia y adolescencia. Observatorio Nacional del audiovisual para la infancia y la adolescencia.» 14 de Diciembre de 2013. <http://www.observatorioapci.com.ar/?sec=post&id=534> (último acceso: 17 de Noviembre de 2014).
- . *Observatorio Nacional del audiovisual para la infancia y la adolescencia*. 14 de Diciembre de 2013. <http://observatorioapci.com.ar> (último acceso: 17 de Noviembre de 2014).
- Sacheri, Eduardo. *Los chicos corren límites y hasta se atreven a la doble identidad. Observatorio Nacional del Audiovisual para la infancia y la adolescencia*. 19 de Octubre de 2014. <http://www.observatorioapci.com.ar/?sec=post&id=573> (último acceso: 17 de Noviembre de 2014).
- . *Observatorio Nacional del Audiovisual para la infancia y la adolescencia*. 19 de Octubre de 2014. <http://observatorioapci.com.ar> (último acceso: 17 de Noviembre de 2014).
- Sádaba, Charo, y Xavier Bringué. *Escenario actual de la investigación en comunicación: Objetivos, métodos y desafíos. Depósito Académico Digital Universidad de Navarra Web site*. 2010. <http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/18503/3/Rasgos%20configuradores%20de%20la%20generaci%C3%B3n%20interactiva.pdf> (último acceso: 15 de Agosto de 2015).
- Sádaba, Charo, y Xavier Bringué. «Niños y adolescentes españoles ante las pantallas: rasgos configuradores de una generación interactiva.» *Revista "Participación Educativa"*. Número 15, 2010: 86-104.
- Sandoval, Carla. «Facebook es la red social más utilizada en el Ecuador y no tiene competencia.» *El Comercio (versión digital)*, 15 de Abril de 2015.
- Scolari, Carlos. «Manifiesto online. Hipermediaciones.» 13 de Agosto de 2015. <http://hipermediaciones.com/2015/08/12/onlife-manifiesto/> (último acceso: 15 de Agosto de 2015).
- Sibilia, Paula. «¡Mírenme, soy yo!» *La mujer de mi vida. Año 9 - Número 64. Edición electrónica*, 2011: 1.
- . *Bullying: ¿culpa o vergüenza?. La época, APA Online*. Marzo de 2015a. <http://laepoca.apa.org/?p=445> (último acceso: 22 de Mayo de 2015).

- Sibilia, Paula. «En busca del aura perdida: Espectacularizar la identidad para ser alguien.» *Psicoperspectivas. Individuo y Sociedad*, Octubre a Diciembre 2009: 309-329 .
- Sibilia, Paula. «La escuela en un mundo hiperconectado: ¿redes en vez de muros?» *Revista Educación y Pedagogía*, 2012: 135-144.
- Sibilia, Paula. «La espectacularización del yo.» *El monitor de la educación*, Septiembre 2008b: 34-37.
- . *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2008.
- . *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2008a.
- Sibilia, Paula. «Las nuevas tecnologías y el acoso escolar. Vivir en la vidriera.» *Le monde diplomatique. Edición Cono Sur y UNIPE. Edición electrónica*, Febrero 2015: 18-19.
- . *Memoria digital, a gusto del consumidor*. *La Nación*. 28 de Agosto de 2014b. <http://www.lanacion.com.ar/1722311-memoria-digital-a-gusto-del-consumidor> (último acceso: 23 de Mayo de 2015).
- . *Muros resquebrajados: la intimidad en la era de la hiperconexión*. *ElSigma.com*. 10 de Agosto de 2014a. <http://www.elsigma.com/columnas/muros-resquebrajados-la-intimidad-en-la-era-de-la-hiperconexion/12801> (último acceso: 22 de Mayo de 2015).
- Silva, Armando. «Hoy como ayer: el poder maldito de la imagen.» En *Comunicación y periodismo: entrevistas sobre tecnologías, identidades, culturas*, de Silvana Comba y Edgardo Toledo, 192. Buenos Aires: La Crujía, 2011.
- Susi. «Información Muro de Facebook.» 25-30 de Junio de 2015. www.facebook.com (último acceso: 30 de Junio de 2015).
- Tapscott, Don. *Crecedo en un entorno digital: La generación Net*. Bogotá: Mc Graw Hill, 1998.
- Turpo, Osbaldo. «La netnografía: un método de investigación. Educar 42.» 2008. <http://ddd.uab.cat/pub/educar/0211819Xn42/0211819Xn42p81.pdf> (último acceso: 2 de mayo de 2015).
- UNICEF. *UNICEF Web site*. Febrero de 2011. http://www.unicef.org/ecuador/SOWC-2011-Main-Report_SP_02092011.pdf.

- . *Observatorio Nacional del Audiovisual para la infancia y la adolescencia*. 29 de Julio de 2014. <http://observatorioapci.com.ar> (último acceso: 17 de Noviembre de 2014).
- Walter. «Información Muro de Facebook.» 1-5 de Julio de 2015. www.facebook.com (último acceso: 5 de Julio de 2015).
- Yubero, Florián. «En que consiste el concepto semiótico de cultura en Clifford Geertz?» *La Reina Victoria*. 6 de Febrero de 2010. <https://lanaveva.wordpress.com/2010/02/06/en-que-consiste-el-concepto-semiotico-de-cultura-en-clifford-geertz/> (último acceso: 23 de Agosto de 2015).
- Zizek, Slavoj. *Ideología: Un Mapa de la Cuestión*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2003.