

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS**  
**ESCUELA DE SOCIOLOGÍA Y CIENCIAS POLÍTICAS**

**DISERTACIÓN DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL**  
**TÍTULO DE SOCIOLOGA CON MENCIÓN EN DESARROLLO**

**¿PORQUE FASCINAN LAS REDES SOCIALES A LOS JÓVENES?**

**AUTORAS:**

**Wendy Elizabeth Molina Torres**

**María José Valenzuela Barrera**

**DIRECTOR: DR. WLADIMIR SIERRA**

**QUITO, OCTUBRE DEL 2011**

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

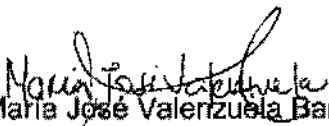
DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN

Yo, **MARÍA JOSÉ VALENZUELA BARRERA**, C.I. **1804013645** autora del trabajo de graduación intitulado: **"Porqué fascinan las redes sociales a los jóvenes"**, previa a la obtención del grado académico de **SOCIÓLOGA CON MENCIÓN EN DESARROLLO** en la Facultad de **Ciencias Humanas**:

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Quito, 17 de octubre del 2011

  
María José Valenzuela Barrera  
C.I. 1804013645

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

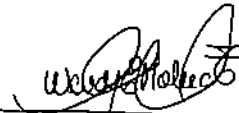
DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN

Yo, **WENDY ELIZABETH MOLINA TORRES**, C.I. **1716181803** autora del trabajo de graduación intitulado: **"Porqué fascinan las redes sociales a los jóvenes"**, previa a la obtención del grado académico de **SOCIÓLOGA CON MENCIÓN EN DESARROLLO** en la Facultad de **Ciencias Humanas**:

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.


Quito, 17 de octubre del 2011



Wendy Elizabeth Molina Torres  
C.I. 1716181803

# ÍNDICE

<b>JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>VII</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>VIII</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>VIII</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>4</b>
<b>IDENTIDAD Y JUVENTUD .....</b>	<b>4</b>
1.1 ¿QUÉ ES LA IDENTIDAD?.....	4
1.1.2. <i>Abordando la Identidad</i> .....	6
1.2 HACIA UNA CONCEPTUALIZACIÓN DE LA JUVENTUD.....	12
1.2.1. <i>Y ahora, ¿Qué mismo es la Juventud?</i> .....	14
1.3 PROCESOS DE SOCIALIZACIÓN.....	18
1.3.1. <i>¿Coacción estructural o desarrollo como elaboración meramente individual?</i> .....	19
1.3.2. <i>Pensamiento y acción</i> .....	19
1.3.3. <i>Socialización</i> .....	20
1.3.4. <i>Acción, role taking y el otro generalizado</i> .....	21
1.3.5. <i>YO y MÍ</i> .....	23
1.3.6. <i>Para terminar</i> .....	24
1.4 IDENTIDADES JUVENILES.....	27
1.4.1. <i>Breves cambios producidos en la configuración de identidades</i> .....	28
1.4.2. <i>Jóvenes y la construcción de su mundo</i> .....	29
1.4.3. <i>El espacio y la participación como lugar de construcción de la identidad juvenil</i> .....	30
1.4.4. <i>Jóvenes y la construcción de identidades juveniles</i> .....	31
<b>CAPÍTULO II .....</b>	<b>35</b>
<b>COMUNIDADES VIRTUALES .....</b>	<b>35</b>
2.1. EL CIBERESPACIO.....	40
2.1.1. <i>Comunidad Virtual</i> .....	43
2.1.1.1. <i>Tipos de Comunidades Virtuales</i> .....	44
<b>CAPÍTULO III .....</b>	<b>47</b>
<b>REDES DE AMIGOS Y OCIO .....</b>	<b>47</b>
3.1. FACEBOOK .....	48
3.1.1. <i>“Caralibro”</i> .....	49
3.1.2. <i>Accesando a la página de Facebook</i> .....	54
3.1.3. <i>El Muro</i> .....	55
3.1.4. <i>Instantáneas</i> .....	56
3.1.5. <i>Fotógrafos aficionados y avanzados</i> .....	57
3.1.6. <i>El encuentro y los re-encuentros</i> .....	62
3.1.7. <i>Juegos</i> .....	62

3.1.8. Aplicaciones .....	64
3.1.9. Publicidad .....	66
3.1.10. Privacidad .....	67
3.1.11. Otros Usos.....	67
<b>CAPÍTULO IV.....</b>	<b>69</b>
<b>SIMULTANEIDAD, PROLONGACIÓN E INSTANTÁNEAS.....</b>	<b>69</b>
4.1. ¡FACEBOOK TE CONECTA!.....	69
4.2. FACEBOOK “  ” .....	70
4.3. “ES MÁS FÁCIL ESCRIBIRLO QUE DECIRLO” .....	74
4.4. “TU FOTO TE DELATA” .....	76
4.5. “JUEGOS VIRTUALES A UN SOLO CLICK” .....	77
4.6. “MÁS APLICACIONES” .....	78
4.7. “BUSQUÉMOSLE UN MACHO A LA SEÑORA DEL KIOSCO” .....	79
4.8. “HAY USUARIOS Y USUARIOS” .....	79
4.9. CONFIGURACIÓN DE LA PRIVACIDAD .....	81
<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>82</b>
<b>A MANERA DE CONCLUSIÓN .....</b>	<b>82</b>
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>90</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>96</b>
ENCUESTA: INVESTIGACIÓN FACEBOOK.....	96
TABULACIÓN DE DATOS.....	97
CD (ENTREVISTA GRUPOS FOCALES) .....	99

## AGRADECIMIENTO

*A nuestros queridos padres, hermanas, y demás familiares por el apoyo incondicional y sosiego en el arduo camino que emprendimos al iniciar nuestro trabajo final de disertación.*

*Al Dr. Wladimir Sierra, Director de Tesis, que con sus consejos, experiencia, tiempo y paciencia ha sabido guiarnos en la elaboración del presente trabajo.*

*A todos nuestros profesores de la Escuela de Sociología y Ciencias Políticas quienes sentaron las bases de nuestro pensamiento académico que hoy en día guía nuestro camino profesional.*

*A todas las personas quienes de manera directa e indirecta formaron parte del presente estudio ya sea leyendo los borradores, corrigiendo la ortografía o dando sus valiosos aportes con comentarios o experiencias relacionadas con el tema de estudio.*

*A nuestros contactos de Facebook quienes de manera no intencional aportaron con su actuar al entendimiento de este fenómeno mundial.*

*A Facebook, por existir y ser lo suficientemente interesante para desafiarnos y tratar de estudiarlo y comprenderlo.*

*Finalmente, a cada una de nosotras que a pesar de las dificultades personales presentadas supimos salir adelante mejorando la relación de amistad.*

*La vida es para vivirla para adelante nunca para atrás, si andas por la vida dejando puertas abiertas no podrás desprenderte de ellas ni vivir el hoy con satisfacción.*

*Wendy Molina*

*María José Valenzuela*

## JUSTIFICACIÓN

Para las investigadoras, el interés en el tema radica en el aumento del tiempo dedicado a “navegar” en las redes sociales de las que cada día es más difícil desconectarse.

En lo social, la investigación tiene validez puesto que pretende entender como las redes sociales, modifican abruptamente las formas de comunicación en la sociedad generando nuevos horizontes comunicacionales que han cambiado las formas de vivir de las personas. Comunidades de usuarios que no tienen conocimientos informáticos, expertos aprovechan la red para sus intereses, creando así nuevos usos para las mismas en unos espacios muy diferentes a los tradicionales.

Para la academia, el tema es de profundo interés, ya que siendo la sociología la ciencia que estudia, analiza y explica las formas y maneras de interacción social, es importante conocer cómo se configuran los nuevos espacios sociales a través de la interacción virtual, fenómeno que afecta a jóvenes, en una suerte de fascinación, y está cambiando las maneras de relacionarse, de presentarse y reconstruir identidades entre ellos. Estos cambios merecen ser estudiados en el Ecuador, ya que no existen estudios aplicados en nuestro país que permitan explicar las particularidades y las generalidades de este fenómeno en nuestra sociedad.

## **Resumen**

La presente investigación muestra cómo los nuevos procesos de socialización han cambiado la forma en que los jóvenes construyen su identidad en la actualidad. La incorporación de las nuevas tecnologías de la comunicación han creado una suerte de fascinación colectiva por las redes sociales y hacia su máximo representante: Facebook. La vida offline se sincroniza y muchas veces se complementa con la vida online, si bien son tiempos distintos los dos conviven en una especie de simultaneidad que prolonga el tiempo vivido y que se materializa en las instantáneas que pueblan el territorio Facebook.

### **Palabras Clave**

Facebook, Identidad, Juventud, Socialización.

## **Abstract**

This research shows how the new socialization processes have changed the way young people build their identity in today's world. Incorporation of the new communication technologies has created a sort of collective fascination for social networks and their major representative: Facebook. Life offline is in synchrony with the young people's life online, and many times even compliments it. Both happen in different times, of course, but they also coexist in a kind of simultaneousness that makes time last longer and turns it into a reality in every snapshot that populates the Facebook territory.

### **Key Words:**

Facebook, Identity, Young People, Socialization

## INTRODUCCIÓN

Hace unos diez años la relación con nuestros computadores tenían tan solo dos actores o involucrados: nosotros y el computador. Relación que estaba mediada aun por la extrañeza de ver en la pantalla imágenes interactivas formadas por píxeles. Hoy en día la relación con nuestros computadores ha sufrido un fenómeno de multiplicación; un nuevo componente se ha sumado a la ecuación anterior: nosotros, el computador y ELLOS. El computador nos permite relacionarnos con otros, inclusive de una manera simultánea con dos o más personas en un lugar que se llama ciberespacio, situación que está cambiando las formas de ser y estar de los jóvenes.

Los estudios que han tratado el tema de las comunidades virtuales y de los fenómenos relacionados con ellas han sido variados. Castells en su libro "La Sociedad Red", nos dibuja algunos parámetros muy interesantes a partir de los cuales podemos acercarnos a esto que llamamos mundos o comunidades virtuales desde una visión general del contexto en el que aparecen, se recrean y desarrollan: *la sociedad de la información*. Sherry Turkle en "La vida en pantalla" estudia esos nuevos yos que se van creando en el juego virtual y de cómo la conformación de nuestra identidad se ha transformado con el paso de los tiempos directamente relacionada con el avance tecnológico y los nuevos espacios que de ellos se derivan. Zygmunt Bauman, en su libro "Identidad" explica como con el paso a la sociedad moderna la identidad pierde sus "anclajes sociales" que hacía que pareciera "natural", y esta nueva sociedad obliga a que los individuos busquen desesperadamente un "nosotros" al que puedan tener acceso; un nosotros que intentan "encontrar o crear", lo que en la actualidad representa estar electrónicamente mediatizados a través de la Internet. Charles Handy un teórico de la gestión, coincide: "Por muy diversas que sean las comunidades virtuales, sólo crean una ilusión de intimidad y una pretensión de comunidad" ya que no ves el rostro de la gente, y por ende no mantienes una relación real "cara a cara", razón por la que las comunidades virtuales no pueden dar sustancia a la identidad personal.

Así también Rheingold en su libro "La Comunidad Virtual" las define a partir de la descripción fenomenológica de una serie de comunidades virtuales en las cuales había sido miembro, al igual que en la recopilación de información y el contacto superficial con otras.

Para finalizar es necesario señalar que si bien es cierto estos autores han sido representativos a la hora de explicar y entender estos nuevos cambios producidos en las sociedades actuales, el presente trabajo considera importante retomar los aportes de Giddens, José Antonio Trejo, María Ángela Canepa, José Manuel Valenzuela, Mead, Rossana Reguillo, etc., para comprender y ubicar teóricamente nuestro objeto de estudio.

\*\*\*\*

La presente investigación pretende explicar por qué fascinan las redes sociales, específicamente *Facebook*, en los jóvenes develando los sentidos y usos que la provocan. La selección del tema presentado radica principalmente en el uso generalizado y la gran acogida que han tenido las redes sociales en los jóvenes, quienes han incorporado a su vida cotidiana nuevas maneras de interactuar, compartir –gustos, preferencias, lugares, etc.-, comunicarse entre otros de manera simultánea con otras personas.

En el Ecuador las redes sociales y en particular Facebook ha tenido bastante acogida entre sus usuarios, llegando a ubicarnos en el puesto 40 a nivel mundial de uso de la mencionada red. Considerando que la juventud en el Ecuador es bastante compleja para un análisis más general, el estudio se basará solamente en una pequeña parte del universo juvenil –estudiantes de la Universidad Católica del Ecuador- que nos ayuden a comprender los sentidos y usos que provocan fascinación por esta red social.

Además en nuestro país los estudios acerca de las redes sociales solo se remiten a cuestiones informáticas, describen procesos técnicos para su conformación. De manera que el tema del trabajo propuesto queda sustentado en la falta de estudios que expliquen los efectos sociales e identitarios que producen en sus usuarios

La metodología a usarse es de tipo cualitativa y pretende describir las cualidades del fenómeno de estudio. Al ser el método el interaccionismo simbólico se puso énfasis en la interacción de los individuos y en su interpretación de los procesos de comunicación al interior de las redes sociales. Además, la conjugación de la teoría analítica deductiva y la investigación empírico-inductiva permitió que el estudio no se redujera a lo que las

investigadoras creían esencial sino que fuera el resultado del abordaje de la realidad en su complejidad.

El estudio de campo se lo realizó por dos vías: grupos focales y en la red –cibernautas-. Se trabajaron con cinco grupos focales de la Universidad Católica del Ecuador conformados por estudiantes de diversas facultades que fueron escogidos mediante un muestreo de carácter intencional. La entrevista abierta guio la recolección de datos mediante preguntas guías que ayudaron a clarificar lo que los jóvenes sienten y piensan de esta red social: *Facebook*. La otra parte de la investigación en la Red se la trabajó mediante la observación participante desde los perfiles de las investigadoras.

El documento que presentamos a continuación consta de cinco capítulos que lo constituyen. En el primer capítulo identidad y juventud se realizará una aproximación hacia los conceptos de identidad, juventud, procesos de socialización e identidades juveniles que servirán de base teórica para comprender y explicar la fascinación de las redes sociales en los jóvenes. En el segundo capítulo describiremos a las comunidades virtuales, como el espacio donde la socialización y el encuentro con las personas se realizan en ámbitos fuera de lo real –virtual-. En el tercer capítulo hablaremos de las redes de amigos y ocio, y con esto tener un primer acercamiento a Facebook – su funcionamiento y uso-. Posteriormente en el cuarto capítulo simultaneidad, prolongación e instantáneas estableceremos la relación existente entre Facebook y lo mencionado por los diferentes grupos focales.

Finalmente, en el quinto capítulo a manera de conclusiones contrastaremos la teoría, los datos arrojados por los grupos focales y las observaciones de las investigadoras en la red.

# CAPÍTULO I

## IDENTIDAD Y JUVENTUD

En este primer capítulo analizaremos a la identidad para entender los sentidos de pertenencia a los que se adscriben los individuos en las sociedades modernas apoyándonos en los conceptos de Identidad de Giddens y Bauman. Posteriormente trataremos el tema de la juventud como categoría de estudio problematizando las distintas teorías y enfoques sobre jóvenes de los últimos cincuenta años; en un tercer momento, y tomando como base la teoría de Mead, se hará un recorrido por los procesos de socialización en los cuales y por los cuales se generan las pautas y las habilidades para la interacción social, para finalmente explicar las identidades juveniles, entendiéndolas como construcciones socio – históricas situadas, reconocidas en un tiempo y espacio específico que lleva a que sean transitorias; relacionales, situacionales y representadas. Además, son cambiantes ya que se construyen en base a interacciones y representaciones de lo individual como de lo colectivo

*No somos lo que somos, sino lo que nos hacemos. (Giddens, 1995: 99)*

### 1.1 ¿Qué es la Identidad?

Es innegable el carácter universal que envuelve el problema de la identidad, la resolución del mismo es la clave para responder a interrogantes como: *¿quién soy?, ¿a dónde pertenezco? y ¿con qué sentidos y estilos de vida me identifico?*

Estas preguntas se vuelven cruciales en la sociedad moderna, en donde los límites que dibujan la identidad aparecen difusos e inestables para el ser humano y donde el entorno social en que se desarrolla no provee bases seguras para su construcción.

Para las investigadoras es importante hablar de la identidad en la modernidad, ya que es en este espacio temporal donde ella se desenvuelve. A su vez nos permite construir un concepto claro, con referentes socio-históricos que evitan que su construcción este vacía de contenido. Los cambios ocurridos en la modernidad posibilitan un nuevo espacio de estudio en donde a diario se configuran nuevas formas de identidad.

### 1.1.1. Breves rasgos de la modernidad

Cuando pensamos en modernidad las primeras imágenes que aparecen en nuestra mente son las relacionadas con la industrialización y el capitalismo. Si bien estos rasgos son los más destacables, no son los únicos que la componen. Son precisamente estos rasgos *no tan visibles* los que son analizados por Giddens en su texto "*Modernidad e Identidad del yo*", y en base a los cuales trabajaremos con el fin de entender mejor a la identidad en este periodo.

Por donde veamos *la organización* aparece en nuestras vidas, organizaciones de varios tamaños y de variados tipos (no necesariamente burocráticas), que sin darnos cuenta ejercen un control reflejo sobre las relaciones sociales a lo largo de espacios y tiempos indefinidos. El ejemplo más claro de esto es el *Estado nación*, que nace como parte de un Estado nacional más amplio (mundial), con formas de territorialidad y vigilancia muy específicas y que mantiene el monopolio eficaz sobre los medios de coacción.

Vinculadas a las organizaciones, podemos encontrar a las *instituciones de vigilancia* cuyo principal objetivo es el de vigilar y supervisar a las poblaciones a su cargo. Supervisión que puede ser visible, en el sentido de Foucault, o, en el uso de la información para coordinar actividades sociales.

Otro de los rasgos más característicos de la modernidad es su *dinamismo*. Los cambios sociales son mucho más rápidos, así como también su influencia en las prácticas sociales y en los modos de comportamiento. Este rasgo tiene su explicación en tres elementos principales: *separación entre tiempo y espacio*, *el desenclave de las instituciones sociales* y *la reflexividad generalizada*.

En la pre-modernidad la localización era el vínculo entre tiempo y espacio pero hoy, este vínculo se rompe: tiempo y espacio se separan. Esta separación permite la conexión coordinada de las acciones de muchos individuos en diferentes espacios o lugares, permitiendo la creación de múltiples formas de *tiempo vivido* cuyo substrato ya no es más el lugar.

Las relaciones sociales locales y su rearticulación en regiones espacio- temporales indefinidas se encuentran estrechamente ligadas al fenómeno antes descrito. Este fenómeno se materializa en lo que Giddens denomina como *mecanismos de desenclave*, ellos son de dos tipos: *señales simbólicas* y *sistemas expertos*. Las señales simbólicas

son medios de cambios de valor estándar (su ejemplo más claro es el dinero) y los sistemas expertos que utilizan modos de conocimiento técnico cuya validez trasciende a quienes los practican y a los que los utilizan; y van desde las áreas tecnológicas hasta las mismas relaciones sociales. Adicionalmente el dinamismo somete a la mayoría de las relaciones materiales y aspectos de la actividad social a un constante examen o *reflexión* ante el apareamiento de nuevas informaciones o conocimientos.

Hoy en día un acontecimiento producido en un lugar remoto puede generar reacciones diversas e incluso contradictorias en su otro extremo. Los individuos modernos no se pueden desentender de todos los cambios generados en la modernidad, de ahí su carácter *universalizante*.

Todos estos cambios que afectan a la esfera de lo institucional están también relacionados con la vida individual. La naturaleza de la vida social cotidiana cambia de manera radical y reconfigura los aspectos más personales de nuestra experiencia.

¿Qué pasa cuando el hombre deja de adherirse a una localidad adscrita naturalmente, donde su vida cotidiana se desarrollaba no solo en un espacio físico, sino también en un espacio psicológico? ¿Cuando la comunidad a la que se inscribía no era más que una comunidad personal, “*cara a cara*”, que no trascendía los límites y bordes de él mismo, y en donde pertenecer a esta era totalmente natural? Y lo más relevante para este estudio ¿Qué pasa con la identidad en el marco de estos cambios?

A fin de responder a estas interrogantes a continuación esbozaremos algunas teorías acerca de la Identidad y su construcción. El concepto de identidad tiene diferentes significados y se utiliza en una variedad de contextos que necesitan ser distinguidos para evitar confusiones y clarificar el sentido en el que va a ser usado en el presente trabajo.

### *1.1.2. Abordando la Identidad*

Un primer significado de identidad se encuentra en las tradiciones metafísicas escolásticas y aristotélicas que la concebían como uno de los principios fundamentales del ser y como una ley lógica del pensamiento. El principio ontológico de identidad o de "no-contradicción" afirma que todo ser es idéntico consigo mismo y, por lo tanto, una cosa no puede *ser* y *no ser* al mismo tiempo y desde un mismo punto de vista. Una mesa es

idéntica consigo misma del mismo modo que un ser humano es idéntico consigo mismo aunque la mesa no sea consciente de ello y el ser humano pueda serlo.

Sin embargo, para muchos filósofos modernos la reflexividad era crucial para la identidad humana y marcaba una diferencia importante con la identidad de las cosas inanimadas y las animadas. Por eso insistían en que la auto-conciencia y el auto-reconocimiento eran elementos necesarios de la identidad humana. Así por ejemplo, Locke argumentaba que *"tan lejos como esta conciencia pueda extenderse hacia atrás a cualquier acción o pensamiento pasado, hasta allí alcanza la identidad esa persona"* (Locke, 1948: 247). De manera similar, Leibniz sostenía que *"el alma inteligente, sabiendo lo que es y siendo capaz de decir este yo que tanto dice, no sólo permanece y subsiste metafísicamente (lo que hace más totalmente que los otros), sino que también permanece moralmente la misma y constituye la misma personalidad. Porque es la memoria o el conocimiento de este yo lo que lo hace capaz de recompensa y castigo"* (Leibniz, 1973: 44).

Debe notarse, sin embargo, que la principal preocupación de estos filósofos no era tanto la identidad en sí misma, como el hecho de que la responsabilidad moral parecía depender de ella.

Sea como sea, el punto es que en ambas variantes, identidad ontológica y auto-reconocimiento, la identidad se reduce a un problema de mismidad individual. En la mayoría de los casos, éste no es un problema interesante para las ciencias sociales. Normalmente los objetos que son movidos, o los animales que se mueven a otro lugar son reconocidos como los mismos que estaban en el lugar anterior. Así como también uno se reconoce a sí mismo como el mismo individuo que existió hace años como niño, o el mismo individuo que viajó de A a B. Por esta razón no vamos a utilizar el concepto de identidad en el sentido filosófico particular de mismidad individual.

Un significado más adecuado de identidad deja de lado la mismidad individual y se refiere a una cualidad o conjunto de cualidades con las que una persona o grupo de personas se ven íntimamente conectados (Tugendhat, 1996: 29-40). Al explorar este concepto de identidad cualitativa, Tugendhat ha destacado el carácter subjetivo de las cualidades que constituyen la identidad y el hecho de que ellas pueden cambiar. En el ejemplo propuesto por Tugendhat, yo puedo ser padre en un sentido biológico, pero en otro sentido, que es fundamental para la identidad, yo soy padre solo si escojo serlo. Esto se aplica a la mayoría de las cualidades importantes para la identidad.

Pero esta noción es todavía muy incompleta en la medida que no clarifica cómo y por qué personas distintas se identifican con cualidades diferentes. La concepción filosófica moderna de identidad se basó en la creencia de la existencia de un sí mismo, o centro interno, que emerge con el nacimiento, como un alma o esencia, que permanece fundamentalmente igual durante toda la vida.

Todas las explicaciones anteriores tienen que ser entendidas dentro de un contexto histórico determinado. En la pre-modernidad, la identidad descansaba en pilares sólidos como el trabajo, familia, nación y religión, arraigada en lo colectivo, más cercana a la naturaleza y a la normativa tradicional. En la modernidad estos pilares se debilitan y producen un cambio en la subjetividad individual, volviendo a la identidad más frágil e inestable que en periodos pasados.

La modernidad es el marco en el que la identidad moderna se desenvuelve, se desarrolla, y se adquiere a lo largo de la vida. En la que la cuestión ¿cómo he de vivir?, se responde, en las decisiones tomadas día a día sobre cómo comportarse, que vestir, que comer y otras inquietudes de la vida del hombre moderno.

El individuo moderno es una entidad activa que no está determinada, pero sí influenciada, por los influjos externos que afectan a la construcción de su identidad. Los individuos participan en las influencias sociales al forjar sus identidades, pero a su vez las instituciones de la modernidad moldean los nuevos mecanismos de identidad. Lo global y la modernidad imponen a los individuos perturbaciones y ansiedades generalizadas que exigen la creación de formas de identidad para lidiar con esas nuevas perspectivas.

De manera general concebiremos a la Identidad como una **trayectoria** (Giddens, sf: 26); trayectoria que tiene como espacio las instituciones modernas y como tiempo de realización el ciclo de vida del individuo. La pensaremos también, como un **proyecto** que, como tal, implica libertad de elección, que puede llegar a generar inseguridad e, incluso, ansiedad. En la obra, *el proyecto vital*, de Berger, Berger y Kellner, este proyecto que diseña y moldea al individuo se convierte en fuente primaria de la identidad.

Para Bauman la libertad en la construcción del proyecto vital y la responsabilidad en la toma de decisiones para conseguir la consecución del proyecto, se siente como una pesada carga para el hombre moderno, generando incertidumbre. De ahí que haya una amenaza constante de frustración en él (Berger, Peter L., Berger, Brigitte y Kellner, 1979:

30-34), creando sentimientos de desarraigo y pérdida de libertad e identidad. Para Giddens estos posibles incidentes que produciría una parálisis de la voluntad o sentimientos de enclaustramiento derivados de la difícil tarea de forjar y mantener su propia identidad, serán para el individuo posibles de ser superados mediante la confianza que actúa como una *coraza protectora*.

El individuo construye su proyecto de vida en base a las nociones de *confianza y seguridad*, conceptos claves en la obra de Giddens. La confianza *supone arrojarse a una entrega*, un salto de *fe* que está estrechamente relacionado con la ausencia en el tiempo y en el espacio. La confianza actúa no solo como una vacuna emocional contra los riesgos y peligros que vienen de las acciones y las interacciones de los individuos en su vida cotidiana, sino también que crea en el inconsciente del individuo un sentimiento de seguridad permanente y constante de sus actividades y aceptación de la realidad. La seguridad de la persona dependerá de las actitudes de confianza que establezca con diversas situaciones y personas, e incluso aquellas que no están dentro de su entorno. Giddens encuentra también que en este universo de la modernidad el vivir está sujeto a cambios y riesgos. Hacerse con las riendas de la propia vida implica para el individuo *riesgo*. El individuo al pensar en términos de riesgo estima hasta donde es probable el alcance de su proyecto. Proyecto que encara una *multiplicidad de posibilidades abiertas* y su realización depende del equilibrio entre la oportunidad y el riesgo.

La noción de riesgo, no es más que, la ausencia y despedida de las formas tradicionales de hacer las cosas. Una apertura a un futuro abierto, problemático, incierto y confuso que se convierte en perturbador para el ser humano. En este punto valdría una aclaración con respecto al tema del riesgo. La angustia y la inseguridad no solo han afectado a los hombres del periodo de la modernidad, sino también a los hombres de los otros periodos, pero esta afectación tiene una forma y un contenido muy distinto en la modernidad. Los cambios en las vidas de los individuos siempre han significado restructuración psíquica. En la pre-modernidad estos cambios se plasmaban en los *ritos*, pero en estas culturas las cosas se mantenían estables en lo colectivo, en ellas los cambios en la identidad eran claramente visibles. En la modernidad un cambio en la identidad deberá ser explorado y construido para poderlo vincular con lo social.

La preocupación por el riesgo en la vida social moderna no se centra en el predominio real de peligros que amenacen la vida, como sería el caso de las guerras o desastres

naturales, sino más bien con el surgimiento de sistemas abstractos que se incorpora en la vida del ser humano.

Con todo lo dicho podríamos pensar que la modernidad implica una pérdida para el ser humano, pero más bien se trata de un cambio producto de la introducción de la *reflexividad* en la vida, que permite equilibrar las oportunidades y evitar así posibles catástrofes. El individuo, a cada momento de su vida, es compelido a reflexionar acerca de lo que sucede y cómo puede aprovechar ese momento para sí mismo y la consecución de su proyecto. Esta *reflexividad*, que se manifiesta de manera continua y generalizada es la característica que distingue a la identidad tradicional de la identidad moderna.

La reflexividad se exterioriza en el *cuerpo*, entendiendo al cuerpo no solamente como organismo biológico, sino también como un sistema de acción, activado de manera refleja para afrontar de un modo práctico situaciones y hechos externos a él. El control y mantenimiento del cuerpo es elemental para el sostenimiento de la coraza protectora, el actuar de acuerdo a los parámetros normativos de la sociedad supone una reactualización de la seguridad antes señalada.

Para Giddens, *la identidad es el yo entendido reflexivamente por la persona en función de su biografía*. Es decir, la identidad es la trayectoria interpretada de manera reflexiva por el individuo que permite construir y mantener un sentimiento integrado del yo.

El sentimiento de Identidad supone al menos tres aspectos: *sensación de continuidad biográfica, capacidad de captarla de manera reflexiva y comunicarse con los demás*. La Identidad no se la encuentra en el comportamiento ni en las reacciones de los demás, sino en la capacidad de *llevar adelante una crónica particular*.

La biografía individual no puede llevar elementos del todo ficticios, ella deberá ser nutrida con elementos o sucesos reales del diario vivir basadas en normas personales y sociales. La realización del proyecto, depende mucho de este aspecto ya que otorga autenticidad y facilita la superación de los acontecimientos del diario vivir y su consecuente proyección en el futuro.

Por consiguiente, la identidad no es algo dado, sino aquello de lo que está consciente el individuo, que debe ser creado y sostenido a través de su accionar.

El hombre logra construir su identidad mediante experiencias y estilos de vida que tiene a lo largo de su vida, no solo se refiere a los logros o decisiones de grupos, sino también a las decisiones tomadas y a las líneas de acción seguidas en situaciones de limitación material rigurosa. Todas estas elecciones no son más que decisiones referentes a *cómo actuar* sino también a *quién ser*.

Berger, Berger y Kellner, explican que el individuo, tiende a percibir su existencia y vida como una “migración entre diferentes mundos sociales”, y de igual manera como la “realización sucesiva de una serie de posibles identidades” (Berger, Peter L., Berger, Brigitte y Kellner, 1979: 75), en este contexto surge otra característica de la identidad moderna, *la diferenciación de la identidad*.

Según Berger y Kellner, la diferenciación de la identidad da lugar a una identidad plural, provocando que el sujeto cambie constantemente de actitudes, valores, compromisos, en sí que cambie su rol y otras formas de vida según las exigencias de la sociedad. La diferenciación de la identidad, no es más que el efecto de la diferenciación atribuida al mundo social; mundo en el cual se vislumbra la separación de la identidad en dos partes: una identidad privada que toma como referente lo íntimo y personal de la vida cotidiana del individuo, y otra identidad pública que puede comprender desde el trabajo hasta su pertenencia y relación con el Estado. La separación de la identidad en dos partes, resulta como plantea Weber, consecuencia de que la sociedad se ha vuelto paulatinamente abstracta, a causa de la racionalización que trae consigo el desarrollo del mundo moderno.

Para el presente estudio la Identidad será la *trayectoria de vida* entendida reflexivamente por el individuo, misma que capacita al ser humano a llevar adelante una crónica y biografía particular, de aquí que ella no sea algo dado, sino que es creada y sostenida a través de su accionar. Y también como *proyecto de vida* que implica libertad de elección, y que se construye en base a sentimientos de confianza y seguridad.

Como se ha explicado la identidad se da en un contexto socio histórico determinado, pero en el caso ecuatoriano este proyecto no es totalmente adaptable al tipo ideal señalado. En el Ecuador existen identidades medianamente plurales, ya que el individuo lleva consigo interiorizados rasgos tradicionales que lo configuran como tal, y a su vez asume una posición no del todo “reflexiva” frente a la crónica de su vida y el proyecto de vida que a ella acompaña.

En el siguiente subcapítulo se hará un recorrido sobre los aportes conceptuales de la juventud y con ellos poder entender el campo de nuestro estudio: los jóvenes. Se tratará de construir conceptos que permitan explicar y entender los modos y usos que los jóvenes dan a su actuar, especialmente con su actuación frente a los medios de comunicación y la tecnología, poniendo interés en el uso de las comunidades y redes virtuales.

*“Ser joven es más que un estado temporal, es una forma de vivir, una cultura”*

*Mural Tropi Burger Av. Amazonas.*

## **1.2 Hacia una conceptualización de la juventud.**

Hablar de la juventud en la época actual difiere en gran medida de lo que se entendía como juventud hace no muchos años atrás. En general se ha intentado dar a la juventud un carácter universal, invisibilizando o desaprobando todo lo que no entra dentro de esta categorización.

Aspectos como el retraso en la inserción laboral, la creciente importancia de la escuela y la ampliación de las actividades de ocio han ocasionado una mayor distinción entre jóvenes y adultos. Los centros educativos son ahora espacios donde los jóvenes se encuentran e interactúan y viven lo cotidiano. Según Feixa, los jóvenes *construyen “un mundo con una lógica propia que genera una ciudad dentro de la ciudad al uso exclusivo de la joven generación”*. (Feixa, sf: 6)

A continuación haremos un breve recorrido a través de las diferentes perspectivas teóricas en los últimos cincuenta años, con respecto a la problemática de la juventud, el mismo que nos ayudará a obtener información relevante para el presente estudio y facilitar la construcción del concepto base a usarse en ella.

La *Juventud* ha sido caracterizada como una etapa de riesgo o peligro que es determinante para el correcto desarrollo psico-biológico. Acompañado con cambios físicos y psicológicos que marcan el paso a la adultez. A mediados del siglo XX las teorías de Juventud se inclinan hacia lo que se denomina Moratoria Social, en ellas ésta es entendida como un espacio en el que se debe formar y adquirir las destrezas para una vida adulta social y económicamente productiva.

En los años 90, Morch objeta la teoría de la moratoria social, y construye el concepto de juventud estrechamente ligado a la existencia de determinadas «estructuras de actividad» (escuela, trabajo, tiempo libre, etc.) específicas en las que los individuos, deben ubicarse. (Alpízar y Bernal, 2003: 5). Bajo esta lógica la juventud es vista como un “status” que los individuos consiguen a través de la estructuración de las actividades sociales. Desde este punto de vista, podría haber personas cronológicamente jóvenes pero que, no obstante, no desarrollan su juventud; o bien, adultos que desarrollan comportamientos típicamente juveniles. (Alpízar y Bernal, 2003: 6).

La sociología sobre cultura juvenil conceptualizada por Parsons, entre otros, define a la juventud básicamente como *irresponsable*, cabe aclarar que esta irresponsabilidad no es un fenómeno patológico, sino más bien el resultado de un determinado contexto social. Esta concepción es la base para la formulación de políticas públicas, destinadas a controlar o en ciertas ocasiones a reprimir a este grupo de la población.

En la segunda mitad del siglo XX, se mira a la juventud desde un punto de vista poblacional. Los y las jóvenes se convierten aquí en un grupo homogéneo integrado por todas las personas que coinciden en un mismo rango de edad definido. (Alpízar y Bernal, 2003: 7). Estos estudios dejaron de lado condiciones materiales, necesidades y realidades diversas de los jóvenes.

En el contexto histórico de los años sesenta (mayo francés), las investigaciones sobre jóvenes los presentaban como protagonistas del futuro de la sociedad. Ellos son los contestatarios de la sociedad dominante.

Más tarde el debate de la juventud supera los límites geográficos, y se internacionaliza. En 1995, en la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Social, la juventud es vista como “población vulnerable”, por lo que su integración en el desarrollo socio-económico es prioritaria para la sociedad. (Alpízar y Bernal, 2003: 11). Estos estudios rescatan la diversidad de condiciones en la vida de la gente joven, por ejemplo: el estado civil, el nivel educativo y la clase, y los cambios en los comportamientos y contextos sociales en los que ellos viven.

Los jóvenes han sido identificados también como “grupo generacional”. Esta corriente otorga características comunes a las personas jóvenes que conforman la generación del momento. Esta caracterización ha servido como base para la formulación de políticas

públicas, y lo ha definido en función de términos de consumo. Entre los autores representativos de esta corriente tenemos: Hicks, Bagby, Schneider y Tapscott.

### 1.2.1. Y ahora, ¿Qué mismo es la Juventud?

Tradicionalmente la edad y el sexo han sido ejes vectores del ordenamiento de la vida social y en especial para el tema de Juventud. Por ejemplo, para Lynd y Lynd, la edad es más importante que otros aspectos relacionados a los jóvenes, como la clase o estrato social. Pero recientemente y sobre todo en los últimos treinta años la juventud ha sido percibida, principalmente desde la antropología y la sociología, como una construcción sociocultural. Estos estudios logran recuperar el contexto histórico y cultural en el que viven, sueñan y se relacionan los jóvenes.

Si bien es cierto, no se puede negar el desarrollo que todos los seres humanos experimentan a lo largo de su vida, en su aspecto fisiológico y mental, debemos también resaltar que estos estadios de desarrollo pueden ser vistos desde variadas perspectivas culturales, que crean atribuciones y pautas a cada individuo según en el estadio que se encuentre. Esta dualidad en el análisis de la juventud fue tratada con anterioridad por Feixa, y será retomada por el presente estudio, nos referimos a la *edad como condición natural* y la *edad como condición social*.

La edad, no debe ser solo entendida y explicada desde el ciclo vital del ser humano, sino que también se debe reconocer su otra dimensión: la construida socialmente. La edad como condición natural, tiene que ver con el aspecto cronológico que va desde el nacimiento hasta el presente del individuo, y la que les reúne en un mismo grupo con gente de su misma edad. Este aspecto define el carácter *transitorio* en la medida que el tiempo biológico integra o expulsa al joven de su condición *juvenil*.

La edad como condición social capacita o incapacita la realización de actividades sociales. Las formas de las relaciones entre el individuo y los otros grupos generacionales y su conciencia de pertenecer a estos grupos, y el conjunto de valores, estereotipos y significados que el individuo da a los mismos. La condición social que define a los jóvenes se puede caracterizar a partir de los aportes de José Antonio Trejo Sánchez en su texto "*Sociología de la juventud: breve estado de la cuestión*". A continuación algunos aportes del autor:

Primero, la juventud es una *construcción socio-histórica*. El contexto social, económico y político difiere significativamente en los procesos de configuración de la juventud, y a su vez establece límites concretos sobre sus formas de vivir y de actuar. De ahí que no es lo mismo ser joven ahora que ser joven hace treinta años. Los jóvenes son jóvenes en un contexto social, económico, social, tecnológico y cultural específico. Su construcción socio – histórica ha sido diferente para cada sociedad que ha creado experiencias sociales y culturas que van mucho más allá de la parte biológica. Tomando las palabras de Roberto Brito decimos que “*la juventud no es un don que se pierde con el tiempo, sino una condición social con cualidades específicas que se manifiestan de diferente manera según las características histórico sociales de cada individuo*” (Brito, 1998: 3).

Segundo, es *relacional*, ya que adquiere sentido cuando se lo vincula con su opuesto, esto es lo “no juvenil”, esta relación permite darnos cuenta que el *ser joven* está delimitado por los *otros* que son sus contrarios: los adultos.

Tercero, es *situacional*, la juventud debe ser entendida en un contexto específico, para evitar así generalizaciones y perder aspectos importantes de la juventud de hoy.

Cuarto, es *representado*, para Trejo existen procesos de disputa y negociación que recaen sobre la juventud. En este aspecto vale aclarar que estos procesos se deben no solo a factores externos a la juventud, donde interviene diversos agentes e instituciones, sino también disputas y negociaciones que se producen en el interior de los jóvenes, en donde se especifican quienes están dentro y quienes permanecen fuera de ellos.

Quinto, es un concepto *cambiante* que se reconstruye y construye permanentemente en los procesos de interacción social; *se reproduce en lo cotidiano*, y sus ámbitos de referencia son íntimos, cercanos y familiares -barrios, escuela, trabajo y otros-; aunque también se puede *reproducir en lo imaginario*, donde las comunidades y grupos de referencia marcan formas valorativas de lo juvenil; *se construye en relaciones de poder* definidas por las condiciones de alteridad, dominación, o desigualdad, unas veces superpuestas entre sí, otras veces definidas por el conflicto.

Esta diferenciación entre los espacios o *mundos* en los que el joven se construye y se desarrolla. Retomamos aquí los conceptos de María Ángela Canepa, de su estudio sobre la juventud peruana, en donde se visibiliza un aspecto hasta ahora oculto o excluido de las teorías sobre juventud: *la subjetividad de los actores*. Las realidades personales como

los afectos y sensibilidades se suman a la realidad externa en un intercambio dinámico de significados; el joven cambia e innova su entorno social y cultural, recreando constantemente su propia realidad en el marco de los fenómenos que lo afectan externamente.

Todas las características antes descritas son los soportes individuales y colectivos que hacen que la juventud mantenga la esperanza y proyectos de vida claramente identificados, los mismos que les permitirá mantenerse en la sociedad. Para José Manuel Valenzuela, la juventud es la otra sociedad donde la vida, las formas, las necesidades y satisfacciones se renuevan y caducan constantemente. Los jóvenes buscarán la manera de hacer cosas que sus padres no hicieron e irán construyendo, cumpliendo y soñando una nueva sociedad fruto de los nuevos significados con los que revisten su realidad; *mitad familiar y mitad extraña*. Este estar y no estar en las dos sociedades producen consensos, lucha y acuerdos en los que a diario se producen derrotas y victorias, generando estrategias de supervivencia, permanencia y construcción de lo juvenil. (Valenzuela, sf: 9)

El concepto juventud expresa diferentes características que los configura como tal, su construcción e identificación se basan en relaciones intersubjetivas con grupos o comunidades semejantes a ellos que les permite desarrollarse, crearse y mantenerse en un contexto social específico. Así, manteniendo definiciones de carácter abierto, y no universalistas podremos vincular las necesidades que tienen las personas jóvenes en esta época y como utilizan su creatividad para permanecer visibles ante los demás.

Otro concepto a considerar en la presente investigación, es el *tiempo social y su intensidad*; estos elementos tomados de Valenzuela, nos permitirán explicar los diferentes procesos de envejecimiento.

Con tiempo social nos referimos a esa condición diversa, desigual y no homogénea de la vida, la cual, se muestra de manera diacrónica en el tiempo histórico, pero también *en la simultaneidad del tiempo sincrónico a partir de la desigualdad social* (Valenzuela, 2009: 14). La intensidad del tiempo en cambio nos permite dar cuenta de las formas desiguales de envejecimiento. El tiempo registra su paso en el rostro y en el cuerpo de los individuos, y es participe en la definición de proyectos y expectativas personales y sociales.

Este concepto permitirá al presente estudio dejar atrás la perspectiva del tiempo lineal y abrir el entendimiento a los procesos sociales e individuales que imprimen su marca en las *discontinuidades sociales* (Valenzuela, 2009: 14-15). Esto lo podemos diferenciar en el ritmo de vida cotidiana entre una ciudad moderna, como lo es Quito, en donde el tráfico de automóviles, el caminar de las personas y la incorporación de la tecnología en las actividades cotidianas marcan un tiempo acelerado diametralmente distinto al de una ciudad ubicada en el mismo país, como Vilcabamba.

Se ha comprobado que el tiempo de vida de los habitantes de este pueblo andino es superior al del resto del mundo. Muchos sobrepasan los 100 años de edad y ello es atribuido a distintos factores: bajos índices de enfermedades cardiovasculares y arterioescleróticas, la estabilidad del clima, la temperatura y el agua con propiedades especiales. Aunque otras teorías atribuyen esta longevidad al ritmo pausado de vida, en donde la rutina diaria por sí misma podría erigirse como un modelo de buen vivir. Si a eso se suma la ausencia total de estrés, contaminación, ruido y las preocupaciones de las grandes ciudades, llegar a los 100 años parece entonces lo más natural.

En este ejemplo también podemos observar como la ampliación de la edad natural promedio de vida tiene interesantes resultados en lo que tiene que ver con la edad social. Es común encontrar habitantes de Vilcambamba que superan los 100 años, y mucho más común el hecho de que los límites de edad también se expandan en las actividades económicas y sociales de esta población. Un ejemplo de esto es la prolongación del trabajo en el campo de hombres y mujeres a una edad en la que en la ciudad dejarían de formar parte de la clase económicamente activa.

Los dos elementos antes señalados: *Tiempo social e intensidad* no solamente se refieren a las condiciones objetivas de vida sino también a contextos socioeconómicos específicos que influyen directamente, en la esperanza de vida al nacer y en la intensidad del envejecimiento como hemos visto en el caso de Vilcabamba.

Luego de haber revisado varios puntos relacionados con el tema de este subcapítulo es preciso delimitar el alcance de este concepto en la presente investigación. La Juventud es un estado temporal, construido socio-históricamente, que marca su paso tanto en el cuerpo como en la condición social de sus agentes: los jóvenes. Es un concepto *relacional* en tanto se puede dilucidar de su opuesto; *situacional* a fin de evitar generalizaciones en contexto económicos, sociales, políticos y culturales distintos. Es

*representado* desde un ámbito no juvenil (por ejemplo las instituciones) y desde los mismos jóvenes, este punto es crucial para poder rescatar la subjetividad de los agentes en la construcción de ella.

La Juventud en el Ecuador es un tema muy complejo para un análisis, por esta razón en la presente investigación se basará solamente en una pequeña parte del universo juvenil, relacionado puntualmente con las comunidades virtuales y sus usos. Para las investigadoras estos espacios virtuales cambian las conductas y sentidos de vida en los jóvenes, y de manera marcada en la clase media ecuatoriana que pueden vincularse a estos espacios virtuales y en especial a Facebook.

En el siguiente subcapítulo se abordará el tema de los procesos de socialización, con la finalidad de comprender y explicar los procesos a través de los cuales los individuos, y para el presente estudio los jóvenes, adquieren, se adaptan e ingresan al juego de la participación social.

### **1.3 Procesos de socialización**

Los debates acerca del concepto de Socialización nos remiten a uno de las discusiones centrales en las ciencias sociales, nos referimos al de la distinción entre individuo y sociedad. La sociología tradicional (estructural-funcionalista) ha concebido a la socialización como los procesos de reproducción social, los mismos que funcionan en tanto puedan generar seres capaces de perpetuar el orden social establecido, estas perspectivas ponen énfasis en estos procesos como los productores del individuo. Por otro lado la psicología le ha dado un enfoque más individualista, su análisis se centra en el modo en que los individuos desarrollan sus capacidades cognitivas, siendo ellas las que determinan el éxito de la socialización. Para Correa de Jesús, Figueroa y López estas últimas conciben al individuo como el único responsable de su conducta en sociedad, y reducen a lo social a la interacción entre individuos.

Las dos corrientes antes señaladas se comportan como polos opuestos de una misma temática, toman parte en una de las dicotomías clásicas: sociedad e individuo, exterior e interior o cultura y naturaleza. Cuando estas dicotomías entran en crisis nuevas corrientes aparecen y hoy en día es difícil encontrar líneas de pensamiento que sigan a solamente una de ellas.

Para la presente investigación tomaremos como referencia el trabajo de George Mead y en especial su conceptualización de la Intersubjetividad como eje importante a la hora de comprender cualquier proceso de socialización.

### *1.3.1. ¿Coacción estructural o desarrollo como elaboración meramente individual?*

La teoría de Mead se ubica históricamente en la producción teórica de finales de siglo XIX y principios del siglo XX, y la teorías del conductismo y el utilitarismo. Mead es influido por los principios evolutivos de Darwin y su esfuerzo teórico pretende explicar a la persona como emergente de una matriz de relaciones intersubjetivas y de proponer a la comunicación simbólica como mecanismo para su emergencia (Tomasini, 2010:4).

Para Mead la socialización es un proceso en el cual el Self (el sí mismo) se construye en y por la interacción comunicativa con otros y por medio de las relaciones de tipo social y comunitarias que se entablan entre el socializado y el socializador. La constitución del Self está estrechamente relacionada con los símbolos y signos intercambiados y que disponen los comportamientos.

Las primeras experiencias de sentidos que damos a nuestros comportamientos se dan en la niñez y son el resultado de las interpretaciones o reacciones que los otros otorgan a nuestros actos. Esto genera un cumulo de actitudes particulares que con el tiempo se generalizan y se incorporan a las actitudes de grupo, que permiten dar coherencia a la persona.

### *1.3.2. Pensamiento y acción*

Para hablar de socialización no podemos dejar de lado la categoría de acción. La Teoría de la Acción Racional concibe a la acción como la realización de unos fines predeterminados, entendiendo a los fines como el conjunto de funciones intelectuales determinados por las condiciones practicas del medio en el que vive el ser humano, sin asociarla con el medio social en el que se desenvuelve y los otros seres humanos implicados. Mead, aporta al planteamiento anterior el elemento de la intersubjetividad, un actor no despliega su accionar en un contexto desligado de los otros, los otros son un estímulo y viceversa, sus acciones generan reacciones y crean la posibilidad de dar continuidad a sus propios actos.

Por otro lado el behaviorismo apunta principalmente a la acción como el resultado del ambiente en que se desenvuelve. A este respecto Mead indica que no solamente es el entorno material influencia en la acción sino también lo hace el mismo individuo a través de sí mismo, de símbolos y de las consecuencias de ciertas reacciones provocadas por estímulos. Si bien esta concepción ubica a Mead dentro del conductivismo, este se diferencia de Watson porque reconoce las partes del acto que no aparecen a la observación externa, y pone el acento sobre el acto del individuo humano en su situación social natural. (Mead, 1957: 55).

Cualquiera que desee estudiar la experiencia subjetiva del individuo en el marco de lo social, debe tener claro que tanto la experiencia subjetiva como la conducta visible son dos elementos de un todo: la acción simbólicamente orientada.

Herbert Blumer desarrollara mas esta idea y englobara a la acción significativamente orientada en tres ideas claves: a) "...el ser humano orienta sus actos hacia las cosas en función de lo que éstas significan para él." b) "...el significado de éstas cosas se deriva de, o surge como consecuencia de la interacción social que cada cual mantiene con el prójimo." c) "...los significados se manipulan y modifican mediante un proceso interpretativo desarrollado por la persona al enfrentarse con las cosas que va hallando a su paso." (Blumer, 1969: 6).

Mead también propone analizar a la conducta de los individuos como parte del todo social y como resultado de la actividad grupal compleja que ellos componen, es decir se opone a las formulaciones individualistas de la acción. Intenta explicar la conducta del individuo en términos de la conducta organizada del grupo social, en lugar de explicar la conducta organizada del grupo social en términos de la conducta de los distintos individuos que pertenecen a él. Para la psicología social, el todo (la sociedad) es anterior a la parte (individuo), no la parte al todo. (Mead, 1957: 54). Con ello logra rescatar a lo social como parte de la constitución de la persona sin que se excluya a la subjetividad del individuo resultante de la experiencia.

### *1.3.3. Socialización*

Como habíamos señalado anteriormente, para Mead la socialización es un proceso en el cual el Self (el sí mismo) se construye en y por la interacción comunicativa con otros y por

medio de las relaciones de tipo social y comunitarias que se entablan entre el socializado y el socializador. La constitución del Self está estrechamente relacionada con los símbolos y signos intercambiados que disponen los comportamientos.

El sentido de sí mismo se forma por medio de la mirada particular de los miembros de los grupos sociales cercanos al individuo y de la mirada generalizada de la comunidad social a la que pertenece. Se toman en cuenta las múltiples perspectivas de los otros con respecto a los comportamientos que ellos esperan, pero todas esas perspectivas no son evaluadas individualmente sino que toman la forma de un todo social que es lo que Mead denomina como *el otro generalizado*.

Todos los caminos o motivaciones que determinan una u otra experiencia para el individuo están en conflicto. Y es este conflicto el motor del desarrollo; por ejemplo en la niñez los intereses y los modos de acción son el producto de las situaciones problemáticas que el niño/a debe hacer frente.

A continuación se tratará de establecer las relaciones entre la acción intersubjetiva y las categorías normativas como: juego y juego organizado, otro generalizado, role taking y las dos fases de la persona (yo y mí), a fin de comprender de mejor manera la socialización.

#### *1.3.4. Acción, role taking y el otro generalizado*

A fin de explicar el desarrollo de los caminos que pueden tomar las acciones, Mead construye una conceptualización que basa su explicación en los conceptos de play (juego) y el game (juego organizado) en tanto formas relacionales. En el play, la acción está dirigida por expectativas particularistas de comportamiento que sólo tienen validez para una determinada situación de interacción. Mientras que en el segundo momento la acción se orienta por expectativas de comportamiento generalizadas que cobran validez normativa (Tomasini, 2010:7).

En el game o juego organizado es donde aparece el otro generalizado. En este tipo de espacios la persona debe asumir la misma actitud de los demás jugadores. La asunción de una u otra actitud tiene una razón de ser que es la organización. La organización provee de unidad a las actitudes y controla la reacción de la persona. Tenemos entonces

un 'otro' que es una organización de las actitudes de los que están involucrados en el mismo proceso (Mead, 1957: 184).

En la niñez el play es el juego que predomina, en esta primera etapa la persona no está organizada y se presenta como oscilante y voluble. La realización de una acción en un momento dado no determinará la acción del siguiente. El otro aún no se ha generalizado. En la segunda etapa las acciones son ordenadas, ya no es el play sino el game quien organiza y ejerce control sobre las acciones. Las actitudes individuales y las sociales organizan y estructuran a la persona, las primeras se articulan con las segundas con la generalización y se convierte en un reflejo individual del esquema sistemático general de la conducta social o de grupo en la que ella y los otros están involucrados. (Mead, 1957: 188).

El mecanismo que permite esta incorporación de lo personal a lo social es el *role taking* o adopción de la actitud del otro. La persona ajusta su accionar con la anticipación de las actitudes de los otros hacia el mismo, de igual manera lo hace la otra persona implicada. El role taking es entonces el mecanismo socializador en el campo de la interacción social. En este punto es importante señalar a que se refiere Mead con actitud. Con actitud entendemos al cumulo de reacciones que llevan impresas significaciones de las situaciones o cosas ante las cuales reaccionamos. Con ello se pretende integrar a la acción individual con el orden social simbólico, la reacción de la persona a los gestos (incluido el lenguaje) llevan dentro de sí la significación del mismo gesto. Podemos decir que el substrato del sentido de nuestras acciones radica en la mirada que nos ofrece el otro antes que ellas.

Adicionalmente existe un dialogo internalizado que permite los procesos de diferenciación de modo que el niño puede pensar acerca de su conducta como buena o mala solamente cuando él reacciona a sus propios actos en las palabras que recuerda de sus padres (Mead, 1913: 377). Pero lo hace en el marco de la socialización, por lo que este mecanismo es de naturaleza social y no se da solamente al interior de la persona. De esta manera la persona podrá actuar y comportarse de acuerdo a las expectativas que se generen de los otros, se puede esperar que se comporte como hijo o como padre; como niño o adulto, etc.

Ahora bien ¿Cómo la acción individual se hace acción dirigida por normas? La respuesta es la generalización. Cuando las acciones individuales se disocian de las personas y se

agrupan organizadamente bajo la figura de una comunidad o grupo social aparece lo que Mead denomina el otro generalizado. La función de este otro es la de dar unidad a la persona, organiza las actitudes de todos los que están involucrados. Al configurarse como actitud de todos ejerce control sobre los comportamientos de las personas individuales que las conforman y se inserta en el pensamiento del individuo como factor determinante. (Mead, 1957: 185)

Cuando hablamos de factor determinante nos referimos a lo que Mead entiende como *mí*. Cuando el otro generalizado organiza las actitudes de los otros y estas son asumidas por la personas se constituye el *mí*. Cuando el individuo arregla su participación en sus interacciones lo hace desde los papeles de los otros con los que interactúa y es este arreglo (el *mi*) el que hace que la persona se organice y adquiera conciencia de sí misma.

A continuación explicaremos el concepto del yo diferente al de *mí*, importante dado que es en esta diferenciación en donde Mead introduce el carácter contingente en la acción.

### 1.3.5. YO y *Mí*

Al igual que el *mí*, el *yo* es otra fase del Self que se refiere al carácter incalculable de la acción. La reacción a las actitudes de los otros no es algo que pueda establecerse con antelación, las repuestas que se den o las posiciones que se tomen no son totalmente seguras aun cuando exista una normativa que las enmarca, a esto es a lo que se denomina el *yo*.

El otro generalizado si bien pone normas que ejercen control sobre las formas de actuar, no imposibilitan que la persona pueda actuar por fuera o de manera distinta a ellas. Cada interacción con símbolos comunes, puede ser realizada con un uso distinto de ellos en cada interacción y esto es posible por la reacción de la persona hacia los grupos o comunidades sociales. (Mead, 1957: 223).

El *mí* y el *yo* coexisten en las acciones y dependerá de la situación para que sea el uno o el otro el que predomine. En la interacción el orden normativo es necesario pero esto no significa que la comunidad social permanezca estática sino que ella puede ser cambiada por el carácter dinámico y constante de las actitudes sociales.

Los cambios que señala Mead mayoritariamente no son cambios grandes sino más bien pequeños y triviales. (Tomasini, 2010:10). Lo interesante de esta aportación es que se introduce en la interacción un elemento intangible y fuera de las normas de acción establecidas pero que puede cambiar a esta normativa de manera innovadora y singular.

La relación entre el *mí* y el *yo* es mediada por una tensión en tanto la acción de la persona se desarrolla entre la existencia de un grupo social normado y la posibilidad de tener un papel dinámico y personal que puede incidir sobre la comunidad. Si no tuviese dichas dos fases, no podría existir la responsabilidad consciente, y no habría nada nuevo en la experiencia. (Mead, 1957: 205).

El *yo* es central en la teoría de Mead, ya que no solamente es posibilidad de reacción ante las normas sino que es también posibilidad de reorganización y readaptación a los grupos o comunidades sociales. A este respecto Haber más acota que en los casos en los que el *yo* se antepone al *mi* es cuando se posibilita la emergencia del sí mismo por encima de la persona institucionalizada. Aun cuando el orden normativo rija lo social, el espacio donde el *yo* puede hacer cambios no puede desaparecer. El sistema de expectativas de comportamiento no podrá remitirse con antelación a todos los acontecimientos posibles.

#### 1.3.6. Para terminar

Recapitulando un poco la concepción de Mead podemos decir que el *mi* aparece en su obra tanto como resultado y como proceso. Resultado porque sus valores reflejan valores que pertenecen a la sociedad, pero también es proceso en tanto incorpora a las diferenciaciones sociales como las generacionales, religiosas, de clase, sexuales, etc. Lo hace cuando la persona se mira a sí misma desde el punto de vista de uno u otros individuo del grupo. (Mead, 1957: 237).

Por otro lado, pero en relación con el *mí*, el *yo* permite dar una dirección a las actuaciones del individuo. Toma como referencia las expectativas, múltiples y a veces opuestas, las abstrae y ellas se universalizan en el otro generalizado.

El *Self* se conforma por las relaciones que hay entre el *mí*, el *yo* y el *otro generalizado*. Su relación, para Mead, se asemeja mucho a una conversación interiorizada que contempla

los distintos puntos de vista de las acciones. Cuando aparece un problema esencial, hay cierta desintegración en esta organización y aparecen diferentes tendencias en el pensamiento reflexivo como diferentes voces en conflicto unas con otras. (Mead, 1913: 378).

La acción social se orienta cuando tomando en cuenta la diversidad de *mis*, en el contexto del otro generalizado en su papel de observador y juez, el yo sopesa los resultados de su acción en un ejercicio de acciones adelantadas imaginariamente y decide que camino elegir entre las distintas opciones. El pensamiento, resultante de la interacción entre el *mí*, el *yo* y el *otro generalizado* es generalmente inmediato y de forma inconsciente, se realizan ensayos de la acción y la acción es el resultado de la elección entre estas opciones. La socialización entonces puede ser comprendida a partir de experiencias determinadas en una pluralidad de perspectivas

El otro generalizado es concebido como un todo que representa la generalización de actitudes del grupo social o comunidad organizada. Sin embargo este todo no es homogéneo, para Mead en las sociedades complejas entran en contacto sub-grupos concretos (que se definen funcionalmente) y las clases abstractas. Las personas son parte de estos grupos y clases con lo cual establecen ciertas relaciones definidas, que involucran también demandas y expectativas, con los que pertenecen o no pertenecen a ellas.

Mead en su concepción de la socialización integra no solo la perspectiva psicológica sino también social de la persona, que reúne distintas dimensiones de la socialización como el resultado de un proceso de subjetivación.

El coro de voces permite que reformulemos a la socialización y la personas como un proceso dinámico y social en el que no están involucrados uno o dos partes solamente sino que la persona puede percibirse y guiar su accionar en tanto interpreta los gestos de los demás y los suyos propios de un sinnúmero de posibles cursos de su acción y de las de los demás. La interacción no es proceso meramente psicológico sino que es social. Los sentidos que damos a nuestras acciones se dan como resultado de un dialogo, que puede ser contrapuesto a las perspectivas de los otros. En una primera fase este dialogo es externo pero en su segunda etapa, se subjetiviza, se generaliza y pasa a ser un proceso inconsciente, en muchos casos, que guía nuestras acciones.

Con la introducción de la fase del yo y de su carácter contingente, Mead previene el reduccionismo de la persona a ser un mero reactor a las situaciones o acciones de los otros, sino más bien lo dota de una capacidad de definir su acción en referencia a los otros mas no en rigurosa determinación a ellos, oponiéndose definitivamente al determinismo.

La intersubjetividad mediaría entonces las significaciones sociales y la experiencia particular. Los otros son un referente motivacional para el comportamiento de la persona. En el proceso continuo de expresión de la propia subjetividad y de acceso a las significaciones del otro, por medio de los gestos que simbolizan la experiencia, se aprende a efectuar ajustes recíprocos de las acciones en función de la interpretación de gestos. Sin embargo, la intersubjetividad también es un espacio de emergencia de acontecimientos que no se ajustan a lo esperable o que aun alineándose con lo esperado producen algún desplazamiento. (Tomaselli, 2010: 15).

Por otro lado el otro generalizado permite dar unidad a las diversas perspectivas posibles resultado de la adscripción de los individuos a distintos grupos y clases abstractas, permitiendo el desarrollo de la persona y su existencia en sociedad. Es así como el otro generalizado aparece en la socialización como juez y observador del curso de las acciones individuales y se establece como un referente para evaluar las posibles acciones.

Pero no se debe confundir al otro generalizado como una fuente eterna y estática del orden social ya que su apareamiento se da en tanto existe la necesidad de decidir entre varias acciones posibles a los conflictos que aparecen en la vida de las personas.

Finalmente y en pos de generar un concepto de socialización para la presente investigación acogemos el nuevo sentido que da la socialización en tanto categoría que incluye la dimensión psicológica y social de la persona. Lo anterior permite resaltar la agencialidad del actor con su categoría del yo y ubicarlo como gestor de su acción y no como mero reactor. La persona esta imbuida por las relaciones sociales que entabla y en las que se inscribe pero nunca determinado por ellas. Estas relaciones sociales están vinculadas a los grupos o comunidades sociales y las clases abstractas que permiten el contacto relacional con otros que están dentro o fuera de estos grupos y clases.

La interacción subjetiva pone en evidencia la tensión que existe entre las coacciones impuestas por el del orden social y la contingencia y la capacidad organizadora del

individuo, quien convierte las estructuras sociales en parte de sí mismo en tanto ajusta su accionar a ellas.

Tomaremos así mismo la idea de un todo. El todo será el lugar o espacio donde se dan significado a las acciones de la persona, con ello nos referimos al otro generalizado. Es también un espacio de referencia desde donde nuestros actos se van significando mediante un proceso progresivo que le remite a infinitas reacciones posibles.

Podemos finalmente decir que el proceso de socialización del individuo intenta explicar cómo el ser biológico se transforma en persona a través de la adopción de las formas organizadas de los grupos a los que se adscribe y con las que comparte continuas interacciones sociales. Esta continuidad produce una generalización de las actitudes que a su vez genera un marco normativo (tanto de las actitudes individuales como de las sociales) que se hace parte de la persona constituida.

## **1.4 Identidades juveniles**

Actualmente los jóvenes comparten, participan e intervienen en realidades y experiencias que los adultos no llegaron a imaginar que existirían. Esto es debido a que éstos han sido socializados en contextos diferentes al de hoy. Las experiencias creadas mediante avances tecnológicos y la cultura mediática producen cambios significativos en la vida de las personas, así como también en las nociones de tiempo y espacio.

El presente estudio toma como referente a los jóvenes en tanto símbolo de reconocimiento de su identificación en base a objetivos, creencias, situaciones, sentimientos, participaciones, entre otros. Este reconocimiento les permite adscribirse a comunidades, y definen lo que es propio para ellos, los jóvenes son por tanto los únicos que pueden hacernos comprender el sentido de sus acciones y sus identidades, por eso su importancia para la investigación.

Es en este contexto donde vale la pena reflexionar y conceptualizar la construcción de las identidades juveniles presentes, poniendo énfasis en los jóvenes y en los factores que articulan nuevas identidades, comportamientos y modos de ser de los mismos.

#### 1.4.1. Breves cambios producidos en la configuración de identidades

A finales del siglo XX y comienzos del siglo XXI los cambios económicos y sociales producidos en la sociedad configuran nuevos espacios de identificación de diferentes actores sociales, entre ellos los jóvenes.

Tomando como referencia los aportes del libro de René Unda, sobre Jóvenes y Juventudes describiremos a continuación algunos de los cambios que influyeron en la construcción de identidad<sup>1</sup>:

- La visión *mercantilista*, con sus exigencias de productividad, consumo y competitividad crea la sociedad del consumo. Las características propias del mercado producen cambios significativos en los mundos de vida, y con esto en las identidades. Las identidades que antes se adherían a la lógica del trabajo entran en crisis, y a la vez configuran nuevas identidades.
- La fuerte presencia de los *medios de comunicación* se han convertido en la principal agencia desocialización primaria (Unda, 2010: 13). Las personas y en especial los jóvenes aprenden del mundo a través de la televisión, la Internet y otros medios que les permite mantener un acercamiento con el mundo. Una consecuencia de la influencia de los medios de comunicación es precisamente en la conformación de la condición juvenil. Los jóvenes ya no aprenden solo de la institución escolar, sino de lo que presentan los nuevos servicios de la modernidad. La identidad abandona por tanto su categoría territorial para trasladarse a la categoría trans-espacial y trans-nacional, como es el caso de las mediaciones tecnológicas.
- El surgimiento de la *tecnología* como medio de apropiación simbólica y cultural por parte de un grupo social produce nuevos significados, representaciones, relaciones y lenguajes. El uso del ciberespacio significa para los jóvenes libertad de desplazarse por todos lados sin la presencia y control de los adultos. Pasar por tanto de un medio pasivo como la televisión a un medio interactivo como la red, es para ellos un nuevo proceso de creación de identidades.
- El surgimiento de la *cultura de la imagen* frente a la cultura del texto escrito trae consigo el desinterés por la educación tradicional del texto. La lógica secuencial de la escuela pierde popularidad ante la lógica de la imagen. Estas últimas

---

<sup>1</sup> Considerando los aportes de René Unda para el tema, se toma como referencia lo expuesto en su libro Jóvenes y Juventudes.

operan en forma de redes, dando varias opciones y múltiples búsquedas a nivel mundial.

- Finalmente encontramos que el concepto de *sujeto* es influido constantemente por los cambios sociales presentados. Las identidades también son afectadas por estos cambios que producen la cultura mediática y los avances tecnológicos. Estos cambios conforman y ordenan nuevos mundos y estilos de pensamientos y formas de actuar y ser.

#### *1.4.2. Jóvenes y la construcción de su mundo*

La construcción del mundo juvenil se da mediante el alargamiento del tiempo en el sistema educativo, dando como resultado su incorporación tardía al sistema productivo económico ocasionando escasa participación en los ámbitos políticos, económicos y laborales. Sin embargo surgen otros ámbitos sociales y culturales que se fortalecen, reconfiguran y construyen constantemente al sujeto juvenil.

Las etapas de la vida humana se encuentran mediadas por la cultura, la cual configura y desarrolla identidades juveniles. La cultura produce significados, productos y bienes culturales donde la juventud se ubica socialmente mediante la configuración de representaciones que generan espacios propios de producción y reconocimiento de la acción juvenil. Para Jameson la cultura es un "vehículo o medio por el que la relación entre los grupos es llevada a cabo" (Jameson, 1993).

Por tanto estas expresiones y representaciones sociales hacen posible que los jóvenes mediante sus constantes accionares se constituyan en actores sociales y configuren espacios propios de identificación, especialmente en la diferenciación que tienen con los otros. La construcción de su identidad se encuentra mediada por un conjunto de significados y representaciones del mundo que ellos vayan dando. Estas últimas se construyen por influencia de instituciones que "incluyen las normas, los valores, el lenguaje, las herramientas, procedimientos y métodos de hacer frente a las cosas y de hacer las cosas" (Castoriadis, 1994: 67), estas permiten la creación de significados con los cuales los jóvenes construyen sus relaciones sociales

Como dice García Canclini: "la racionalidad de las relaciones sociales se construye en gran parte para apropiarse de los medios de distinción simbólica" (García Canclini, 1994),

y en el caso de los jóvenes como medio de identificación y reconocimiento ante la sociedad.

Estas relaciones sociales creadas por el grupo juvenil producen culturas juveniles, y como dice Rossana Reguillo para hablar de estas es necesario hacer referencia al conjunto heterogéneo de expresiones y prácticas socioculturales juveniles (Reguillo, 2000: 19) que utilizan estos grupos en su vida práctica.

Para Eric Hobsbawm, la cultura juvenil se convirtió en la matriz de la revolución cultural del siglo XX, visible en los comportamientos y costumbres, pero sobre todo en el modo de disponer del ocio, que pasaron a configurar cada vez más el ambiente que respiraban los hombres y mujeres urbanos (Hobsbawm, 1995: 331).

Pero *¿por qué son importantes las culturales juveniles?* Para el presente estudio es importante hablar de culturas juveniles ya que mencionando las palabras de René Unda: *“son expresiones que codifican, a través de símbolos y lenguajes diversos la esperanza y el miedo del grupo al que nos estamos refiriendo. Partiendo con esto estas culturas son el lugar de creación de subjetividades individuales y colectivas”* (Unda, 2010: 19), donde se dan las identidades juveniles.

#### *1.4.3. El espacio y la participación como lugar de construcción de la identidad juvenil*

Tomando varios conceptos sobre el *espacio* como fuente generador de identidad juvenil encontramos que desde la antropología Marc Augé mencionó: “El dispositivo espacial es a la vez lo que expresa la identidad del grupo (los orígenes del grupo son a menudo diversos, pero es la identidad del lugar la que lo funda, lo reúne y lo une) y es lo que el grupo debe defender contra las amenazas externas e internas para que el lenguaje de la identidad conserve su sentido. (Augé, 1993)

Según Castro, “los espacios sociales en los cuales los jóvenes establecen sus relaciones interpersonales van a estar determinados por las características urbanas del espacio social en el cual se llevan a cabo los encuentros. Las ciudades marcan estilos de vida, modos de pensar, lugares de encuentros y desencuentros que van generando modos de ser. (Castro, 2005: 16)

Considerando que los jóvenes no cuentan con un espacio privado, que a diferencia de su opuesto los adultos si poseen, buscan constantemente establecer relaciones más intensas y duraderas con el territorio. Es de esta manera que la ocupación y posicionamiento de espacios públicos influyen significativamente en su identidad. Estos espacios de encuentro de los jóvenes con sus pares pretenden estar cada vez más alejados de la mirada de los adultos, logrando de esta manera compartir la diversión, el ocio, el estudio, el juego y las relaciones personales<sup>2</sup>.

El espacio por tanto sirve para el encuentro juvenil, y sirve como base para entender la importancia que tienen los amigos en la vida cotidiana de los jóvenes. Los amigos se convierten en el referente afectivo, comunicativo, y de apoyo en diferentes momentos y etapas de su existencia. Un ejemplo claro lo podemos constatar con el acceso de los jóvenes al Internet y especialmente a las comunidades virtuales como medio, espacio de encuentro y comunicación con el resto del mundo.

La *participación* por su parte, al igual que el espacio son fuentes necesarias para la construcción de la identidad juvenil. Ella implica: el aprendizaje de diversos roles sociales y permite el desarrollo de la confianza en el otro, reduciendo de este modo los niveles de incertidumbre que muestra toda relación social y puede favorecer las acciones de cooperación. (Castro, 2005: 13)

#### *1.4.4. Jóvenes y la construcción de identidades juveniles*

Los jóvenes se encuentran constantemente descubriendo su identidad, sintiéndose interesados en saber que les gusta hacer, y quienes son realmente. Es por esta razón que la construcción de las identidades juveniles es para ellos crucial en el desarrollo de sus vidas.

Los modos particulares que los jóvenes encuentran para estar juntos permiten diferenciar dos tipos de identidades. La primera es una identidad grupal, el marco de referencia es la relación que tienen los jóvenes con el mundo de lo social. Como señala Rossana Reguillo, a este tipo, por ejemplo, corresponden las etnografías de bandas juveniles que centraron la atención durante la década de los ochenta. (Reguillo, 2000: 13).

---

<sup>2</sup> Tomado como referencia de lo señalado por Graciela Castro en el documento. Los jóvenes y la vida cotidiana, elementos y significados de su construcción.

La segunda es una identidad individual, que nos permite explicar los significados, usos e interacciones sociales que los jóvenes dan a su actuar. Estos modos de actuación se van creando por el uso de diferentes medios de comunicación, tecnología, ropa, música, etc.

La conformación de identidades y acciones juveniles se dan principalmente por tres razones:

1. Identificaciones gregarias, en esta categoría los jóvenes participan en cosas comunes sin la necesidad de crear vínculos más íntimos. Un ejemplo de esto lo podemos constatar con las modas juveniles como: la imitación a un cantante en su forma de vestir, hablar, caminar, etc.
2. Identificaciones mediante redes simbólicas, los jóvenes crean formas de identificación a través de la conformación de una comunidad, que viene a ser una especie de red. Estas redes son procesos internos de reconocimiento entre sus miembros. En este caso podemos encontrar a los punks, raperos, grafiteros. Los jóvenes se sienten parte de la red cuando comparten situaciones de recreación como la música y otros espacios.
3. Identificaciones de grupo, se caracterizan por poseer códigos internos que los diferencia de otros grupos. Comparten rutinas cotidianas que muestran claramente su adscripción al grupo.

Además las identidades juveniles pueden ser: cotidianas e imaginadas. La primera hace referencia a los ámbitos íntimos y cercanos de interacción, como son la familia y el barrio. Y la segunda son comunidades que establecen relaciones imaginarias como es el caso de los movimientos punks, rockeros, metaleros, góticos, etc.

Los procesos de identificación juvenil aparecen por la internalización, intercambio y reconocimiento presencial o simbólico de las prácticas sociales, que hacen que el grupo actúe y se diferencia del resto por la manera de vestir, caminar, hablar y actuar; y por la conformación del otro en espacios relacionales donde los jóvenes participan.

Es así como, los rasgos identitarios que estos grupos asumen varía según el contexto socio histórico en los que se encuentran. La manera de llevar el cabello largo, usar tatuajes, los grafitis forman parte de contextos sociales diferentes.

Retomando los aportes de Valenzuela y Trejo sobre identidades juveniles, a continuación esbozaremos algunas de las características más importantes de ellas<sup>3</sup>:

En primer lugar, son ante todo *construcciones socio – históricas* situadas y reconocidas en un tiempo y espacio, como son de igual manera la juventud. Los jóvenes como se explicó en el capítulo segundo no es un grupo social estático, sino que marca su paso a través de su cuerpo por un lado, y su condición social juvenil por el otro, por lo que se configuran como construcciones sociales heterogéneas que se construyen a partir de su vinculación con otras realidades sociales.

En segundo lugar, son *transitorias*, ya que los jóvenes influyen y se encuentran influidos por cambios que ocurren en la sociedad. A diferencia de las identidades perdurables que se caracterizan por su vinculación a límites sociales, las identidades transitorias se refieren a límites de adscripción menos rígidos que crean trayectorias de vida estables.

En tercer lugar, la formación de identidades juveniles se da mediante *procesos intersubjetivos* creados mediante interacciones y representaciones de lo individual y de lo colectivo. Esas identidades crean umbrales simbólicos de pertenencia, por lo que delimita el acceso al grupo de quienes forman parte de ellos y quienes no, es decir se basan en procesos de aceptación y exclusión.

En cuarto lugar, se las debe *ubicar dentro de contextos amplios* y no específicos, ya que éstas se conforman en ámbitos relacionales, especialmente con lo no juvenil. Los jóvenes y la construcción de sus identidades juveniles es un concepto relacional en tanto se puede dilucidar de su opuesto, lo cual permite entender la relación que tiene con contextos socio – culturales.

En quinto lugar, son *situacionales*, por lo que no es posible generalizar al grupo, sino entenderlo en su completa dimensión histórica, y sólo adquieren sentido dentro de contextos sociales específicos.

---

<sup>3</sup> Destacando los aporte de José Manuel Valenzuela en su texto Las Producciones Culturales y el Consumo Cultural y de José Antonio Trejo en Sociología de la Juventud: breve estado de la cuestión.

En sexto lugar, son *representadas*, es decir, las identidades viven en constante negociación y disputa con representaciones internas mediante auto percepciones que ellos mismos tienen del grupo y externas a ellos.

En séptimo lugar, son *cambiantes*, se construyen y reconstruyen en la interacción social. Se construyen de su constante accionar con diversos campos del mundo social.

Para las investigadoras la identidad juvenil es entendida del mismo modo que la juventud como construcciones socio – históricas situadas, reconocidas en un tiempo y espacio específico que lleva a que sean transitorias; relacionales, situacionales y representadas.

A más de estas características similares a la juventud, las identidades juveniles cuentan con especificaciones propias; es decir son cambiantes ya que se construyen en base a interacciones y representaciones de lo individual como de lo colectivo. Los jóvenes crean sus identidades juveniles mediante el reconocimiento y adscripción a espacios simbólicos que marcan límites de pertenencia y no pertenencia, de aceptación y de exclusión. Estos espacios de reconocimiento les permiten construir mundos y trayectorias de vida que son asimiladas reflexivamente, así como también la libertad de elección de escoger a donde se quieren adscribir.

En el siguiente capítulo abordaremos el concepto y las formas de funcionamiento de las comunidades virtuales, como espacio de configuración del *nosotros*, los jóvenes. Este espacio permite vivir y renovar imaginativamente – simbólicamente la identidad juvenil, posibilitando el acceso simultáneo a distintos mundos posibles.

## CAPÍTULO II

### COMUNIDADES VIRTUALES

Ahora algunos viven y otros alcanzan a mirar un nuevo fenómeno que aparece y que en muchos casos inunda nuestras vidas, resaltando lo suficiente para que las ciencias sociales vuelvan sus ojos con interés.

En las últimas décadas, y en especial en los años 90, se ha producido un acelerado cambio científico-tecnológico, que ha permitido el apareamiento de lo que se denomina la sociedad de la información. El ordenador, el teléfono móvil e Internet han revolucionado la comunicación e información con el mundo, facilitando el desarrollo de nuevas destrezas y maneras de conocimiento que antes no existían. Estos artefactos tecnológicos tienen como cualidad distintiva su *interactividad*, en otras palabras su uso posibilita la interacción con otras personas o medios.

La red ofrece un universo que ni siquiera era intuido por la generación anterior y que significa nuevos desafíos sociales para la actual. La información que se encuentra y que circula libremente en la Internet ha provocado una explosión como nunca antes vista, de lo diverso que caracteriza el entorno de hoy, la información hoy nos desborda.

La generación actual, ha encontrado en la red una eficaz herramienta para el intercambio de información, comunicación y conocimiento. Ello genera nuevas prácticas que construyen una nueva cultura que se puede denominar digital.

Las implicaciones de las nuevas tecnologías de la comunicación, que se dan en un nuevo espacio de interacción, llamado *ciberespacio*, donde vemos irrumpir variadas “*comunidades virtuales*”, nos lleva a reconocer la importancia de iniciar una reflexión dirigida a aquellos aspectos que consideramos nodales en y para el desarrollo de la sociedad.

A continuación haremos un recorrido por los tipos de tecnologías:

- Web 1.0

La web 1.0 (Pujol, 2007: sp) apareció en 1989, es un tipo de web estática con documentos conectados por medio de hipervínculos o HTML (Hyper Text Markup Language) más agradables a la vista y que no podían ser modificados; es decir no existía interacción entre el usuario y el contenido mediante citas, comentarios, etc., estando totalmente limitado a lo que el Webmaster sube a ésta. Este tipo de web fue un logro para los medios de comunicación dada su rapidez y la posibilidad de participación de todos, contrastando con lo que los medios tradicionales ofrecían en ese entonces. Hoy en día este contraste ha repercutido en la hegemonía de los demás medios de comunicación como radio, prensa y televisión.

Algunos elementos de diseño típicos de un sitio Web 1.0 incluyen<sup>4</sup>:

- Páginas estáticas en vez de dinámicas por el usuario que la visita
- El uso de framesets o Marcos,
- Extensiones propias del HTML como el parpadeo y las marquesinas, etiquetas,
- Libros de visitas online o guestbooks,
- Botones GIF, casi siempre a una resolución típica de 88x31 píxeles en tamaño promocionando navegadores web u otros productos,
- Formularios HTML enviados vía email. Un usuario llenaba un formulario y después de hacer clic se enviaba a través de un cliente de correo electrónico, con el problema que en el código se podía observar los detalles del envío del correo electrónico.

En el 2001 se da la revolución del *punto com* momento en el cual la Internet dio un giro completo y la Web 1.0 se vio ensombrecida por el fenómeno de la Web 2.0. Terry Flew, en la tercera edición de “New Media” describe cuál cree que son las diferencias que caracterizan a la Web 1.0 de Web 2.0:

*“move from personal websites to blogs and blog site aggregation, from publishing to participation, from web content as the outcome of large up-front investment to an ongoing and interactive process, and from content management systems to links based on tagging (folksonomy)”<sup>5</sup>*

---

<sup>4</sup> Tomando algunas características de la Web 1.0 y Web 2.0, en:  
[http://web1web200.blogspot.com/2009\\_08\\_01\\_archive.html](http://web1web200.blogspot.com/2009_08_01_archive.html)

<sup>5</sup> Considerando las características de la Web 1.0 en Wikipedia, en:  
[http://es.wikipedia.org/wiki/Web\\_1.0](http://es.wikipedia.org/wiki/Web_1.0)

- Web 2.0

Este tipo de Web se diferencia de su antecesora porque su capital principal es el usuario y la inteligencia colectiva, su enfoque es la navegación. Comúnmente asociada con un fenómeno social cuyo sustrato es la interacción mediante aplicaciones web que permiten el intercambio de información entre sus usuarios, así como también el otorgamiento del control de la información a los usuarios, esto se puede evidenciar en la capacidad de modificar la información en esta Web. No existen versiones puesto que sus contenidos están en constante renovación apalancados en las innovaciones tecnológicas más recientes.

Para Xavier Ribes la Web 2.0 son "todas aquellas utilidades y servicios de la Internet que se sustentan en una base de datos, la cual puede ser modificada por los usuarios del servicio, ya sea en su contenido (añadiendo, cambiando o borrando información o asociando datos a la información existente), bien en la forma de presentarlos o en contenido y forma simultáneamente"<sup>6</sup>.

Algunos elementos de diseño típicos de un sitio Web 2.0 incluyen:

- La información debe poderse introducir y extraer fácilmente,
- Los usuarios deberían controlar su propia información,
- Basada exclusivamente en la Web: los sitios Web 2.0 con más éxito pueden ser utilizados enteramente desde un navegador,
- La existencia de links es requisito imprescindible,
- La banda ancha provee de la velocidad y capacidad para la conexión. El usuario está siempre conectado: always on. (Ricaurte y Ortega, 2009: 4)

Entre algunos sitios que forman parte de esta web podemos señalar a: los servicios de redes sociales (Facebook), los servicios de alojamiento de videos (YouTube), las wikis (Wikipedia), blogs, entornos para compartir recursos, documentos, presentaciones, fotos, plataformas educativas. Los usos de las Web 2.0 están más orientados a la interacción y a las redes sociales, creando webs con alto contenido visual e interactivo. En otras palabras, los sitios de la Web 2.0 se configuran más como puntos de encuentro y dependen de mayor manera de los usuarios; a mayor número de usuarios mayor el valor del sitio.

---

<sup>6</sup> Así, podemos entender por Web 2.0, como propuso Xavier Ribes, en: [www.bubok.es/ver/preview/173402](http://www.bubok.es/ver/preview/173402)

Entre los sitios que ofrece la Web 2.0 encontramos<sup>7</sup>:

- Redes sociales: son espacios de encuentro de usuarios para la interacción social, el más popular es el Facebook.
- Blogs: Un blog es un espacio web personal en el que su autor o autores pueden escribir artículos, noticias (con imágenes y enlaces), pero además es un espacio colaborativo donde los lectores también pueden escribir sus comentarios a cada uno de los artículos (entradas/post) que ha realizado el autor. Entre ellos podemos señalar a Blogger y Wordpress.
- Wikis: En hawaiano "wikiwiki " significa: rápido, informal. Una wiki es un espacio web corporativo, organizado mediante una estructura hipertextual de páginas (referenciadas en un menú lateral), donde varias personas autorizadas elaboran contenidos de manera asincrónica. Es necesario pulsar el botón "editar" para acceder a los contenidos y modificarlos. Suelen mantener un archivo histórico de las versiones anteriores y facilitan la realización de copias de seguridad de los contenidos. Hay diversos servidores de wiki: Wikispaces, Wetpaint y Wikipedia, que es el ejemplo más conocido de wiki y de creación colaborativa del conocimiento.
- Entornos para compartir recursos: Permiten almacenar recursos en la Internet, compartirlos y visualizarlos desde la Internet. Constituyen una inmensa fuente de recursos y lugares donde publicar materiales para su difusión mundial.
- Documentos: Se puede subir documentos y compartirlos, colgándolos en un Blog o Wiki, enviándolos por correo o enlazándolos a Facebook, Twitter, etc. Por ejemplo: Scribd, Calameo, Issuu.
- Servicios de alojamiento de vídeos: Son espacios donde se pueden compartir vídeos. Algunos de ellos son: YouTube, Universia.tv.

---

<sup>7</sup> Clasificación encontrada en Sociedad y Tecnología Cul, en:  
<http://sociedadytecnologia13.wordpress.com/plataformas-virtuales/>

- Presentaciones: existen lugares como YouTube pero para subir y compartir presentaciones: Slideshare y Photopeach.
- Fotos: Como [Flickr](#).
- Plataformas educativas: Unidades didácticas interactivas como [Moodle](#) o Webquest.

Es importante señalar que en la Web 2.0 los productores de la información son los consumidores de la información que ellos mismo producen. Al dar facilidad de acceso a las herramientas y plataformas de fácil uso para la publicación de información en la red, hoy en día cualquier persona tiene la capacidad de crear su blog o página personal, y publicar sus artículos de opinión, fotos, vídeos, archivos de audio, etc. para compartirlos con otros portales e internautas.

Los medios tecnológicos actuales, como los sistemas de gestores de contenido (*Content Management Systems*, CMS), hacen posible que personas que no sepan nada sobre programación Web puedan iniciar su propio blog. Esto ha originado la democratización de los medios tecnológicos haciendo que cualquiera tenga las mismas posibilidades de publicar noticias que un periódico tradicional. Hoy en día muchos Blogs son más visitados que las versiones online de muchos periódicos reconocidos. La Web 2.0 ha reducido considerablemente los costos de difusión de la información. Al aumentar la producción de información aumenta la segmentación de la misma, lo que equivale a que los usuarios puedan acceder a contenidos que tradicionalmente no se publican en los medios convencionales.

- Web 3.0

La Web 2.0 tiene como principal protagonista al usuario humano que escribe artículos en su blog o colabora en un wiki. El requisito es que además de publicar en HTML emita parte de sus aportaciones en diversos formatos para compartir esta información. La web 3.0 es un término nuevo que se empezó a utilizar para describir la evolución del uso y la interacción en la red a través de diferentes caminos. Ello incluye, la transformación de la red en una base de datos, un movimiento hacia hacer los contenidos accesibles por múltiples aplicaciones que permiten describir los contenidos y la información presente en

la web, concebida para que las máquinas "entiendan" a las personas y procesen de una forma eficiente la avalancha de información publicada en la Web.

El término Web 3.0 apareció por primera vez en 2006 en un artículo de Jeffrey Zeldman, crítico de la Web 2.0. Actualmente existe un debate considerable en torno a lo que significa Web 3.0, y cuál es la definición acertada.

## **2.1. El Ciberespacio**

William Gibson en su obra "Neuromancer", escrita en 1984, es el primero en hablar de ciberespacio. Este autor concibe al ciberespacio, por un lado, como una zona de información que comprende el espacio que hay dentro de una computadora o una central de computadoras, y por otro, como un espacio de una complejidad sin límites. Cabe señalar que este espacio no tiene como sustento algo real o físico sino más bien su realidad corresponde a lo imaginario o como Gibson decía una "alucinación consensual" (Gibson, 1984: 221).

Hoy en día esta concepción de ciberespacio se ha ampliado y se ha integrado un nuevo elemento: los usuarios. Este nuevo componente, nos permite vislumbrar una doble relación entre el ser humano y la tecnología. Es decir, en el ciberespacio el usuario interactúa con la tecnología y la afecta con una cantidad de propósitos y significados, la vuelve un espacio que refleja sus gustos, actitudes e intereses. Y de igual manera, la tecnología le sirve para interrelacionarse con los demás, la vuelve una extensión del mundo intrapsíquico del individuo (Suler, 1996: 13).

El magnetismo de este nuevo espacio virtual radica, además, en que la fantasía, el deseo, el juego, se encuentran al alcance de todos. A lo largo de la historia, especialmente la tradición literaria oral, la novela, la música, luego el cine, han sido los escenarios peculiares en donde la vida cotidiana se nutría de una saludable irrealidad, en donde la fantasía permitía ir más allá de la realidad. No obstante, la diferencia esencial suscitada por la génesis del ciberespacio estribaría en que por vez primera puede existir ya un territorio cristalizado, un auténtico mundo paralelo y en armónica simbiosis con el mundo real, en donde se pueden ver colmados aquellos anhelos imaginarios sepultados por una racionalizadora civilización que los había bloqueado. (Carretero, 2005: 1)

A continuación explicaremos cualidades dadas al ciberespacio por Suler:

- El usuario tiene limitada experiencia sensorial. La interacción esta mediada por sonidos, gráficos de alta resolución, video conferencia, voz, etc. Los sentidos que más predominan son la visión y la audición.
- La falta de contacto cara a cara produce que el usuario cree la identidad que el desee, y que puede ser imaginaria o simplemente quedarse anónimo. Esta característica muestra que hay una relativa flexibilidad y anonimato.
- En el mundo del ciberespacio los usuarios que ingresan tienen libertad de expresión, ya que cuentan con las mismas oportunidades, aquí no importa raza, sexo, posición social, entre otras.
- El tiempo en el ciberespacio se amplía y se trastoca. El tiempo tiene una dualidad, es a su vez sincrónico; como en el caso de los *chatrooms* en ellos la comunicación se da en tiempo real. El usuario tiene la ventaja de recibir mensajes inmediatamente después que otros lo escriben. Y es a su vez también diacrónico, se puede evidenciar en los correos electrónicos, en ellos el usuario responde un mail tiempo después de haberlo recibido, esto difiere de la comunicación cara a cara y su inmediatez.
- Así también el tiempo puede condensarse. La falta de noción del día y la noche en este espacio, puede producir en el usuario un sentimiento de discontinuidad en su vida real en comparación de su vida online.
- Los límites geográficos en el ciberespacio se disuelven, se puede comunicar y conocer gente del otro lado del mundo en los tiempos que ya hemos indicado anteriormente.
- El ciberespacio permite acceder a un sinnúmero de relaciones sociales. El navegante puede contactar a otras personas afines a él, lo que produce un efecto multiplicador en la vida social del individuo. Frecuentemente las conversaciones entre usuarios pueden ser grabadas en el ciberespacio, a este fenómeno Suler lo llama *huella electrónica*, ella permite volver a experimentar las situaciones y conversaciones vividas.

Para Suler, *“el ciberespacio se asemeja a un sueño u otro estado de conciencia alterno. En vista de que el ciberespacio es un “espacio transicional entre mente y computador, el sujeto tiene la posibilidad de expandir las facetas de la vida mental, experimentando sensaciones y ejecutando acciones que no tienen paralelo en la vida “real” u “offline”. Esto guarda relación con los estados oníricos, trances hipnóticos o cualquier otro estado de conciencia alterno”*. (Suler, 1996: 55)

Sin, embargo para el presente estudio, este espacio no será tomado como un estado de conciencia alterno a la vida del individuo, sino como un mundo simultaneo al real del individuo en donde se construyen identidades y se entablan relaciones sociales, en el marco de las posibilidades tecnológicas ligadas a este medio. Ahora señalaremos algunas de las características de lo que llamamos posibilidades tecnológicas:

1. Las leyes físicas del mundo real no son aplicables al ciberespacio. Volar, teletransportarse, etc. son prácticas comunes entre los usuarios.
2. Se pueden generar objetos de la nada, por ejemplo, regalos, tarjetas, muñecos, que expresen sentimientos, emociones, dedicatorias sin importar el día ni la hora.
3. El espacio temporal del sujeto deja de ser lineal, ya que el presente, pasado y futuro se fragmenta. El tiempo puede ser suspendido, adelantado o a su vez entrelazado con el tiempo del otro. El individuo puede pretender ser alguien de mayor o menor edad, o morir y volver a nacer en un MUD.
4. En este tipo de espacios el individuo puede hacer arreglos a su identidad, en función de su interrelación con los demás usuarios.

Todas las anteriores cualidades descritas nos dan una idea más clara de lo que es el ciberespacio. En este espacio virtual la persona establece contactos sociales con los demás. Pero además existen sub-espacios dentro del ciberespacio donde el individuo entabla cierto tipo de relación con el otro. Estos sub-espacios son las denominadas comunidades virtuales, que serán explicadas a continuación.

### 2.1.1. Comunidad Virtual

La noción de *comunidad virtual* se ha hecho muy popular para hablar de la sociedad de la información. La definición más clásica presenta a estas comunidades como "*conjuntos sociales que surgen de la Red cuando una cantidad suficiente de gente que lleva a cabo discusiones públicas durante un tiempo suficiente, con suficientes sentimientos humanos como para formar redes de relaciones personales en el espacio cibernético*" (Rheingold, 1996: 32). Otros insisten en el papel que tiene lo tecnológico a la hora de crear grupos. Así, afirman que, "*cuando las redes informáticas unen a las personas tanto como a las máquinas, se transforman en redes sociales, a las que llamamos redes sociales sostenidas por ordenadores*" (Wellman, Salaff et al., 1996: 213-238).

No importa cómo se las caracterice, no se puede dejar pasar su similitud con características propias de comunidades que se desarrollan en la vida cotidiana. Entre las características podemos señalar las siguientes: la relación que establecen las personas integrantes, el hecho de participar en un determinado espacio virtual con un interés común, la interdependencia que se va creando entre los y las integrantes, el hecho de tener un bagaje compartido que les permite la comunicación y que les genera un sentimiento de pertenencia al colectivo (Tirado y Gálvez, 2002).

No obstante, el carácter de las comunidades virtuales trasciende las dinámicas que se dan en los grupos, ya que emergen y se desarrollan en un entorno muy diferente al de la vida presencial: *el ciberespacio*.

Todo ello nos lleva a entender la comunidad virtual como un colectivo de entidades en completa interacción. Todas estas entidades se conforman y definen a partir de su interrelación y de la relación de necesidad que establecen con la tecnología. Es decir, la tecnología opera en estos casos como condición de posibilidad y factor constitutivo de la interacción: los entornos virtuales son el fundamento de la comunidad virtual. Finalmente, esta relación es de carácter comunicativo en un sentido general, o sea, que la relación provoca la aparición de cualidades no esperadas que se añaden a las competencias que ya tenían las entidades antes de la interacción (Tirado y Gálvez, 2002).

### 2.1.1.1. Tipos de Comunidades Virtuales

Howard Rheingold, clasifica a las comunidades virtuales de la siguiente manera: **a) Listas de envío o “mailing list”;** **b) Chatrooms;** **c) MUD’s;** **d) GMUK’s.** Otro tipo de clasificación la da Paolo Ferri (Ferri, 1999: 66-73), que muestra la diversidad y amplitud del fenómeno, por un lado, y por otra parte, ayuda a dar cuenta de los posibles usos de la Internet para agrupar a las personas. Ferri clasifica a las comunidades virtuales de la siguiente manera:

- Comunidades de debate y discusión en tiempo real

Son puntos de encuentro para la discusión generalmente a través del *chat*, y tienen como finalidad conversar, hacer amigos, conocer gente nueva o entrar en contacto con otros. En estos lugares en la red se puede mantener un diálogo con las personas que en ese momento están conectadas en el mismo espacio. El modo de comunicación es en general escrito, aunque también se puede hacer a través de un micrófono y una webcam. Los chats se pueden agrupar por temas y con un sinnúmero de opciones. Usualmente hay un tipo de chat general a donde todos los usuarios tienen acceso, pero también, si los participantes desean, se puede abrir una ventana para hablar en privado y en algunos casos se puede invitar a formar parte de la conversación a otros usuarios. Los participantes adoptan un apodo o nickname para identificarse.

La relación entre este grupo de personas es temporal y flexible; rara vez trasciende este espacio.

- Comunidades temáticas de investigación o acción política

Se caracterizan por agrupar a un conjunto de personas en base a una actividad o temática en común. Por un lado, este tipo de comunidades permite el intercambio de ideas entre iguales y por otro, permite la coordinación de actividades a escala mundial. Estos espacios permiten relacionarse con personas que viven en lugares remotos o en distintas realidades. Por ejemplo, una persona que vive en Colombia y una persona que vive en Ecuador, si bien no están tan alejados geográficamente hablando, si lo están en su forma de vivir y en la realidad en la que ambos se desarrollan.

La diferencia de este tipo de comunidad con el anterior es que su finalidad no es simplemente hacer amigos y darse a conocer, sino más bien utilizar este espacio como lugar de encuentro, de formación e intercambio.

- Comunidades de organizaciones e instituciones

Este espacio permite crear redes internas al servicio de unas instituciones políticas, sociales, gubernamentales o no gubernamentales.

Los usos que se dan a este tipo de comunidades generalmente son de marketing hacia el exterior y hacia el interior para las comunicaciones internas (toma de decisiones, democratizar y fomentar la participación de los miembros y actualización de información). Los usuarios pueden acceder a este espacio a través de un password o contraseña y obtener información, beneficios y establecer conexiones con otros usuarios.

- Comunidades de socialización, información, discusión o juego

Este tipo de comunidades se sirve de la amplia variedad de aplicaciones que la Internet pone a nuestra disposición, entre ellas podemos citar a los chats, listas de correo, páginas personales, blogs. Para hacerse miembro es necesario registrarse (dar algunos datos personales); dentro de ellas se debe seguir un código de conducta. En este sentido estas comunidades son más estructuradas y organizadas.

Se diferencia de las anteriores ya que las relaciones que se forjan son más estables, esta característica se puede explicar en el hecho que demandan de sus participantes una mayor constancia y dedicación. Adicionalmente, las personas se hacen miembros de estas comunidades de manera deliberada y con el objetivo de establecer relaciones más duraderas con los integrantes de la misma, por tanto estas relaciones exigen una mayor implicación personal.

Se pueden incluir en este tipo las comunidades creadas alrededor de juegos online (los clásicos MUD). Otras, se presentan como puntos de encuentro y socialización alternativos a la sociedad real (el FarmVille de Facebook). El FarmVille es un nuevo juego virtual en tiempo real para la red Facebook, es uno de los más jugados por los usuarios de Facebook, consiste en crear una granja cosechar, sembrar y cuidar animales. Es un juego fácil de aprender, los usuarios deben crear un personaje, con el cual comenzaran con una pequeña plantación. En el transcurso del juego se les da la oportunidad de

adquirir semillas de distintas hortalizas, que tienen un periodo de crecimiento hasta su recolección. Este juego tiene herramientas básicas, con las cuales se va creando o deshaciendo pequeños cuadros de terreno para cultivar de los cuales el jugador puede obtener ganancias. Otra opción extra de ganar dinero es recolectando para tus amigos, o enviar y recibir regalos.

Como hemos revisado, los espacios y comunidades virtuales son diferentes y variados para todos los gustos, y grupos de personas. Cada comunidad virtual tiene diferentes objetivos. En ellas se establecen relaciones interpersonales con individuos que trascienden los límites geográficos, y las relaciones cara a cara.

También pueden ser definidas como comunidades de *sentido* (Fernback, 1999), puesto que son comunidades que conforman un todo afectivo y cognitivo, que da como resultado experiencias y significados compartidos. Los usuarios comparten sistemas de valores, normas reglas y el sentido de identidad, compromiso, asociación y pertenencia que puede encontrarse en las comunidades físicas (Fernback, 1999: 211), pero difieren de estas últimas puesto que no son locales, su funcionamiento está en estrecha relación con lo tecnológico y el ámbito espacial no es condición necesaria para su existencia.

Otro aspecto importante por aclarar es el hecho de que las Comunidades Virtuales o Cibercomunidades están conformadas por redes sociales virtuales que se diferencian por la manera en como incorporan en su funcionamiento todos los aspectos antes señalados de la Web 2.0.

Nuestro estudio en el aspecto macro tomará como referencia al último tipo de comunidades descritas por Ferri, ya que ellas permiten la socialización y el encuentro de las personas por fuera del ámbito de su vida *real*. Y en lo micro a la red virtual del Facebook en la experiencia de los jóvenes. El motivo de esta elección es el uso generalizado de las nuevas tecnologías de la comunicación por los jóvenes. Ellos las han incorporado a su vida cotidiana, utilizándolas como instrumentos de interacción, información, comunicación, conocimiento y entretenimiento. Para los jóvenes las redes que se desarrollan al interior de las comunidades virtuales, les ofrece nuevas opciones y les permite contar con nuevas herramientas para contestar a las preguntas *¿quién soy yo?, ¿qué quiero hacer con mi vida?, ¿qué quiero ser?*

## **CAPÍTULO III**

### **REDES DE AMIGOS Y OCIO**

En el año 2010 millones de personas se hicieron parte de al menos uno de los sitios sociales disponibles en la red. Estas redes son el máximo ejemplo de lo que es la Web 2.0 pues ellas permiten intercambiar y compartir. Es posible armar un perfil, visitar y comentar en otros perfiles, enviar y recibir mensajes, subir fotos, audio y video, participar en juegos, concursos, trivias, etc. todas ellas forman parte de un tipo de dinámica social entre un grupo de personas que de algún modo se conocen y generan contenidos propios.

Las páginas personales y los blogs han sufrido una suerte de evolución dando paso a nuevas y novedosas formas de interacción que han multiplicado las posibilidades del usuario; ahora la gente se expresa, intercambia, crea, consume, se organiza dentro de estos espacios.

Partiremos de la acepción más básica para luego añadir el término virtual a lo que conocemos como Redes Sociales. Una red social es “un conjunto de personas (u organizaciones u otras entidades sociales) conectadas por una serie de relaciones sociales tales como amistad, trabajo o intercambio de información” (Garton, 1999: 75). Hasta aquí todos los elementos antes señalados son compartidos por los dos tipos de redes: sociales y virtuales, sin embargo esta última tiene otros componentes que la diferencian de las sociales. Las relaciones e intercambios no se dan en un nivel social sino en un nivel que es el *ciberespacio*, en donde las conexiones e intercambios entre sus usuarios se encuentran mediadas por la tecnología. El espacio virtual mencionado anteriormente permite la posibilidad de relacionarse sin que sea un encuentro cara a cara, superando límites locales hacia el ámbito espacial a lo global. El tiempo también se trastoca, los usuarios pueden siempre estar *on-line*, es decir permanentemente conectados en la red sin importar la hora ni el lugar de residencia de los usuarios. Adicionalmente, los navegantes en línea tienen la posibilidad de decidir que publicar y que modificar de su información personal a la disposición de los demás usuarios en la red.

Las redes virtuales en línea regeneran y reconceptualizan lo ya existente en la sociedad, dentro y fuera del ciberespacio (Galindo, 1998: 20); es decir a la vez que reproducen la

realidad social a través de los códigos culturales aplicados en el uso de la tecnología, también alteran y afectan a la realidad dentro y fuera del ciberespacio.

Las redes sociales virtuales como MySpace, Hi5, Facebook, entre otras han sido incorporadas a las prácticas cotidianas de interacción, en especial de los jóvenes quienes participan de manera más activa en ellas. Esta es la razón de que estos espacios se hayan constituido en uno de los objetos de investigación más recientes para el campo de las Ciencias Sociales.

La relación entre los jóvenes y las redes sociales virtuales ha sido estudiada en los países desarrollados por autores como Whelan (2007), Kaveri (2007), Kapacki (2007), Bower, (2007), Feixa (2005), entre otros. En Ecuador existen pocas investigaciones que se interesen por este tipo de relación y sus consecuencias en la vida cotidiana de este segmento de la población.

### **3.1. Facebook**

En el 2004 un grupo de estudiantes de la Universidad de Harvard crean una red social, inicialmente cerrada, como un proyecto de estudio. Posteriormente esta red se convertiría en la red social más popular entre los cibernautas.

Los usos y sentidos que se pueden dar a las redes sociales virtuales son variados, pero, ¿Por qué Facebook es hoy el sitio más popular de las demás redes sociales virtuales disponibles? La página oficial de Facebook señala que este es un “servicio social que conecta a la gente con amigos, y otros que trabajan, estudian y viven cerca”. (Facebook, 2008). Estas características son compartidas con otros sitios similares, pero existen otros elementos que tiene Facebook que podrían ser la razón de su aceptación. El tipo de usuario, su simplicidad, sus aplicaciones, su diseño, sus opciones de privacidad y los usos que los usuarios le dan en la interacción.

En el Ecuador las redes sociales y en particular Facebook ha tenido bastante acogida entre las personas. Esto lo podemos comprobar con los datos presentados por la página socialbakers<sup>8</sup>, la cual muestra que en el país existen 3.460.880 usuarios

---

<sup>8</sup> Tomado de la página de socialbakers, en: <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/>

correspondientemente al 23.40% de la población ecuatoriana ubicándonos en la posición 40 a nivel mundial.

### 3.1.1. “Caralibro”

El Facebook o también llamado *Caralibro* por sus usuarios, supone una experiencia previa en el mundo virtual. El requisito inicial es ser dueño de una cuenta de correo electrónico. La primera acción para iniciar el proceso de interacción es la creación de un perfil, en el que deberán constar varios datos personales que delinearán el rostro virtual de nuestro ser online.

Una vez creado el perfil, lo que sigue es armar tu red de amigos. Para esto, bastará con enviar solicitudes a los contactos que desees de tu cuenta electrónica de correo. La invitación a formar parte de tu red social deberá ser aceptada por las personas a quienes solicitaste sean parte de tu red -Facebook-, en este sentido la relación que se establece en este sitio es consentida por ambas partes (en el acto de dar click en el botón “aceptar invitación de amigo”).

La información más común que aparece en el perfil son nombres, sexo, edad y situación sentimental. Además que, si el usuario desea compartir otro tipo de información puede agregar datos sobre su lugar de trabajo, su formación académica, sus intereses (música, libros, películas, etc.). Al parecer Facebook es un abanico de posibilidades abiertas para que sus usuarios compartan la información que deseen.

Otro elemento a considerar, es la foto del perfil, esta foto permite que tus amigos te reconozcan e identifiquen. La importancia de la foto que eliges subir a tu página es que no se trata de una imagen de ti que se sube de manera casual, sino que, es más bien una representación bien pensada de lo que el usuario quiere que los otros vean de él.

A continuación realizaremos, a manera de clasificación, un recorrido por los tipos de fotos del perfil más usuales en Facebook<sup>9</sup>:

---

<sup>9</sup> Retomando las características dadas por Tu foto en Facebook te delata – Los perfiles hablan por vos, en: <http://www.taringa.net/posts/info/3413525.R/Tu-foto-en-Facebook-te-delata---Los-perfiles-hablan-por-vos.html>

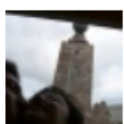
- ❖ *Autofoto* esta es la más usual y son fotos del usuario tomadas por sí mismo. Este tipo de fotos son el sello por distinción de las redes sociales. Yo de lado, yo de frente, yo de cuerpo entero, etc. son las imágenes que despliegan estas fotos.
- ❖ *Foto en familia o en grupo*. Estas fotos demuestran la importancia que tienen los amigos y familia para el usuario. Indica también que la persona es muy “sociable”. Pero en este tipo de fotos la identidad del usuario puede mostrarse confusa para aquellos que no lo conocen y no pueden diferenciarlo del resto de las personas que aparecen en la foto.
- ❖ *Con tu pareja*. Definitivamente estás enamorado. Esta foto puede guardar varias intenciones: que tus contactos comenten que les parece tu pareja, para demostrar a los otros que estas feliz o contento/a, para enviar un mensaje oculto a algún pretendiente no deseado o a tu ex pareja.
- ❖ *“Sin Posar”*. Imágenes de ti mismo en situaciones “naturales” que pretenden ser tomadas por un fotógrafo invisible que captó la imagen sin que tú supieras. ¡Oh Sorpresa! Siempre son perfectas.
- ❖ *Con botella en mano*. Da la impresión que el usuario vive su vida en constante fiesta. Son fotos en las que se posa de manera voluntaria y con orgullo, exponiendo la/s copa/s o botella/s sin ningún remilgo. Pueden ser fotos acompañadas con amigos o solos.
- ❖ *Foto camaleónica*. Tus fotos de perfil parecen tener vida propia. Cambia constantemente de pose, de fondo o lugar, de ropa, de color, de estilo o de emoción. El usuario parece encontrar siempre una foto mejor o más adecuada que la anterior.
- ❖ *“La foto de Homero”*. El perfil es poseído por tu personaje favorito. Generalmente es un personaje con el que guardas algún parecido o alguno de los rasgos de su personalidad concuerda con la tuya.
- ❖ *Semiencuerado*. Fotos en bikini, en ropa interior, o ligeras de ropa. En estas el usuario destaca sus atributos físicos y generalmente son las más visitadas y comentadas por el sexo opuesto.

- ❖ *Gráficas.* Amantes de los cómics, ilustraciones artísticas, slogans, signos, etc. pueblan los perfiles de este tipo de usuarios. Generalmente lo que buscan es un poco de anonimato.
- ❖ *Yo de pequeñito.* Caritas inocentes o tiernas, colgadas en su mayoría por hombres que despiertan el instinto maternal de las mujeres y comparaciones de sus contactos hombres con lo que *ese niño* es hoy.
- ❖ *Mi mascota y Yo.* Perros y gatos acompañan a sus amos en poses que demuestran mutuo cariño.
- ❖ *El Viajero.* Paisajes paradisíacos en selva, mar, montaña o atractivo turístico son el fondo de este tipo de fotos. Pueden también ser el marco de alguna actividad o hobbies del usuario.
- ❖ *Foto con tu hijo/a o de tu hijo/a.* Roban protagonismo al dueño del perfil. Parece existir un límite tácito en la edad que debe tener tu hijo para aparecer en las fotos, mientras más pequeño el niño mejor impacto tendrá.
- ❖ *Foto de carnet: Corta y pega.* ¡Cuidado! puede denotar “holgazanería” o falta de interés y esmero. Difícilmente generaran interés en los demás usuarios.
- ❖ *Sin foto.* Este usuario es un fantasma, se duda de su existencia y el interés que genera en los otros usuarios es bajísimo. Quien no tiene foto no quiere ser visto. Es poco común encontrar un Facebook sin foto de perfil, y para los que no tengan una foto de perfil sus contactos le pedirán que suba fotos a su página. Muchas veces los nombres pueden repetirse dificultando la búsqueda de contactos, he aquí la importancia de la foto en la página de Facebook. La foto es la que permite que la búsqueda se dé con mayor exactitud.
- ❖ *Trabajo.* Generan status y proyectan poder. Reafirman la profesión del usuario o su cargo en determinada empresa.

Estas tipologías no excluyen otro tipo de fotos ni tampoco fotos en las que se combinen varias tipologías, por ejemplo, la foto de alguien en la playa *semiencuerada/o* con su novio disfrutando de un coctel.

Toda la información del perfil es dinámica, en el sentido que la misma puede irse cambiando o actualizando las veces que se quiera, no hay límite para las modificaciones. Tal vez una de las opciones en donde más se evidencia este tema es el denominado *¿en qué estás pensando?*, en esta opción el usuario puede publicar su estado de ánimo, alguna frase relacionada con alguna circunstancia de su vida actual, fotos, videos, música, enlaces, etc. que desee compartir con sus contactos.


A continuación diferentes tipos de fotos de perfil subidas por los usuarios<sup>10</sup>



**Paola** Durmiendo frente al Mar y soñando con él!! Canoa, Ecuador


Hace 11 horas a través de Facebook para BlackBerry · [Comentar](#) · [Me gusta](#)

 A 3 personas les gusta esto.



**Galo** Agradecido de seguir viviendo en democracia...pero ¿hasta cuándo durará? ¿Hasta que lo permita la Policía o la Monarquía?...¡Por una Revolución Ciudadana CON Ciudadanos! ¡Salve Oh Patria mil Veces! Ecuador siempre en el corazón

El 01 de octubre a las 18:46 · [Comentar](#) · [Me gusta](#)

 A 2 personas les gusta esto.

Escribe un comentario...




**Maria José** esta feliz, como una lombriz jajajajaja



**MARIA ESTA DE BUEN HUMOR**

 El 20 de octubre a las 9:42 a través de My Mood | Mi Estado de Animo · [Comentar](#) · [Me gusta](#)

 A Maria José y Santiago les gusta esto.

Escribe un comentario...

<sup>10</sup> Tomado de la página de Facebook de las investigadoras. Por respetar el anonimato de los usuarios se ha borrado los apellidos.

Otra opción del perfil es la denominada “*páginas que me gustan*”, en este espacio se desplegarán de manera aleatoria los gustos e intereses del dueño de la cuenta. Los temas más comunes se refieren a los gustos musicales, películas, libros y series de televisión. Estos temas pueden agrupar a más de un usuario sin necesidad de que sean parte de un mismo círculo de amigos, a través de ellos se obra una suerte de subgrupos que llevan como slogan el gusto que comparten. Algo muy interesante y que da cuenta de la multiplicidad de opciones de Facebook, es que existen grupos para casi todos los gustos e intereses. Por ejemplo, a alguien le puede gustar los Simpson, ser parte del Deportivo Quito, la nutella, Ricardo Arjona, correr, tomar bebidas alcohólicas y la actriz Megan Fox, todas al mismo tiempo.

De no existir algún grupo relacionado con algún tema existe la posibilidad de crear un nuevo grupo; estos no llevan una identidad como los perfiles personales sino que su/s creador/es son anónimos, y se accede a ellas por el hecho de que al usuario le gusta el tema. Aquí se puede comentar, compartir información u opinar, de igual manera que se lo haría en una página personal.



**Odio La Feria Jesus del Gran Poder** Amigos, entren a link y planifiquemos el recibimiento a estos "ilustres huéspedes". Quito no necesita ser sede de eventos de esa clase en que se irrespeta nuestro derecho a vivir en paz.  
02 de noviembre a las 0:25

 A 98 personas les gusta esto.

 Ver los 29 comentarios



**Sebas Espin** el derecho a vivir es d todos y nadie puede imponer a nadie todos tenemos derecho....es un ser vivo q lindo fuera la vida sin toreros cerdos de madre!!!!!! abajo la feriaaa  
02 de noviembre a las 23:56 · Denunciar



**Gaty Cadena** Porfis manden un mensajee... quiero saber si ya tienen algun plan para estos dias! considerando que necesitamos una hora y dia clave!!  
03 de noviembre a las 13:29 · Denunciar

Algo muy frecuente es la creación de grupos relacionados con circunstancias particulares en la vida cotidiana de los usuarios. Experiencias y percepciones compartidas, sabiduría colectiva en algunos casos con tintes humorísticos o sarcásticos.

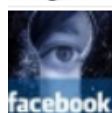


**estando ebrio, el celu deberia decir "esta seguro q desea mandar este sms?"** trato de salir sin credito loss fines de semana para evitar esos mensajes jejeje

09 de febrero a las 6:30 · [Comentar](#) · [Me gusta](#)

A 2.022 personas les gusta esto.

[Ver los 1.170 comentarios](#)



**OJOS QUE NO VEN, FACEBOK QUE TE LO CUENTA**

Negocio local

[Me gusta](#)

Los eventos de la vida real como reuniones sociales, programas, convocatorias, etc., se vinculan a este espacio virtual a través de lo que se denominan “*eventos*”. Esta opción permite crear un evento, donde se detallará el lugar, la fecha y hora. La invitación se “reparte” solo a los contactos que el creador elija, los invitados podrán tener acceso a la información del evento, comentarlo, confirmar su asistencia o su declinación. Cumpleaños, cenas, reuniones con amigos, farras, inauguraciones, entre otros, son parte de los eventos creados.

Esta herramienta se ha convertido en la más eficaz a la hora de convocar a eventos informales a los contactos. Los mensajes de texto, las llamadas telefónicas o invitaciones tradicionales quedaron en el pasado, ninguna de ellas tiene tal poder de convocatoria que otorga el Facebook a lo publicado en su página. Lo que está en Facebook es de conocimiento de todos mis contactos, no hay excusa para no asistir.

### 3.1.2. *Accesando a la página de Facebook*

Lo primero que llama la atención a la vista del usuario al ingresar en su página de Facebook, es la página de inicio. En ella se puede apreciar en orden cronológico, del más reciente al más antiguo, todo lo que han estado haciendo tus contactos.

Los estados de ánimo, las últimas fotos subidas, los videos y música para compartir, frases y las últimas noticias relacionadas con los grupos que el usuario pertenece se despliegan una tras otra. Lo interesante aparte de estar siempre enterado de lo último, es

la posibilidad de comentar sobre cualquiera de los tópicos antes señalados, y que los comentarios a su vez puedan ser comentados por otros. La interacción con nuestros contactos será más intensa con aquellos que se mantengan activos en el Facebook y de los cuales tengamos noticias en la página de inicio.

### 3.1.3. El Muro

Otro elemento es el conocido *muro*, en él se puede encontrar una serie de mensajes públicos que resumen todas las actividades que el dueño del perfil realiza al interior del Facebook. Las notificaciones que se generan pueden ser comentadas por todos sus contactos, y en muchas ocasiones estos comentarios dan origen a una especie de conversación que recuerda al chat o Messenger por su brevedad, pero que no se limita a una persona sino que pueden intervenir, a la misma vez, otros contactos. El muro es similar a la página de inicio, con la diferencia de que en él se despliegan notificaciones de todo lo que tú estás haciendo y lo que los otros tienen que decir acerca de ello.

El muro es tal vez una de las aplicaciones que más permite la interacción entre los usuarios. La comunicación de cualquier tema relacionado con la vida del dueño del perfil es bastante eficaz si se la cuelga en el muro, no necesariamente todos comentarán en él, pero al menos leerán lo que a ellos interese o llame la atención, y hasta en algunos casos podrán tener acceso a información de la que no tengan el menor interés. Por ejemplo, si alguien publica que está enfermo, sus contactos enviarán mensajes deseándole su pronta mejoría, claro no serán todos los que publiquen en su muro pero la mayoría se enterará de su estado de salud. Los miembros de la red de amigos podrán “oír hablar” al dueño del perfil a través de su muro.

Pero, ¿por qué es tan importante para los usuarios publicar en su muro? la infinidad de notificaciones de la página de inicio dan cuenta de una realidad que se multiplica día a día. Los usuarios se hacen visibles a nuestros ojos a través de ellas. Parecería que todos los usuarios comparten un mismo sentir: ¿qué voy a publicar hoy?, parecería que las múltiples herramientas a través de las cuales se puede plasmar las vidas de los usuarios tienen un efecto atrayente y un tanto adictivo para la acción de *publicar*. En este punto se hace necesario explicar que es lo que vamos a entender cuando digamos *Publicar*. Publicar remite a «hacer público» a «hacer accesible *algo* a todos», entendemos publicar como a la acción que permite extender el espacio íntimo-privado al espacio de la esfera

social. Tomando una de las tesis de Hanna Arednt, esta acción da cuenta de una racionalidad propia de la modernidad que busca traspasar los límites locales a los globales.

#### *3.1.4. Instantáneas*

Hay alrededor de 5 mil millones de fotos de usuario y 160 terabytes de almacenamiento disponibles en Facebook para su almacenamiento. Estos datos no son solo significativos numéricamente hablando sino que también resaltan la importancia de las fotos en la construcción de las páginas de usuarios.

Hemos avanzado en las formas que nos permitan transformar las cosas de nuestro diario vivir en imágenes; hemos transformado a la imagen desde los dibujos rupestres en cuevas, a cuadros renacentistas pintados al óleo, a rayos x o tomografías de nuestro cuerpo hasta videojuegos y películas en 3D. Todo tiende a convertirse en imagen o tendemos a convertirlo todo en imagen.

El avance tecnológico de los dispositivos fotográficos en el último siglo y en particular desde los años sesenta es innegable. Tanto su técnica como sus artefactos y los usos a los que se le ha destinado han sido modificados y mejorados. El principal cambio se lo puede observar si comparamos los eslóganes usados por dos grandes marcas en cuanto a artefactos fotográficos se refieren. Kodak en 1988 proclamaba Usted apriete el botón y nosotros haremos el resto, esta frase reflejaba la evolución de la fotografía de una práctica exclusiva de un grupo de profesionales que detentaban el monopolio del conocimiento de la técnica fotográfica hacia una práctica de consumo masivo en donde todas las personas que tuvieran los medios económicos para acceder a ellos pasaba a convertirse en un fotógrafo aficionado pero fotógrafo al fin.

No pienses, dispara es el eslogan que maneja Sony en la actualidad. Sus cámaras digitales prometen dar al usuario libertad para fotografiar y la posibilidad de generar un grandísimo número de imágenes. Con Kodak la producción de fotografías tenían al menos dos límites palpables: no se necesitaba ser un fotógrafo profesional pero su práctica estaba limitada al número de fotografías que eran posibles con el carrete de la cámara y el costo económico asociado al proceso de revelado de las mismas. Lo fotografiable si bien abarcaba lo domestico, no todo lo domestico era digno de ser

fotografiable, los eventos más representativos de la vida quedaban inmortalizados una vez eran revelados en los estudios fotográficos: bodas y vacaciones eran los temas más comunes. Con la digitalización de la fotografía (no pienses, dispara) su substrato ontológico (Villar, 2006: 1) es decir el vestigio fotográfico de la emulsión química fotosensible, deja de ser parte constituyente de la fotografía y esto genera varios procesos que afectaran los usos sociales fotográficos.

Para Villar, en la fotografía digital se suprime el intervalo de tiempo entre tomar y revelar, las cámaras digitales revelan en sus pantallas la fotografía inmediatamente después que la misma ha sido capturada y no como en las antiguas cámaras fotográficas de carrete en donde su visualización a través del visor era la única imagen de cómo quedaría la fotografía. Esto también permite que hoy se puedan desechar las imágenes que no sirven, optimizando aún más el uso de los recursos.

Al no existir un soporte físico (la fotoquímica) se hace posible la producción infinita de fotografías desligándola de la necesidad de revelarlas en un estudio fotográfico y del costo económico que esto generaría, a este fenómeno Villar lo denomina la desmaterialización de la imagen.

Otro punto crucial es que en la actualidad los dispositivos fotográficos son más accesibles, pequeños, fáciles de llevar y han sido integrados de manera exitosa a otros dispositivos de uso cotidiano como los celulares. Finalmente, al no estar condicionada por la escasez los usos de la fotografía pueden volcarse hacia otros temas (situaciones, personas, lugares u objetos) que antes no eran fotografiables.

Lo que es fotografiable se redefine en la Cultura Digital ya que sus límites, como hemos visto en párrafos anteriores, varían (Villar, 2006: 3). Es precisamente este punto el más relevante para la presente investigación, no nos enfocaremos en los cambios a nivel de la técnica y tecnología en los aparatos, sino en los nuevos usos sociales de la fotografía en el marco de la Cultura Digital y la Web 2.0.

### *3.1.5. Fotógrafos aficionados y avanzados*

Para Bourdieu existen dos tipos de fotógrafos: el aficionado devoto y el aficionado esporádico. El aficionado devoto es aquel que tiene una “aspiración a una práctica

orientada hacia fines estéticos” y que se caracteriza por “tener en común una menor integración a la sociedad, ya sea por su edad, por su situación personal o profesional” (Bourdieu, 2003: 80). El aficionado esporádico en cambio retratará imágenes que solemnicen lo solemne y sacralicen lo sagrado (Bourdieu, 2003: 79), no fotografiará cosas que no se encuentre dentro de los límites de lo que se denomina como fotografiable, siendo este el substrato de la fotografía y del referente para la determinación de sus límites. Para la presente investigación nuestro interés se concentrará en este último tipo de aficionado.

Una vez que hemos identificado quien fotografía, a continuación trataremos de determinar qué es lo que se entiende como fotografiable hoy en día. Martínez Casalé define a la fotografía que realizan los aficionados esporádicos como fotografía doméstica. La fotografía doméstica se inscribe en el circuito de intercambios ritualmente impuesto (Martínez Casalé, 2002: 175), proporciona una imagen que represente con fidelidad y precisión el momento que retrata. Ella fija y reactualiza las conductas sociales aprobadas.

Con la popularización de la fotografía, sus usos tendrán un mayor alcance en cuanto a temas relacionados con el ámbito de lo cotidiano. Se tratara de hacer públicos los eventos destacables de la vida privada, pero en el ámbito del círculo social privado del usuario.

Con el advenimiento del capitalismo, el ocio se convierte en el ideal cultural de la sociedad burguesa y su principal basamento: La Familia, regida por unas normas ligadas al consumo.

*...La fotografía no es solo lo que se ha hecho durante las vacaciones, sino ellas mismas... (Bourdieu, 2003: 75).*

El ocio familiar se conforma entonces por experiencias, diversiones y acontecimientos vendidos como mercancías, el papel de la fotografía en este fenómeno es dual; a la vez que es parte de las actividades aceptadas como ocio respetable es un medio de representación del tiempo de las actividades ociosas y de sus valores (Martínez Casalé, 2002: 175).

El ocio se convierte en un espacio, fuera de la actividad laboral y el trabajo alienado, donde las personas pueden realizarse personalmente. Adicionalmente la incorporación masiva de la tecnología como medio para el proyecto de modernización de la clase burgués del capitalismo, permite que los dispositivos fotográficos ingresen en los hogares como símbolo de avance, dispositivos cada vez más sencillos y simples de manipular

Con la aparición del mundo digital, Internet y los procesos de avance tecnológico ligados a ellos, se vieron también afectados los aparatos fotográficos -el qué se fotografía, de qué modo se fotografía, en qué situaciones (cuándo y dónde) se fotografía y para qué se fotografía-. El ocio sigue siendo el escenario central de la fotografía popular pero en un sentido más amplio, sus límites ya no solamente abarcan experiencias, diversiones y acontecimientos sino también modos de ser y estar de los individuos. La identidad familiar ya no es el protagonista de la escena, este protagonismo se traslada a la identidad del Yo.

En cuanto al cómo se fotografía, como habíamos dicho en párrafos anteriores la mayor accesibilidad a estos dispositivos y su incorporación a otros aparatos como los teléfonos celulares principalmente, ha facilitado la captura de imágenes variadas de nuestra vida cotidiana. Este tema se intensifica aún más puesto que las imágenes digitales no representan un costo adicional al aparato fotográfico que las captura. Los lugares y las cosas que se pueden fotografiar son infinitos, siempre y cuando se tenga a la mano una cámara de fotos o un dispositivo celular con esa aplicación.

Finalmente definiremos para qué se fotografía. La función identitaria de la fotografía señalada por Bourdieu en su ensayo sobre los usos sociales de la fotografía, es activada con el acto fotográfico: cuando los diferentes componentes de un grupo abandonan lo que están haciendo, interrumpen sus conversaciones y posan ante la cámara para dejar constancia documental de su unidad (Villar, 2006: 4).

Ahora bien, no basta con que el momento sea ritualizado con la toma de la fotografía sino que el mismo debe ser proyectado y materializado en el tiempo y el espacio a manera de colección de imágenes que pueden presentarse de diferentes formas, pero la más común es la del álbum (Villar, 2006: 4).

El álbum familiar tradicional es un elemento real, en donde se muestran distintas fotografías que son relevantes para la constitución de la identidad familiar. Estas

fotografías son en última instancia símbolos y líneas narrativas que establecen y constituyen la identidad familiar (Villa, 2006: 4) que supera la vida cotidiana.

Así como la función de la fotografía cambia, la concepción del Álbum también deber ser repensada. Con la Internet y las formas de compartir datos con la Web 2.0 están creando un nuevo escenario en el que las imágenes adquieren un nuevo sentido social al ser compartidas en el marco de las nuevas redes sociales y comunidades virtuales con conocidos, gente que tal vez no conozcamos bien o que no conozcamos.

Para el recuerdo quedaron los álbumes clásicos con tapas y separadores que tanto les gustaba a nuestros abuelitos o padres llenar con fotografías y cuyos temas más usuales eran bautizos, niñez, matrimonios, viajes, etc. En Facebook hoy es posible crear tantos álbumes de fotografías como el usuario desee, en ellos podemos encontrar álbumes dedicados solo a instantáneas del usuario, vacaciones, navidad, año nuevo, cumpleaños. Podríamos decir que los contenidos son similares, pero no lo son las posibilidades estéticas y técnicas infinitamente mayores.

Los álbumes más comunes son los de la vida nocturna de los usuarios: fotos en bares, karaokes, restaurantes y actividades varias que no tienen relación con la familia a diferencia de los álbumes tradicionales. Su fin es fortalecer la imagen del usuario y revivir los momentos importantes de su vida más intensamente. Las instantáneas que se suben al perfil son en muchos de los casos un golpe directo a la emoción del usuario que las mira.

Estos álbumes son los que generan mayor interés y curiosidad, amplificando la interacción entre los amigos. Es importante señalar que estas fotos no se tratan de imágenes tomadas por un fotógrafo profesional sino de fotos de nosotros hechas por nosotros mismos que denominaremos *instantáneas*.

Otra característica es la acumulación de álbumes en el Facebook. Se agregan más fotos de las que se quitaba de ellos. En general las razones por las que se elimina una fotografía son situaciones bochornosas, rupturas amorosas y de amistad. Para los casos en los que la eliminación de la fotografía no es posible, el “*desetiquetarse*” de ella también funciona para el fin.

Mientras el álbum familiar tenía como sustento la intimidad y su desarrollo narrativo era muy básico; hoy los álbumes digitales también son íntimos pero estos son expuestos al

público, quien reconstruye la narración con fragmentos de su memoria: comentando lo que la foto encubre. Y es en esta interacción que aparece o se constituye el rostro digital del dueño de la cuenta -El Ser Público-.

Las aplicaciones tipo Photosharing ya existían antes de Facebook. Flickr, Fotolog, Picasa, etc. Ofrecen a sus usuarios un espacio de almacenamiento y publicación de imágenes en la Internet.

Facebook permite a los usuarios subir fotos a su perfil de manera ilimitada y sin restricción de su contenido. Estas fotos pueden ser comentadas, las personas que aparecen en ellas pueden ser etiquetadas – esto es, poner el nombre de las personas que se encuentran en ellas-, se pueden organizar en álbumes y personalizarlas a través de aplicaciones. Todos estos elementos permiten que la interacción entre los usuarios sea más intensa, dinámica y amigable. Parecería ser que una foto puede *“decir más que mil palabras”* de ahí su riqueza comunicativa.

La interrogante sería entonces ¿Cuándo la fotografía digital compuesta de bits se transmuta en huella de un tiempo vivido?

Una fotografía no tiene significado por sí misma, su potencialidad radica en que permite que las personas las signifiquen, a través de ellas las personas pueden narrar, el corte espacio temporal que aparece ante nuestros ojos al mirar una fotografía.

La forma en que las fotografías generan sensaciones no es concebida en otras formas de representación. La pintura y la fotografía son imágenes de lo real, pero las dos difieren en que esta última es algo extraído de lo real, en palabras de Susan Sontag es una huella, como una pisada o una máscara mortuoria.

Ahora no es necesario que algo tenga importancia para fotografiarlo, todo es posible y está a nuestro alcance de ser fotografiado: botellas de licor, vasos vacíos, el perro, los autos, regalos, etc. Estas fotos formaran parte de un álbum o estarán relacionadas con otras que permitan un correlato coherente, que como ya hemos señalado se compone con los comentarios que se cuelgan en la foto.

Lo fotografiable se vuelca del espacio de lo excepcional al de la vida cotidiana; el número de los fotógrafos esporádicos es mucho mayor al igual que la accesibilidad a los

dispositivos fotográficos. Todos estos cambios generan una diversificación en lo que denominamos fotografiable a la vez que lo fotografiable se tiñe de personalismo y si bien las fotos pueden ser grupales en su gran mayoría serán capturadas siempre y cuando tenga pertinencia con la nueva función de la fotografía: la representación de la identidad individual.

### 3.1.6. *El encuentro y los re-encuentros*

Facebook permite encontrarse con los lejanos y los cercanos en tiempo y espacio. Es factible encontrar amigos de la escuela que viven ahora en otro país, y a su vez compartir con nuestro círculo social aspectos de nuestra vida cotidiana que en la relación cara a cara no podemos compartir.

### 3.1.7. *Juegos*

Los juegos se configuran en el tiempo y en el espacio, lo que para muchos constituyen expresión de cultura. Las reuniones familiares o con amigos para compartir de un momento agradable, divertido y entretenido ha pasado de moda. El interés por los juegos de mesa tradicionales – cartas, monopolio, bingo, etc. – quedaron atrás, ahora todo se vuelca hacia los juegos digitales.

El mundo del espacio virtual genera constantemente actividades lúdicas que están al alcance de solo un click. En este espacio se hacen presentes dos cualidades que permiten hacer que los juegos virtuales se parezcan a los juegos reales pero que su espacio no es el real sino el virtual, y estos son: *la interactividad y la expresión audiovisual*. Estas dos cualidades crea en los jugadores la sensación de estar viviendo cosas reales pero en mundos diferentes a los vividos.

La oportunidad de reconstruir el mundo de lo real en un espacio virtual donde todo es posible de crear y encontrar es muy aceptado por los seguidores de los juegos de la Internet. Lo interesante para muchos es que en ellos se puede combinar cosas que ya han pasado, que están pasando o que pueden pasar. Otras de las ventajas es que son gratis, son fáciles de descargar, son dinámicos, están en varios idiomas, y finalmente que no están solos, es decir interactúan constantemente con otros usuarios o “vecinos”.

Los juegos más populares que ofrece Facebook están divididos por categorías de interés y son<sup>11</sup>:

- *Granjas*: este tipo de juegos fueron los primeros en salir con una gran aceptación. Sus seguidores han sido de todo tipo y género. Entre ellos están: Farmville, Farm Town, Amigos de la Granja, La Cosecha Feliz, FishIsle, Country Story, Tiki Farm.
- *Peces y acuarios*. este juego se ha puesto de moda en estos días. Tener un acuario al cual adornar, poner cosas es entretenido para los usuarios. Los *más aceptados son*: Happy Aquarium, FishVille, My Fishbowl, Top Fish y Reef Life.
- *Tamagochis*: ideal para los usuarios que les gusta coleccionar y entretenerse con mascotas virtuales. Tiene un sinnúmero de objetos que pueden ser utilizados a la hora de hacer cosas con su mascota. Los *más usados son*: Pet Society, Superpocus, Pogo Puppies, YoVille, Happy Pets, SPP Ranch, PetVille.
- *Restaurantes*: para quienes les gustaría administrar un café o restaurante, esta es su oportunidad de hacerlo. En este tipo de juego el usuario es el dueño del local y puede hacer lo que desee, desde preparar el menú, *adecuarlo o decorarlo, hacer ofertas para atraer clientes, etc.* Aquí encontramos a Café World, Restaurant City, Restaurant Life.
- *Rompecabezas*: a quien no le gusta uno de estos juegos. Ahora es fácil encontrarlo online. La meta es pensar rápido antes que tus contrincantes te ganen. Ejemplos de estos juegos son: Bejeweled Blitz, Biotronic, Brain Buddies.
- Otros juegos en general que llaman la atención a los usuarios son: Mafia Wars, Little Warrior, Spore Islands, Mobsters 2 Vendetta, Zoo World, Poker Rivals, Vikings of Thule, Champions Online, Dream World, Battle Punks, Happy Island.

Estos juegos no son los únicos que podemos encontrar en la red, pero si los más usados. Vale mencionar que los continuos cambios tecnológicos hacen que los juegos online sean eliminados o modificados, así como también aparezcan otros de acorde a las exigencias de sus usuarios.

---

<sup>11</sup> Tomado como referencia la clasificación realizada por Juegolandia está en Facebook, en: <http://www.facebook.com/group.php?gid=226056649238>, y en Todos los juegos de Facebook, en: <http://juegosgratis42.com/todos-los-juegos-de-facebook.php>

### 3.1.8. Aplicaciones

No es para nada raro que los usuarios de Facebook utilicen las aplicaciones que la red ofrece para divertirse, conocer, pasar el tiempo, etc. Las aplicaciones pueden venir de distintas fuentes: sugeridas por amigos o por el mismo espacio, buscadas en la Internet, entre otras.

Alrededor de 140 aplicaciones diarias son subidas a esta red virtual. Entre las más comunes y solicitadas tenemos:

- Test de compatibilidad.- este tipo de aplicaciones permite conocer mediante respuestas del usuario que tan compatible es con sus amigos que forman parte de su red. *¿Qué personaje de su serie favorita es usted? o ¿En qué país debería vivir?* son unas de las preguntas que Facebook le contestará en pocos minutos.
- Etiquetar las fotos.- para los usuarios esta aplicación creada hace poco es muy entretenida y divertida. El objetivo es etiquetar las fotos con los nombres de las personas que están en ella o que no están. Estas fotos aparecerán de inmediato en la cuenta de quien las etiquetó, en la cuenta de los involucrados, y también en la cuenta de todos sus contactos. Aquí los comentarios no se hacen esperar, y pueden ser de todo tipo y los que se quiera. Este punto ya lo hemos ampliado en el tema anterior.
- Fanáticos del cine.- flixster es una de estas aplicaciones. Su función principal es responder correctamente las preguntas que tienen que ver con cine en general. Los usuarios miden sus conocimientos de cine y ponen a prueba los de sus contactos.
- Lecturas.- una de las aplicaciones más usadas es iRead. Esta permite que los usuarios conozcan que libro o libros están leyendo sus contactos. En caso de estar interesado por uno es fácil pedirlo prestado o intercambiarlo entre ellos.
- Conociendo el mundo.- los usuarios disfrutan escribiendo las ciudades que han conocido y los pormenores de su viaje. El nombre de esta aplicación es Cities I've Visited.

- Haciéndome famoso.- la web permite que muchos de los usuarios puedan subir sus canciones a iLike. Esta aplicación es de mucha utilidad a la hora de darse a conocer entre los contactos, ya que ellos pueden escucharla directamente sin tener que bajarla al computador. Además, sirve como medio de publicidad, y si alguien está interesado en él o ellos será fácil contactarse.
- Jugando a ser compositor.- en esta aplicación los interesados pueden componer melodías propias, bajarlas y enviarlas a todos sus contactos. Quienes visitan My Music disfrutan tocando un piano virtual y quién sabe si después serán grandes compositores.
- Aprendiendo japonés.- Kanji Box es el nombre de esta famosa aplicación. Está es una especie de diccionario de japonés. Para los amantes de los idiomas en esta página podrán conocer el significado de unagi, sashimi o masago, etc Para otros en cambio les servirá en caso de visitar un restaurante japonés.
- Lidiando con los números.- para los que no les gusta los números, geometría, cálculo, algebra y más, esta aplicación les será de muchísima utilidad. Solo tienen que buscar y bajarse la página Hey Math!, y sus problemas serán resueltos. Esta página explica visualmente mediante animaciones conceptos que tienen que ver con física, matemáticas, etc. Además, da la posibilidad de solicitar ayuda en caso de no poder algún ejercicio, y lo mejor de todo es que se actualiza con nuevas lecciones cada 15 días.
- Tiendas virtuales.- en Marketplace los usuarios podrán vender todo tipo de artículos de diferentes marcas – departamentos, carros, ropa, zapatos, carteras, etc. -. Así como también podrán recomendar y sugerir marcas y donde encontrar lo que buscan.

El uso de las aplicaciones depende del gusto y afición de los usuarios. Estas páginas son de fácil uso, e interactuar con ellas no es nada complicado. Si alguien tiene problemas con su descarga o con cualquiera de estas aplicaciones, tiene la opción de pedir ayuda en los foros o en páginas relacionadas con Facebook, la más popular es la de *adictos al Facebook*.

### 3.1.9. Publicidad

El uso de la publicidad online ha expandido su espacio de difusión con la aparición de nuevos formatos que surgen en las redes sociales. En el tercer trimestre de 2010, la publicidad gráfica en la Internet ha aumentado un 22% respecto al mismo período del año pasado en Estados Unidos. Un usuario medio de Estados Unidos ha recibido en todo el trimestre cerca de 6.000 impactos de banners<sup>12</sup>.

Este rápido crecimiento radica en *“la posibilidad de comprar audiencias concretas y segmentar, la mejora rápida y continua de los formatos publicitarios, y la calidad creativa de las piezas”*, según Jeff Hackett, vicepresidente Senior de ComScore<sup>13</sup>.

Según estudios de marketing online, encontramos que Facebook se ubica en el primer lugar con un 23% de publicidad – anuncios gráficos de la red -, seguido de Yahoo con 11%, Microsoft con 5%, y finalmente encontramos a Google con un 3%<sup>14</sup>. Con estas estadísticas inferimos rápidamente que Facebook lidera el mercado de la publicidad gráfica online ya que trabaja de manera analítica e inteligente.

Lo interesante de utilizar este medio social para publicidad, radica en los tres puntos que a continuación detallamos: por un lado la segmentación de la audiencia, por el otro la capacidad de dirigirse a un público tan grande que ha ocasionado que aparezcan nuevos anunciantes que antes no difundían ningún tipo de publicidad, y finalmente porque se dirige a individuos concretos que existen en la realidad.

La selección de la audiencia se la obtiene mediante la información básica que tienen los usuarios en su cuenta de Facebook, entre ellos tenemos: ubicación geográfica, sexo, información académica, tipo de trabajo, situación sentimental e intereses particulares – tipo de música, libros, diversión, viajes, autos, etc. –

La ventaja de preferir esta red virtual es que a diferencia de la publicidad tradicional – volantes, papelógrafos, etc. – donde se pagaba con anterioridad, aquí se lo hace cuando el usuario da click en el anuncio que quiera ver.

---

<sup>12</sup> Facebook lidera el mercado de la publicidad gráfica en Internet, en: <http://marketing.es/facebook-lidera-publicidad-grafica/>

<sup>13</sup> Ibid 2

<sup>14</sup> Ibid

Podemos señalar que existen tres tipos de publicidad que se manejan en Facebook:

- 1.- *Tipo comentario.*- los usuarios de esta red pueden publicar en su página de Facebook todo tipo de comentario, para autopublicitarse.
- 2.- *Regalos virtuales.*- estos regalos virtuales generan regalías para Facebook y para las empresas que los auspician.
- 3.- *Fans.*- los usuarios al dar click en el botón me gusta de una página de una persona o grupos puede acceder a las últimas novedades relacionadas con la página en mención.

Entre los mensajes publicitarios podemos encontrar anuncios de: restaurantes, cafeterías, tarjetas de crédito, spas, centro de diversión, tiendas de ropa, negocios, etc. Todos estos tienen la intención de mostrar lo mejor de cada uno, es decir, descuentos, promociones, ofertas, sorteos, entre otros.

#### *3.1.10. Privacidad*

Tanto Facebook como Hi5 son redes sociales abiertas, sin embargo el primero limita el acceso de los usuarios a los perfiles de aquellas personas que han aceptado una invitación y que forman parte de su red de amigos. El usuario puede escoger a quién acepta y quién puede ver su información personal, logrando así tener un círculo social controlado.

#### *3.1.11. Otros Usos*

El Facebook no solo está siendo utilizado para interactuar con los amigos. Hoy en día la información que este sitio contiene está siendo utilizada por empresas, escuelas y padres para conocer que están haciendo los candidatos o hijos en su vida cotidiana.

Otros usos de Facebook están relacionados con modos alternativos de expresión, organización y convocatoria. En el Ecuador Facebook sirvió como plataforma para convocar a la marcha blanca en Guayaquil.

Para finalizar concluimos que Facebook pone a disposición de sus usuarios un sinnúmero de opciones que lo hace más atractivo. La intención es que sus miembros aprovechen las experiencias previas que han tenido con otras redes sociales para que su uso sea más fácil, pero que encuentren en ella: diversión, entretenimiento, momentos de compartir con sus amigos, chat en línea, descargar fotos, actualizar estados de ánimo, publicar comentarios, etiquetarse o etiquetar, etc.

## CAPÍTULO IV

### SIMULTANEIDAD, PROLONGACIÓN E INSTANTÁNEAS

#### 4.1. ¡Facebook te conecta!

Facebook a diferencia de otras redes sociales parte su interacción con personas conocidas. Su principal objetivo es mantener el contacto con las personas que conoces o reanudarlo con aquellas que no ves hace mucho tiempo -compañeros de escuela, colegio, universidad o gente que está viviendo en el extranjero-. Se trata de compartir con personas no ficticias o nuevas, en este sentido el primer grupo de contactos serán los que el usuario tenga en su cuenta de correo electrónico. Y como dice Roberto, *¡lo mejor de todo es que es Gratis!*

La red se vuelve atractiva en tanto la información que se despliega en las actualizaciones es información de *último minuto*, a través de ella podemos conocer lo que nuestros contactos están haciendo y lo que ellos piensan de lo que otros hacen-incluidos nosotros-. Para algunos, este tema está más relacionado con el “faranduleo” y “chisme”. Jorge dice al respecto que es *como estar virtualmente en el Quicentro*. Byron, señala además, que se podría ver como *una forma impersonal de hacer amigos*, en la que la virtualidad prima sobre la relación en el espacio real.

Este fenómeno amplía la interacción de manera significativa ya que no solamente se da en él cara a cara sino que se extiende a otros espacios que no pueden ser compartidos en tiempo real con nuestros contactos.

Otros también miran en él un espacio de nuestra personalidad, donde nuestra vida se mantiene activa mediante la comunicación-directa o indirecta- con los otros. En este sentido las personas pueden comunicar de manera indirecta lo que piensan, por ejemplo escribiendo frases muy generales en su *Estado* pero que hacen referencia a un aspecto o situación de su vida actual. El mensaje de esta frase llegará a quien tiene que llegar, el mensaje será claro para aquellos a los que está dirigido.

## 4.2. Facebook “”

Algunos de los elementos que más gustan a los usuarios de Facebook son los que les permiten estar al tanto de lo que hacen sus amigos, y que sus amigos estén al tanto de lo que ellos hacen. Mantenerse informado sobre temas que son de interés particular del usuario es también importante, Sandy está suscrita a la página de Facebook de un conocido periódico de la ciudad, y recibe constantemente notificaciones acerca de las últimas noticias. Es así, como muchos de los usuarios se suscriben a páginas de tiendas, bares, restaurantes, cine, páginas oficiales de artistas o equipos deportivos, entre otros, para saber las últimas novedades y promociones a las que podrían acceder.

Al presentarse Facebook como algo dinámico y novedoso los usuarios pueden utilizar de manera fácil y rápida aplicaciones, fotos, juegos, pueden crear eventos, comentar y publicar fotos y otros elementos que lo configuran como una de las redes virtuales más importantes hoy en día.

La posibilidad de compartir facetas de tu vida que en el cara a cara no lo haces. En este punto Ximena indica que le gusta mucho la fotografía, y ha encontrado en el Facebook una manera de expresar su preferencia, a través de la publicación de fotos tomadas por ella. Estas facetas o preferencias en conjunto configuran el rostro virtual, o en otras palabras, como dijo Sebastián, *ellas forman su ficha de vida*.

El uso de esta red social ha significado la exclusión de otras y la complementariedad con otras aplicaciones de la web. Gran parte de los entrevistados afirman haber tenido una cuenta en otra red social – Hi5 - que al momento está inactiva o cerrada en algunos de los casos. La razón de esta preferencia hacia Facebook tiene su origen en un primer momento, porque ha podido reunir y crear aplicaciones o funciones más interesantes, atractivas y populares que sus antecesoras. Por ejemplo, Andrea le gusta Facebook por el chat, lo que Hi5 no tenía. Otro punto, es el tema de la privacidad, todos comparten que en Facebook es posible restringir el acceso a la información que no desean mostrar los contactos, a lo que Hi5 no tenía esta posibilidad – en Hi5 todos los miembros de la red podían acceder a su información personal, ahora en Facebook ella limita los contenidos que quiere mostrar y hasta lo puede organizar por grupos de contacto. El uso generalizado de los jóvenes por estos elementos hace que cada día más y más se unan

a la red y se incluyan en el mundo que sus usuarios construyen. Martin, añade, *se volvió una moda, todos mis amigos tenían, y vi que era chévere.*

En un segundo momento, porque sus herramientas tecnológicas permiten crear una imagen del usuario -el perfil- que se presenta ante los otros y que les pide su constante aprobación y aceptación.

La tecnología y las nuevas formas de comunicación posibles en la red son esenciales para la comprensión del fenómeno *Facebook*. Son elementos que estructuran las nuevas maneras de la socialidad y las identidades que de ella se deriva. Una clara muestra de esto, es el uso generalizado de dispositivos celulares con acceso a la Internet, en el grupo estudiado, que ha generado una intensificación en las interacciones entre los usuarios. La facilidad para acceder a las redes sociales y webs no se compara con años pasados, lo que ha generado que estos sitios logren incorporarse a la rutina diaria de sus seguidores con mucha naturalidad.

Facebook no es solo un espacio arbitrario en la red, sino que se ha convertido en un sitio que permite la comunicación de manera eficaz – el mensaje llega a quien tiene que llegar, y lo hace más rápido que con otros medios. Sus usuarios establecen vínculos – afectivos, relacionales -, a través de las fotos, mensajes, chat, canciones, frases, entre otros.

Uno de los medios de comunicación que más utilizan es el *estado*, como menciona Karina, *podemos decir y compartir cosas que son importantes para nosotros*. Lo interesante del estado, es que los usuarios están constantemente informados de lo que sus contactos hacen o piensan en el día a día. Para Marcelo, esta red, *es como un periodo virtual*, en el que se puede compartir y contactar amigos, a más de *chequear a las chicas*, como menciona Juan. Realmente en este sitio, *se puede saber qué pasa con la gente en el mundo*, según Lucia, por lo que se convierte en una herramienta indispensable a utilizar y *se lo ve todos los días*. A lo que Paola añade, *es para ver el chiste que me perdí cuando no estuve*.

Los jóvenes han aprovechado la función comunicacional que da Facebook, y la han ampliado del espacio lúdico a espacio académico, los estudiantes de quinto nivel de la Facultad de Medicina han creado una página en la que los miembros son personas que pertenecen al paralelo del año que cursan, además que profesores de la facultad forman

parte de la red también. Ellos utilizan esta página para compartir información, dar noticias relevantes de las asignaturas, intercambiar ideas sobre temas tratados en clase – deberes asignados- .

Otro uso que se le da a Facebook con mayor aceptación entre sus integrantes, es porque sirve como medio de trabajo, Jennifer, trabaja en una agencia de viajes y esta red le permite estar al día en todos los servicios que ofrecen los distintos hoteles con los que trabaja, y a su vez estar en contacto con sus proveedores. Esto a su vez nos permite dar cuenta de otros usos que se le ha dado a Facebook por parte del sector empresarial; este sector crea páginas de Facebook que les sirva para publicitar sus servicios a usuarios que se encuentran en distintos lugares del mundo.

Planteamos que la preferencia por un sitio va a estar dado por las características de los usuarios, de la plataforma y los propósitos de la interacción. Facebook es un sitio de red social (SSN) que a través de sus aplicaciones permite la expresión de la afectividad, la construcción de la identidad y la imagen, el establecimiento de contactos, el intercambio de información, la organización civil, entre otras funciones. Los códigos textuales, visuales y auditivos construyen un lenguaje significativo para la vida afectiva y relacional de los usuarios, y que en conjunto, explican su popularidad.

#### *Mi rostro “virtual”*

Los usuarios hacen uso de las herramientas puestas a su disposición en Facebook para construir, como lo haría en la vida offline, su identidad frente a los otros. En las páginas de los usuarios se puede ver desplegado los rasgos de sus vidas, procurando mostrar siempre lo positivo. Esto se evidencia especialmente en el tipo de fotos que se suben, estas fotos siempre muestran momentos felices en situaciones relevantes de sus vidas. La tristeza en Facebook, si la hay se la evita y si no se la puede evitar se la restringe al espacio del *Estado* – con comentarios o con íconos–. Sebastián, dice no colocar cosas tristes porque *las personas se alegrarían con su desgracia*.

Los elementos que se *despliegan* en los perfiles no son arbitrarios, ellos corresponden a un criterio de relevancia determinado por el dueño del perfil. No todos los acontecimientos de la vida de las personas son elegibles para ser publicados en Facebook. Los criterios de relevancia están determinados por: momentos o cosas por las que el dueño del perfil siente *satisfacción personal* – grados, cumpleaños, nacimientos, matrimonios, bautizos, reuniones, visitas de amigos/as, etc. –, momentos o cosas que

permiten al dueño del perfil aparecer *como es*– fotos individuales o con amigos, música, pasatiempos, libros, series de televisión, etc. –, momentos o cosas que recrean *continuidad* a las acciones – actualizaciones de fotos, estados de últimos acontecimientos ocurridos–, momentos o cosas que dan *veracidad* a lo vivido – actualizaciones de estados como por ejemplo “*atrapada en el tráfico*” o fotos de lugares y personas en donde y con quien se ha estado–, momentos o cosas que *estimulen* la interacción con el resto de los miembros de la red – fotos de situaciones, cosas o lugares interesantes o peculiares.

Un tema central es la exposición de la vida social del dueño del perfil. Al ser sus contactos mayoritariamente amigos, las actividades que con ellos se realiza son las más frecuentes en los perfiles. Fotos de la última fiesta, la última salida al Karaoke, el último paseo, merecen un álbum exclusivo que narra los acontecimientos de esa fecha. Todas las personas que aparecen en las fotos son *etiquetadas* y también aquellas que el dueño del perfil crea que deban ser etiquetadas porque tienen algo que contar o están relacionadas de algún modo con la situación o las personas que aparecen en la foto.

Los contactos se aceptan o descartan basándose en si son conocidos o no por el dueño del perfil. *Lo importante es saber quiénes son* dice Ximena, el número de contactos no es relevante – como sí lo era en HI5 –, lo apreciable es quienes son tus amigos, por ejemplo ser amiga de alguien famoso o de chicos/as guapos/as eleva tu popularidad frente a tus demás contactos. Además el tema del número de contactos puede significar a la larga un problema de privacidad en tu cuenta y más aún si no los conoces.

Otra forma de entrar en contacto con personas es mediante la aplicación *Amigos en común*. Esta aplicación despliega una lista de todos los contactos de tus amigos y permite enviar una invitación a cualquiera de ellos. Este mecanismo permite tener una especie de garantía con las personas que aceptas en tus contactos. Así también la opción Buscar permite encontrar amigos. Esta opción funciona al igual que un buscador – como Google- donde el usuario ingresa la dirección de correo electrónico o los nombres de la persona que desea encontrar. Se desplegarán todas las personas que coincidan con los datos ingresados para la búsqueda.

Los contactos familiares también forman parte de la red de amigos. Hermanos/as, primos/as, todos son bienvenidos, pero tíos/as y especialmente padres son excluidos de este grupo, aunque son pocos casos en los que los padres tienen una cuenta de

Facebook. Juan dice *mis papas no tienen Facebook, ¡Gracias a Dios!* y Gaby añade, es otro tipo de relación con los papas.

### 4.3. “Es más fácil escribirlo que decirlo”

Todos tienen algo que decir en Facebook. Y en algún momento alguien va a decir algo de nosotros. El *qué* decir y a *quien* decirlo está determinado por los criterios de relevancia que ya mencionamos anteriormente: satisfacción personal, como soy, continuidad, veracidad y capacidad de estimular la interacción. Pero también existen otros elementos relacionados con el *comentar* que debemos tener en cuenta, los explicamos a continuación.

Por la manera en cómo está estructurado Facebook, el comentar genera una notificación en la página de inicio para todos los contactos, y notificaciones individuales tanto en la página de Facebook como al correo electrónico de la persona/s a las cuales se comentó o comentaron. De esta manera las personas logran tener notoriedad frente a sus contactos, ya que ellos estarán siempre al tanto de lo que les sucede y podrán comunicarse entre sí. El ser activos en Facebook –comentar, subir fotos, taggear, etc.- nos hace visibles a los ojos de los otros a este respecto Juan afirma *la gente busca la validez de su vida ahí*.

Los comentarios son variados, y pueden venir de diferente fuente. Francisco nos aclara *yo comento todo lo que me incumbe y lo que tiene que ver conmigo*. Para los usuarios el comentar es una actividad que religiosamente hay que hacerla, ¿cómo no comentar fotos, mensajes o los estados de ánimo que muestran mis amigos en su muro? Lo interesante es hacerles saber que a pesar de la distancia o el no estar en contacto seguido – salidas, reuniones, cafés – se mantiene la comunicación comentando lo que muestran de su vida.

Comentar una foto es una tarea que la pueden hacer todos los contactos, siempre y cuando el dueño del perfil haya habilitado la vista de la misma a tal o cual persona. Por regla general quien comenta está relacionado de manera directa -por que estuvo en el evento por ejemplo- o de manera indirecta –porque no asisto al mismo pero sí estuvo invitado-. Los comentarios a parte de lograr lo que los criterios de relevancia buscan, relatan o complementan lo que las imágenes no pueden contar. Los comentarios

impregnan de sentido a las imágenes, y lo que es más interesante crean un sentido colectivo de lo que sucedió o pudo suceder en tal o cual evento.

El *estado* puede ser actualizado cuantas veces quiere el dueño del perfil, tal vez esta es la razón por la cual es la aplicación que más se usa por sus usuarios. *¿Qué estás pensando?* Es la pregunta que encabeza el cuadro del estado, y en tanto infinitas respuestas existen a ésta, infinitos son los estados que se puede encontrar entre los usuarios. Lo usual es colocar frases célebres o interesantes, fragmentos de poemas o canciones, frases que denotan estados de ánimo, situaciones personales o emoticones que expresen de manera rápida y bastante resumida lo que nos está pasando por la mente en ese momento.

Otro tipo de comentarios interesante son los que se hacen en idiomas que no son el materno del usuario, ellos develan el carácter deslocalizado de las redes sociales y los efectos de la globalización en sus usuarios. Por ejemplo el uso de la expresión anglosajona LOL (Laughing at loud) es muy usada al momento de actualizar un estado o comentar una foto o estado. El sentido de ella es claro para todos.

La frase dicha por Carolina *el mensaje llega a quien debe llegar*, da cuenta del nivel de eficacia que tiene la comunicación en este espacio virtual. Fotos, comentarios, y estados son todos estos públicos a los contactos, pero su significado no siempre será compartido por todos, sino solamente con aquellos a los que pueden validar los criterios de relevancia acerca de la situación o momento.

Pueden existir también mensajes que nadie entienda excepto el que lo escribe, generalmente estos mensajes se los publica con el objetivo de descargar o liberarse de algo que inquieta al usuario. O lo pueden codificar de alguna manera -escribiéndolo en un idioma que sabe que ninguno de sus contactos conoce- con el objetivo de hacerlo público pero que puede traerle consecuencias si lo comunica de manera explícita a todos sus contactos.

*No me gusta que se cuenten cosas que yo no quiero que las demás personas se enteren* dice Daniela. Las cosas que definitivamente no se publican tienen que ver con situaciones muy personales (secretos, problemas familiares, etc.) que en la vida real su lugar es el espacio íntimo/privado.

Dado el carácter público de esta red, los contenidos muchas veces no pueden ser controlados por sus usuarios. Una foto tuya en la que apareces con alguien que no quieres ser visto, o en una situación embarazosa o incomoda o hasta una foto que no te favorezca pueden ser publicadas, *taggeadas* y hasta comentadas por tus contactos. Al igual que en la vida real, debes cuidar de tu imagen frente a los otros y más aún cuando la potencialidad comunicativa de Facebook se pone en tu contra: *¡Hay fotos y fotos!* dice José.

Ahora bien, siempre existe la posibilidad de borrar la etiqueta o tag de una foto o borrar el comentario de tu muro si no deseas que la gente mire o se entere de algo. El estar siempre conectado te permite estar enterado de lo que pasa con los otros pero también de lo que los otros tienen que decir de ti.

#### **4.4. “Tu foto te delata”**

Podríamos dividir a las fotos que se publican en 2 grupos: las fotos de perfil y las fotos de los álbumes. *Las fotos de perfil* generalmente son fotos en las que el dueño aparece solo, que te favorece -en la que *apareces más bonito/a*- o la que dice mucho acerca de tu personalidad o de la manera en cómo quieres que los otros te vean. Esta foto es muy importante ya que aparte de favorecerte es la foto con la que te muestras a tus contactos y con la que posibles contactos van a poder reconocerte y agregarte a su red de amigos. Es práctica común que si conociste a alguien en una fiesta o reunión y hubo algún *feeling* enviar una solicitud de amistad a Facebook, ya sea porque te buscaron a través del Buscador de personas o por la aplicación de Amigos en Común.

Las temáticas más comunes de las *fotos de los álbumes* son farras o salidas con los amigos, instantáneas de nosotros mismos -tomadas con mi celular antes de una fiesta-, fotos que quieren decir algo de tu personalidad -mascotas, hobbies, tatuajes, automóviles, paisajes de viajes, fotos curiosas- y en menor cantidad fotos con la familia

La manera en cómo se organizan estos álbumes varían de persona a persona y pueden ser en orden cronológico -meses, estaciones, años- o por temas -festividades, cumpleaños, farras oficina, farras amigos, Just Me (instantáneas de nosotros mismos), móvil- fotos tomadas desde el celular -paseo familiar, paseo amigos, hijos, mascotas, etc.-.

Todas las fotos comparten una característica, todas quieren decir algo a los otros y no son publicadas arbitrariamente sino que son seleccionadas por el usuario ya que ellas cumplen con los *criterios de relevancia*. En estas fotos no es importante que los otros se muestren *bonitos/as* ante los demás, lo principal es que el usuarios se sienta conforme en como aparece él en la foto.

#### **4.5. “Juegos virtuales a un solo click”**

Facebook no sólo es utilizado para contactarse con amigos, ponerse al corriente de las últimas novedades y acontecimientos que pasan en la vida de los contactos, sino que también permite escuchar y compartir música, videos, chistes, frases y lo más interesante y atractivo para los usuarios son los bien llamados *juegos online*.

Los juegos parecen que tienen vida propia, con un solo clic el usuario tendrá un sin número de aplicaciones de estos para descargar y jugar. Además, cuando un juego es interesante y divertido se recomienda a los amigos descargarlo, razón por la cual existen varias experiencias de los usuarios con los juegos de la Internet.

Uno de los juegos más conocidos y jugados en Facebook, es *Farmville*. Con más de 60 millones de usuarios activos al mes. La plataforma virtual del juego, ha servido para la creación de otros.

*Farmville* fue uno de los juegos de Facebook que más acogida ha tenido por sus usuarios. Este se convirtió en uno de los mejores pasatiempos que encontraron los jóvenes para divertirse. Sin embargo con el paso del tiempo el juego se tornó aburrido y estresante. *El problema es que se vuelve monótono, todos los días son iguales* señala Jeny, los juegos en general tiene un pico de popularidad que va disminuyendo con el tiempo. Facebook tiene una constante oferta de juegos para sus usuarios a fin de que la monotonía no afecte el uso de esta aplicación.

Pero hasta eso todos estaban enviados en cultivar y producir en su granja -leche, arroz, maíz, etc.-. Las actividades cotidianas debían ser suspendidas inmediatamente para sentarse frente al computador y ver que había de nuevo en su pequeña granja, que con el paso del tiempo y según la dedicación que hayan tenido iba creciendo más y más. Para muchos despertase temprano o a la madrugada, incluso salir de clases para ver

como esta su granja no era novedad. La mayoría compartía la misma rutina con este juego. Pero bueno lo importante era no dejar morir nada, y producir.

La moda de este juego pasó así como llegó, y como dice Paola *me duro un mes, después me canse y lo deje*. Sofía añade con voz fuerte *¡te envías y luego te aburres, te estresa!*

*Farmville* no es el único juego en línea al que se tiene opción. Las alternativas de juegos son variadas solo depende de gustos y afinidades de los usuarios. Es así, que cuarenta, fútbol, restaurants, mascotas virtuales, etc. están siendo utilizados para la diversión de los jóvenes en estos tiempos.

#### **4.6. “Más aplicaciones”**

Otra opción disponible para los usuarios de Facebook tiene que ver con un grupo de aplicaciones interactivas que al igual que los juegos también involucran a otros usuarios y decir cosas de ellos o jugarlos y decir cosas de nosotros.

Badoo permite contestar respuesta a preguntas aleatorias de tus amigos y publicarlas en su muro. Lo interesante es que son preguntas graciosas o a veces personales (acerca de gustos, preferencias, etc.) de tus amigos. Para visualizar lo que los otros dijeron de ti debes jugar tú también a contestar preguntas de tus amigos.

Las más populares son las que se refieren a frases de personajes famosos, horóscopos, o personajes ficticios como *La vieja de mierda*. Esta aplicaciones despliegan una frase cada vez uno da click en ella. Las frases también pueden ser publicadas en el muro del usuario.

Todas ellas son usadas para actualizar o reforzar lo que el usuario puede estar viviendo en su vida en ese momento. Es otra manera de decir cosas de nosotros mismos o de otros y hacerlas públicas a nuestra red como en el caso de opción *¿qué estás pensando?*

#### **4.7. “Busquémosle un macho a la señora del kiosco”**

El formar parte de grupos ya sea porque se tenga afinidad a ellos o porque sean parte de nuestros gustos, intereses o preferencias personales es también una opción en Facebook al igual que lo hacemos en la vida offline.

Los grupos pueden ser variados y pueden ir desde temas relacionados con arte, música, lugares, o hasta el más chistoso (como el caso del grupo de “Busquémosle un macho a la señora del kiosco” es un grupo creado por los estudiantes de la PUCE Quito y que hace referencia a la señora que atiende uno de los kioscos ubicados afuera de la universidad y que es famosa por su mal humor. La mayoría de los estudiantes conocen de esto y se unen a este grupo que los identifica como estudiantes de la PUCE Quito. Gaby señala que su criterio para unirse a un grupo es *que te identifiques con el resto*.

Otros grupos populares son los relacionados con lugares (restaurantes, tiendas, bares, discotecas, etc.) a cuyas páginas se unen a fin de recibir las últimas noticias, descuentos, eventos, etc.

También se pueden crear grupos con temáticas actuales como es el caso del grupo *Feria del Jesús del Gran Poder* en fiestas de la ciudad de Quito, este grupo hacía referencia a las preferencias por las corridas de toros que se desarrollan en estas fiestas, también existían grupos en contra de esta práctica a los cuales uno podía sumarse.

#### **4.8. “Hay usuarios y usuarios”**

Los datos personales que se puede publicar en Facebook depende de cada usuario. Lo más común que encontramos en los perfiles es formación y empleo, arte y ocio, género, fecha de cumpleaños, dirección de correo electrónico, y lo que Soledad menciona como básico, *el nombre*. La dirección y número de teléfono del usuario aparece muy rara vez, muchos consideran peligroso revelar este tipo de información.

Un tema controvertido es la opción de mostrar tu situación sentimental, las opciones son un poco más variadas que las tradicionales: Soltero/a, en una relación, comprometido/a, casado/a, divorciado/a, viudo/a, es complicado y tiene una relación abierta. Para muchos esta información puede pasar desapercibida, y no porque sea poco relevante o porque no

se quiera o ame a la otra persona, la explicación para Juan radica *en que si terminas con esa persona todos se enteran, por eso yo no la pongo*. Para otros este tipo de información te limita el acceso de visitas y comentarios de tus amigos o amigas, no es lo mismo aparecer “soltero/a”. Se podría decir que la situación sentimental puede hacerte perder popularidad en tanto limita tu interacción con personas que quizás tengan otros intereses diferentes a la amistad. Estefanía menciona al respecto *depende de la otra persona también*, si los dos están de acuerdo porque no mostrar a los demás que están juntos. Gaby señala que *es denso poner tu situación sentimental en Facebook, si la pones es que la cosa va en serio*.

El acceso a otros perfiles se estimula con las noticias que aparecen en la página de inicio. Dependerá del interés o curiosidad del usuario para que esas noticias sea chequeadas o no. Los temas que más generan interés son cambio en situación sentimental, cambio de foto de perfil o fotos nuevas en álbumes, cambio de estado, comentarios de otros, adhesión a grupos o aplicaciones.

*Y ahora: “Asistiré, Tal vez, No”*

Facebook se ha vuelto más eficaz que el teléfono celular a la hora de convocar o contactar a alguien. Diana comenta que el celular se puede perder pero tu cuenta de Facebook no a menos que la cierres, *tarde o temprano tendrás que revisar tu Facebook*. Y Carlos agrega *todo es Facebook, porque ahí sabes quién va y quién no*.

El celular no ha perdido su actualidad en los jóvenes, aun es importante para la socialización, pero su uso ha cambiado en función de las redes sociales. Que el celular nos acompañe a todos lados ha permitido a los jóvenes estar al tanto de las noticias de la página a cada minuto y la posibilidad de interactuar en tiempo real con sus contactos. El 34% de los entrevistados afirman tener acceso a la Internet en sus celulares y casi todos ellos afirman estar conectados a Facebook las 24 horas. Andrea además señala que *no está por demás enviar un mensaje recordando la invitación* que ya se ha publicado en Facebook a fin de confirmar tanto la invitación como su asistencia al evento.

Muchos de los usuarios aceptan infinidad de invitaciones a las que muy probablemente no asistirán, pero aparecen ante los otros como poseedores de una *vida social súper chévere y activa* según Carlos.

## 4.9. Configuración de la privacidad

Otro tema presente en Facebook es la *Privacidad*. A diferencia de su antecesor HI5, esta red social busca mejorar las opciones de privacidad para sus usuarios. Todos concuerdan con que este sitio posee más herramientas que aumentan los estándares de privacidad de la información personal. A este respecto Juan señala *tengo restringido a los que no son mis amigos*, es decir, se procura restringir el acceso de la información a los contactos aceptados en la red de amigos y excluir a ellos que no están en su red.

Aunque si bien es cierto se procura tener un alto nivel de privacidad, todos los entrevistados están de acuerdo que es algo contradictorio ya que *en Facebook no tienes vida privada* según Paola. Hacemos pública nuestra vida privada, pero en nuestro círculo privado de amigos.

## CAPÍTULO V

### A MANERA DE CONCLUSIÓN

Las organizaciones inundan nuestras vidas. Por donde vayamos existen organizaciones y donde no las hay de seguro se están formando ya. Este carácter *organizacional* articula y dispone de todos los espacios, tanto privados como públicos, de la vida moderna. Las redes sociales no están exentas de esta lógica organizacional, y son ellas mismo un tipo de organización que articula los avances tecnológicos con los modos de socialización del hombre moderno. Este nuevo espacio se impregna del dinamismo propio de esta época, generando nuevas y variadas formas de interacción entre la tecnología y el hombre.

La deslocalización del vínculo entre tiempo y espacio otorga protagonismo a las comunidades virtuales. Las relaciones sociales se han desligado de sus contextos locales de interacción. Las comunidades no necesitan un espacio físico para existir; ni tampoco que el tiempo en el que ellas se desarrollan haga referencia al espacio físico donde sus usuarios viven o existen. En Facebook da lo mismo vivir en Madrid que en Quito, la página del usuario funcionará y tendrá las mismas características en ambas ciudades. La diferencia de horarios no será impedimento para la interacción, el tiempo que existe es el vivido en Facebook.

Así mismo, la configuración de la identidad juvenil ya no se adscribe localmente, sino que rebasa este espacio y se incrusta en lo global. Las nuevas identidades se apoyan en el uso de la tecnología –redes sociales- apropiándose de ellas, lo que les permite sostener y mantener distintas formas de comunicación, interacción, representaciones, relaciones y significados que construyen su identidad.

Ahora bien ellas no funcionan movidas por una mano invisible sino que su motor radica en la *confianza* de que hoy en día las relaciones sociales ya no son de carácter local sino mundial. Esta *mundialización* supone una complejidad mucho más grande que la de etapas anteriores a la modernidad y que conlleva al apareamiento de un grupo de expertos que detentaran el conocimiento especializado y en cuyas manos se depositará la confianza a fin de minimizar la incertidumbre ocasionada por estos cambios: en las manos de Mark Zuckerberg.

Los mecanismos de desenclave en el caso de Facebook—término utilizado por Giddens para explicar los cambios que se producen la modernidad- trascienden de los sistemas expertos a las manos de los jóvenes quienes se apropian de él. Esta es la razón por la que estos sistemas técnicos se vuelven cada vez más fáciles de ser usados por ellos.

La reflexividad también será parte fundamental de la confianza, el constante reflexionar acerca de la acción social posibilita dar un sentido a lo que sucede en el aquí y el ahora. Manejar la página de Facebook y ponerla al servicio de nuestras relaciones sociales (ahora globales) genera en nosotros un sentimiento de confianza porque de alguna manera este conocimiento nos hace dueños de nuestro destino en algo tan impredecible y complejo como el mundo social.

Como hemos anotado, la reflexividad se exterioriza en el cuerpo. Su control y mantenimiento es elemental para el sentimiento de seguridad. Los jóvenes construyen su rostro virtual básicamente a partir de la publicación de fotos y comentarios tanto en su perfil como en el perfil de otros. En estas acciones se interactúa con sus demás contactos en base a parámetros de conducta aceptados tácitamente por todos sus miembros. Estos parámetros al igual que en la vida *offline*, permiten a los jóvenes reactualizar el sentimiento de seguridad para continuar interactuando y construyendo su identidad en este espacio.

La página personal de Facebook es una suerte de diario donde se plasma la biografía particular del usuario. Crónica que está abierta al público, compuesto por sus contactos, y puede ser modificada a cada instante. La validez de lo publicado que forma parte de su rostro virtual tiene dos fuentes; el usuario y los otros con los que interactúa. Así, si un usuario publica una fotografía de algún acontecimiento en su muro, este será observado por sus contactos, pero si es comentado tendrá mayor peso y validez a los ojos de quienes lo miran. Cumplirá así con su cometido: lograr sostener ante los otros y ante sí mismo la forma de su rostro virtual online.

La identidad juvenil al interior de las redes sociales aparece como un proyecto de vida. Proyecto que como tal supera los límites del mundo social real y se expande, abarca y encuentra un nuevo espacio que le permite construirse y sostenerse *online*. Facebook es este nuevo espacio, en el que se plasman sentidos, emociones, preferencias —musicales, ocio, libros, etc.- tendencias, afinidades personales — amistad, familiar, de pareja, etc.- que se constituyen en la crónica o biografía del individuo de la que participa activamente.

El 32% del universo de usuarios de Facebook lo constituyen jóvenes de entre 18 a 24 años, siendo este segmento el más grande de todos. Pero no olvidemos que la edad como condición natural no es el único requisito para ser joven sino que existe otra dimensión que es la edad como condición social. Esta última ha habilitado a los jóvenes a formar parte de una red social como Facebook, es más pertenecer a Facebook se ha convertido hoy en uno de los distintivos propios de los jóvenes. Es claro que no es lo mismo Facebook para un joven que para un adulto, la importancia que tiene esta red en la vida cotidiana de los jóvenes como medio de apropiación simbólica, ordena y configura su mundo y estilo y forma de pensamiento y de ser.

Estas nuevas formas de interacción social no son iguales al de las generaciones pasadas pero al igual que en otras épocas los jóvenes se constituyen por su opuesto; los adultos. Los adultos aprendieron del mundo en gran parte por la televisión, radio, entre los más conocidos, a diferencia de los jóvenes que lo hacen mediante los medios de comunicación modernos, especialmente Facebook. La red construye procesos intersubjetivos de aceptación y exclusión entre sus miembros, *quien no está en Facebook no está en nada, quien no tiene Facebook no tiene amigos. Adicionalmente, quien no lo usa no estará al día con las novedades de su círculo de amigos*, citando palabras de los entrevistados.

El uso del ciberespacio significa para los jóvenes libertad de desplazarse por todos lados sin la presencia y control de los adultos. Pasar por tanto de un medio pasivo como la televisión a un medio interactivo como la red, es para ellos un nuevo proceso de creación de identidades.

Los jóvenes se apropian de lo pasado, lo presente y lo futuro como medio de sostenimiento de la identidad en este espacio posible que es lo virtual. Fotos o alusiones a eventos pasados, presentes (esto se acentúa con el uso de los celulares y el internet) y futuros (con la creación de eventos o comentarios en el estado de las personas). La identidad del mundo real se prolonga y se nutre en el ciberespacio.

Facebook permite a los jóvenes tener un espacio alejado de la mirada de los adultos, como muchos de nuestros entrevistados afirmaron: *mis papas no son parte de mi red de amigos*. Mientras los adultos por su parte se apropian del espacio real, los jóvenes por su lado se adueñan del espacio virtual apropiándose del conocimiento y utilización del mismo.

Ser parte de una red virtual - Facebook – permite a los jóvenes tener un espacio que sirve para el encuentro con sus pares –de esparcimiento, estudio, ocio, juegos, diversión y relaciones interpersonales, entre otros-. Los amigos juegan un papel importante en su vida cotidiana, pues estos, se convierten en referentes de cariño, apoyo, solidaridad, comunicación en momentos alegres y tristes. Por ejemplo, el uso de la opción *en que estás pensando*, permite escribir lo que el usuario siente en ese momento para que sus contactos lo conozcan, esta frase no solo pretende informar sino también generar la interacción con los otros usuarios mediante sus comentarios.

Los jóvenes cambian e innovan su página de Facebook constantemente, recreando su realidad, lo que les hace visibles ante los ojos de los demás, en otras palabras les permite *existir*. Además, el participar activamente y compartir intereses comunes como juegos, aplicaciones, música, libros, entre otros crea relaciones personales más íntimas basadas en la identificación.

En el marco de las redes sociales podemos diferenciar dos tipos de identidades. La primera, una identidad de grupo, en ella todos nos reconocemos como miembros de una comunidad virtual, y compartimos situaciones comunes y tenemos códigos internos que nos diferencian de otros. La segunda, una identidad individual, esto es, el rostro virtual del usuario que se forma a partir de la interacción, usos y sentimientos que los jóvenes comparten en Facebook.

Antes de que cada comentario o foto sea colgada en el muro, se puso en marcha el mecanismo de socialización de role taking, se colocan ahí los post a fin de generar una reacción en los otros o como una reacción misma a los post de otros. El rol taking se materializa en Facebook en dos vías: la primera, cuando un usuario publica (fotos, estados comentarios, links, música, etc.) es un gesto que el público significa y que reacciona (publicando comentarios, links, música, etc.) anticipa la reacción del público en base a la significación que ellos harán del gesto, el rol taking se materializa y el usuario aparece como intérprete de comportamiento de su público.

El Facebook en el contexto de la socialización podría ser visto como el otro generalizado, en él se norman las acciones de los individuos que son miembros. Y al igual que en la vida social cara a cara, las actitudes de los actores son calculadas en consideración con los gestos de otros de manera inconsciente. Que no se publiquen fotos de usuarios desnudos es algo que da cuenta de lo antes indicado. Ahora bien, esto no quiere decir

que Facebook ejerza control absoluto sobre las formas de actuar o que imposibilite que la persona pueda actuar por fuera o de manera distinta a él. Lo rescatable es que las interacciones mediadas con símbolos comunes, pueden ser ejecutadas con un uso distinto de ellos en cada interacción y esto es posible por la reacción de la persona hacia los grupos al interior de Facebook (círculo de contactos, grupos por afinidad a los que pertenece, etc.) o hacia el mismo Facebook en tanto comunidad social virtual.

El pensamiento humano no es el resultado de algo que la persona logra por sí misma, sino que es el resultado del dialogo con los otros y el otro generalizado. Nuestra identidad es definida en la interacción con los otros y como respuesta a lo que los otros quieren ver de nosotros. En este sentido adicionamos a nuestro concepto de identidad el hecho de que no solamente la identidad nace de una necesidad individual de plasmar nuestra biografía y trayectoria sino que también da cuenta de una exigencia social exterior de hacer visible a los ojos de los otros lo que somos individualmente hablando.

*¿Porque fascinan a los jóvenes Facebook?*

La fascinación que genera Facebook en los jóvenes no responde a un factor en particular sino que es el conjunto de varios factores. El más notable es la posibilidad de exponer ante los otros mi identidad. Esta identidad es móvil y variada en tanto permite readecuarse en la interacción con los otros y como respuesta a las exigencias del mundo exterior y del suyo propio. Esta identidad encuentra validez en la mirada del coro de voces que son sus contactos y frente a quienes él actúa y reacciona. Los jóvenes utilizan éste como medio para ser reconocidos socialmente. Y al ser este espacio público es ideal para conectarse, reconocerse y significarse con y ante sus contactos.

Otro punto importante es que Facebook permite expresar emociones y expresiones que muchas veces los jóvenes no lo dicen en la vida offline, *es más fácil escribirlo que decirlo*. El constante uso de Facebook genera interacciones al momento de postear palabras, frases, símbolos, videos, canciones, fotos, y también cuando estos son comentados o etiquetados por sus contactos. Otro tipo de interacción se produce al usar aplicaciones, frases, juegos, test, estados de ánimos, avatar, entre otros, nada pasará desapercibido para tus amigos de Facebook.

Algo que los jóvenes encuentran interesante es este espacio es que se ha vuelto en un símbolo de status ante los demás. El ser reconocidos como miembros activos de este

espacio es para la mayoría de los jóvenes condición de existencia en el espacio online – es cómo decir estoy vivo, esto lo que hago, y esto es lo que soy-. El perfil de cada usuario es la construcción de su ser, por lo que para los jóvenes éste refleja que tipo de persona soy, que gustos tengo, mis afinidades, mi grupo social, a que eventos asistiré, mi signo, mi cumpleaños, etc. Por tanto es el perfil el que permite construir y reconstruir una imagen pública y su identidad juvenil.

Facebook como práctica cultural ha encontrado en los jóvenes su segmento más importante hoy en día, ya que son ellos quienes se han venido reapropiando de la red – de sus significaciones, de su uso, de sus aplicaciones, y en general de todo lo que tiene que ver con ella-. Esta reapropiación no es del todo intencional ya que los jóvenes buscan un espacio propio en el que puedan estar lejos de la mirada de los adultos –como muchos de los participantes de los grupos focales señalaron *mis papas no son mis contactos*-.

Vale mencionar también que Facebook es un espacio de entretenimiento, ya que pone a disposición de los jóvenes juegos, aplicaciones, test, etc. que son mucho más atractivos para ellos que para los adultos. Y ni que hablar del poder de convocatoria que tiene cuando se decide realizar eventos o reuniones. Las llamadas de teléfono o los mensajes siguen siendo un medio para convocar, la diferencia es que Facebook es la primera opción y al hacerlo en él se asume el mensaje llega a todos aquellos que fueron convocados.

Un punto que consideramos importante de tratarse en el Facebook es el tema de las fotografías. Las fotografías son a la vez causa y motor de la fascinación. Su versatilidad y veracidad con respecto a lo que ellas quieren mostrar las coloca en un sitio predilecto de las aplicaciones que ofrece Facebook a sus usuarios. A su vez las convierte en el medio más eficaz para construir la identidad de los jóvenes.

La foto de perfil jamás anulara o podrá en riesgo la imagen o identidad creada frente a los otros. El uso de fotos de hijos pequeños es clara muestra de este tema, los niños pequeños no representan una amenaza a la autonomía de la identidad del usuario, son más bien concebidos como una extensión del yo (padre o madre) y son colocadas porque reafirman o hacen más sólida la identidad frente a los otros. Las fotos de personajes como artistas de cine, caricaturas o animales también tienen esta función, ellos

representan cosas significativas de la característica más relevante de la personalidad del usuario, al igual que los hijos enriquecerán o reforzaran su identidad.

El criterio de elección de la/s foto/s denominadas por nuestros entrevistados como en la que aparezco guapo/a o lindo/a se debe básicamente a una razón no enunciada pero si consiente en los usuarios de Facebook: las fotos que ahí se cuelgan son fotos destinadas al consumo público y no privado como se podría pensar. El álbum familiar estaba destinado a un tipo de observador privado, quien por lo general se trataba de una persona que tenía algún vínculo familiar o de afinidad con el dueño del álbum, las fotos en él eran fotos destinadas al consumo privado cuya intención era la de reforzar la identidad grupal/familiar antes que la identidad individual de alguno de esos miembros.

En Facebook el observador es anónimo, se observa en solitario y frente a sus ojos no se despliega la infancia u orígenes de los miembros de la familia, ante sus ojos aparecen una infinidad de identidades expuestas en la web que están organizadas por perfiles individuales. Martínez Casalé dice al respecto guardando memoria de lo acontecido, revivir los momentos pasados también es certificar que <se estuvo allí y se hizo eso> (Martínez Casalé, 2002, 175), es afirmación física de lo que vivimos y experimentamos.

Los cambios tecnológicos han modificado los procesos de socialización. Ahora no se convoca a la familia y amigos a mirar los álbumes en nuestros hogares sino que se los convoca a verlos en una red social, para el presente caso en Facebook.

La vida cotidiana se hace parte de la vida social del sujeto, y aparece a los ojos de los otros a manera de una narrativa virtual visible en la página de Facebook.

Todos estos momentos cotidianos son publicados en las páginas personales a manera de pequeñas historias cuyo carácter es efímero. El yo debe ser exhibido una y otra vez con la finalidad de construir y mantener vigente la identidad virtual de los usuarios.

La fotografía digital compuesta de bits se transmuta en huella de un tiempo vivido cuando es comentada y se etiquetan a las personas que allí aparecen. Al ser comentada la fotografía la narrativa, antes oral en el álbum familiar, se materializa en la breve descripción que el usuario coloca al pie de foto y la que en general incentiva los comentarios de sus contactos, el usuario y uno o varios de su contactos puede

interactuar y lograr así narrar la fotografía como se lo haría en una conversación en la sala de su hogar.

Adicionalmente al etiquetarlas, se identifican a él o las personas que forman parte de la historia que esa fotografía quiere contar. La etiqueta genera una notificación en el perfil del etiquetado lo que también estimula la interacción y la posterior referencia en su mismo perfil de la situación del que forma parte en la misma. La etiqueta funciona como un llamado a la persona etiquetada a que aporte con su narración a lo que la foto no puede decir por si sola. El álbum debe su existencia a una pulsión narrativa (Villar, 2006: 4), se puede decir que el principal cambio es que el fotógrafo hoy puede a través de las palabras enunciar lo que para él representa la imagen y destacar así los aspectos esenciales que construyen el significado de la misma.

Otro cambio interesante es que la mirada del álbum cambia. El álbum familiar apunta su mirada al pasado y en el encuentra el sustrato de la identidad familiar. El álbum virtual fija su mirada en el ahora y su principal objetivo no es el de recordar tiempos pasados sino comunicar sentidos en base a los cuales se construye la identidad individual.

Por todo lo antes mencionado Facebook se ha convertido en uno de los sitios más concurridos a nivel nacional, su dinamismo es para los jóvenes lo que les gusta y atrae, subir y bajar fotos, cambiar estados de ánimo, decir lo que están pensando, etiquetar fotos, conversar con sus amigos en chat, poner lo que quieran como información personal, etc.

## BIBLIOGRAFIA

### *Libros*

- ACEVEDO, A., MURILLO, T., ROJAS, M. y FRANCO, J.J. "Cambios identitarios en los púberes como resultado de su interacción social en línea", Campus Ciudad de México. (2008)
- ALPÍZAR, L., BERNAL, M. "La Construcción Social de las juventudes", Última década N°19, Cidpa Viña del Mar. (2003)
- AUGÉ, M. "Los "no lugares". Espacios del anonimato", España: Ediciones Gedisa. (1993).
- BALANDIER, G. "Poder y modernidad", Madrid, Jucar. (1988)
- BAUMAN, Z. "Modernity and Ambivalence", Cambridge, Polity Press. (1991)
- BAUMAN, Z. "Modernity and Ambivalence", Cambridge, Polity Press. (1991).
- BAUMAN, Z. "La sociedad individualizada", Madrid, Cátedra. (2001).
- BAUMAN, Z. "La cultura como praxis", Barcelona, Paidós. (2002).
- BAUMAN, Z. "Comunidad. En busca de seguridad en un mundo hostil", Madrid, Siglo XXI. (2003).
- BELL, D. "An Introduction to Cybercultures", London: Routledge. (2001)
- BERGER, P., y KELLNER, H. "Die Ehe und die Konstruktion der Wirklichkeit", Soziale Welt. (1965).
- BERGER, P., y KELLNER, H. "La reinterpretación de la sociología", Madrid, Espasa- Calpe. (1985).
- BERGER, P., y LUCKMANN, T. "Modernidad, pluralismo y crisis de sentido", Barcelona, Paidós. (1997).
- BERGER, P., BERGER, B. y KELLNER, H. "Un mundo sin hogar. Modernización y conciencia", Santander, Sal Terrae. (1979).
- BERGER, P. y LUCKMAN, T. "La construcción social de la realidad", Buenos Aires: Amorrortu. (1994).
- BLUMER, H. "El interaccionismo simbólico: Perspectiva y Método", Barcelona: Hora. (1982).
- BOURDIE, P. "La juventud no es más que una palabra. En Sociología y cultura", México: Grijalbo, Conaculta. (2002)
- BRITO, R. "Hacia una sociología de la juventud. Algunos elementos para la deconstrucción de un nuevo paradigma de la juventud", Chile. ISSN (1998).

- BUENO, G. "El mito de la cultura", Barcelona, Prensa Ibérica. (1996).
- CANCLINI, G. "Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización", México: Editorial Grijalbo (1995).
- CASTORIADIS, C. "El mundo fragmentado", Montevideo: Edit. Altamira (1993).
- CASTORIADIS, C. "La institución imaginaria de la sociedad". Vol. 1 y 2. Buenos Aires: Tusquest Editoriales. (1993).
- CASTRO, G. "Jóvenes: La identidad social y la construcción de la memoria", Valparaíso. Cidpa (2007)
- CISNEROS, L. "Los jóvenes, la investigación y la sociedad civil". (1998)
- COLLINS, R. "Theoretical Sociology", Orlando: Harcourt Brace Jovanovich. (1988).
- DWYER, C., HILTZ, S.R. & PASSERINI, K" Trust and privacy concern within social networking sites: A comparison of Facebook and MySpace", Addison-Wesley Publishing Company. USA. (2007).
- FAERNA, A. "Introducción a la teoría pragmatista del conocimiento", Madrid: Siglo Veintiuno Editores. (1996).
- FEIXA, C. "La habitación de los adolescentes". Papeles del CEIC. (2005).
- FERNBACK, J. "There Is a There There. En Jones, S. (Ed.). Doing Internet Research. Critical Issues and Methods for Examining the Net. Thousand Oaks, London & New Delhi: Sage. (1999).
- FERRI, P. "Comunità e comunità virtuale; due concetti a confronto" (1999).
- FLORES, M.J., GONZÁLEZ, K., OTWAY, K. y SALGADO, M "Facebook: construcción de identidades", Tecnológico de Monterrey, Campus Ciudad de México. (2008).
- GALINDO, J. "Cibercultura, ciberciudad, cibersociedad: hacia la construcción de mundos posibles en nuevas metáforas conceptuales. Estudios sobre las ciudades contemporáneas" (1998).
- GARFINKEL, H. "Estudios en Etnometodología", Barcelona: Anthropos. (1967).
- GARTON, L., Haythonthwaite, C. & Wellman, B. Studying On-Line Social Networks. En Jones, S. (Ed.). Doing Internet Research. Critical Issues and Methods for Examining the Net. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage. (1999).
- GAUNTLETT, D "Web.studies. Rewiring Media Studies for the Digital Age", London: Arnold. (2000).
- GIBSON, W. "Neuromancer", Ace Books. New York. (1984).

- GIDDENS, A. "Modernidad e Identidad del yo", Península/Ideas. Barcelona. (1991)
- GOFFMAN, E. "Internados. Ensayo sobre la situación social de los enfermos mentales", BuenosAires: Amorroutu (1961).
- HABERMAS, J. "Individuation through Socialization: On George Herbert Mead's Theory of Subjectivity. In Jürgen Habermas, Postmetaphysical Thinkings. Philosophical Essays (pp. 149–204). England: Massachussets Institute of Technology. (1992).
- HALL, S "Doing cultural studies: the story of the Sony Walkman", London: Open University. (1997).
- JAMESON, F. "Conflictos interdisciplinarios en la investigación sobre cultura", México: UAM-I, n° 5. (1993).
- JENKINS, H. Convergence Culture. Where Old Media and New Media Collide. New York: New York University Press. (2006)
- JONES, S. "Doing Internet Research. Critical Issues and Methods for Examining the Net. Thousand Oaks, London & New Delhi: Sage". (1999).
- KAPACKI, S. "Social Networking Sites: Why Teens Need Places like MySpace". Young Adult Library Services. (2007).
- KAVERI, G. "Adolescents on the Net: Internet Use and Well-being. Adolescences". (2007).
- LEIBNIZ, G. "Philosophical Writings", London, J.M. Denl & Sons. (1973).
- LEVY, P. "Cibercultura. La cultura de la sociedad digital", Barcelona: Anthropos. (2007).
- LOCKE, J. "Concerning on Hun'.iin Undemanding", London, George Routlodge. (1948).
- LÓPEZ, D., CASTILLO, R., BECERRIL, G. y REIMERS, M. "Usuario y productor: YouTube como instrumento de interacción social entre los alumnos universitarios del ITESM CCM", Proyecto de investigación. Tecnológico de Monterrey, Campus Ciudad de México. (2008)
- LYND, R. y LYND, H. "A Study in Modern American Culture, San Diego, Harvest" (1957).
- MARTÍNEZ, S. "La identidad como problema social y sociológico", Arbor. (2006).
- McCARTHY, C "ComScore: Facebook is beating MySpace worldwide", (2008).
- MEAD, G. "Espíritu, Persona y Sociedad desde el punto de vista del conductismo social", Buenos Aires: Paidós. (1934).

- MEAD, M. "Cultura y compromiso", Buenos Aires: Editorial Granica (1971).
- MOLINA, J. "Juventud y Tribus Urbanas", Viña del Mar: Cidpa (2000).
- PISANI, F. "Periodismo digital. Taller", Tecnológico de Monterrey, Campus Ciudad de México. (2008).
- REGUILLO, R. "Emergencias de Culturas Juveniles Estrategias del Desencanto", Buenos Aires: Norma (2000).
- REGUILLO, R. "Las culturas juveniles: un campo de estudio; breve agenda para la discusión", Brasil: Maio (2003).
- RHEINGOLD, H. "La comunidad virtual, una sociedad sin fronteras", Barcelona: Gedisa. (1996).
- RHEINGOLD, H. "Smart Mobs. The Next Social Revolution", Cambridge: Basic Books. (2002).
- RHEINGOLD, H. "The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier, New York: Harper Perennial. (1993).
- RIBES, X. "La Web 2.0. El valor de los metadatos y de la inteligencia colectiva", Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación, n. 73. (2007).
- RICAURTE, P., ORTEGA, E. "Facebook o los nuevos rostros de la socialidad", Departamento de Estudios Internacionales. México. (2009).
- SANCHEZ MEDINA, J; GOUDENA, P. y MARTINEZ, L. Interacciones entre iguales y socialización. Perspectivas culturales. En Mercedes Cubero y Juan Ramírez Garrido (comps.), (2005).
- SCOTT, J. & MARSHALL, G. Socialization. A Dictionary of Sociology. Oxford Reference Online. Oxford University Press. (2008).
- TIRADO, F. y GÁLVEZ, A. "Comunidades virtuales, ciborgs y redes sociotécnicas: nuevas formas para la interacción social". (2002).
- TUGENDHAT, E. "Identidad: personal, nacional y universal", Persona y Sociedad. (1996).
- TURKLE, S. "Cyberspace and Identity. Contemporary Sociology" (1999).
- UNDA, R. "Jóvenes y juventudes" (2010).
- VALENZUELA, J. "El futuro ya fue Socioantropología de los jóvenes en la modernidad", El Colegio de la Frontera Norte Casa Juan Pablos, México. (2009).
- VAUHINI, V. "Facebook Gets Help From Its Friends; Music, Horoscopes Help Boost Site's User Base; Will New Offerings Allow It to Catch". (2007).

- HAYTHORNTHWAITE, C. "Computer networks as social networks: Virtual community, computer-supported cooperative work and telework", Annual Review of Sociology. (1996).

*Páginas Web:*

- CARRETERO, Angel "El ciberespacio. ¿Un nicho imaginario para la juventud?", en: <http://www.cibersociedad.net/congres2006>. Acceso: 03/2011
- DWYER, Catherine. "Digital Relationships in the "MySpace" Generation: Results from a Qualitative Study", en: <http://www2.computer.org/portal/web/csdl/doi/10.1109/HICSS.2007.176> Acceso: 02/2011
- DWYER, Catherine, HILTZ, Starr, PASERRINI, Katia "Trust and Privacy: A Comparison of Facebook and MySpace, en: <http://csis.pace.edu/~dwyer/research/DwyerAMCIS2007.pdf> Acceso: 09/2010
- FEIXA, Carlos "Antropología de las edades" Biblioteca virtual de Ciencias Sociales, en: [www.cholonautas.edu.ec](http://www.cholonautas.edu.ec) Acceso: 04/2011
- FOX, Susannah "Privacy Implications of Fast, Mobile Internet Access", en: <http://www.pewinternet.org/Reports/2008/Privacy-Implications-of-Fast-Mobile-Internet-Access.aspx>. Acceso: 05/2011
- GALINDO, Luis "Cibercultura en la investigación. Intersubjetividad y producción de conocimiento" en <http://www.cibersociedad.net/textos/articulo.php?art=11> Acceso: 08/2010
- KLINKENBORG, Verlyn "A Secret Society of 30 Million. New York Times", en: <http://www.nytimes.com/2008/07/22/opinion/22tue4.html>. Acceso: 03/2011
- PEÑA, Adriana. "Usuarios de Internet en México y Uso de Nuevas Tecnologías", en: <http://robertoigarza.files.wordpress.com/2008/11/con-usuarios-de-internet-mexico-televisa-digital-2007.pdf>. Acceso: 03/2011
- TOMASINI, Marina "Un viejo pensador para resignificar una categoría psicosocial: George Mead y la socialización", en: <http://psicologiasocial.uab.es/athenea/index.php/atheneaDigital/article/view/668>. Acceso: 12/2010
- TREJO, José "Sociología de la juventud: breve estado de la cuestión", en: <http://ec.globedia.com/vilcabamba-valle-longevidad>, Vilcabamba, el valle de la longevidad. Acceso: 01/2011
- SUBRAHMANYAM, Kaveri, LIN, Gloria "Adolescents on the Net: Internet use and well-being, en: [http://findarticles.com/p/articles/mi\\_m2248/is\\_168\\_42/ai\\_n27483301/](http://findarticles.com/p/articles/mi_m2248/is_168_42/ai_n27483301/). Acceso: 12/2010

- SULER, John “Psychology of Cyberspace”, en:  
[www.rider.edu/users/suler/psycyber/psycyber.html](http://www.rider.edu/users/suler/psycyber/psycyber.html). Acceso: 10/2010.
- WHELAN, Debra “Teens Don’t Reveal Personal Info Online”, en:  
<http://www.schoollibraryjournal.com/article/CA6410494.html>. Acceso: 01/2011

*Revistas Electrónicas:*

- Alexa The web information Company, “Statistics Summary for facebook.com”, en:  
[http://www.alexa.com/site/ds/top\\_sites?cc=MX&ts\\_mode=country&lang=none](http://www.alexa.com/site/ds/top_sites?cc=MX&ts_mode=country&lang=none)  
Acceso: 05/2011 (2005)
- Internet World Stats, “World Internet Users and Population Stats”, en:  
<http://www.internetworldstats.com/stats.htm> Acceso: 03/2011 (2011)
- News Corporation, “MySpace outperforms all other social networking sites”, en:  
[http://www.newscorp.com/news/news\\_345.html](http://www.newscorp.com/news/news_345.html). Acceso: 08/2010 (2011)

## ANEXOS

### Encuesta: Investigación Facebook

*Instrucciones:* Solicitamos responder las siguientes preguntas de manera clara. La encuesta es anónima y los datos obtenidos a través de ella serán confidenciales para los fines de la investigación.

Preguntas:

1. ¿Cuánto tiempo al día le dedicas a Facebook?-

---

2. ¿Cuál es la antigüedad de tu cuenta de Facebook?

---

3. ¿Con que frecuencia actualizas tu perfil?

---

4. ¿Cuántos contactos tienes?

---

5. ¿Cuál es tu nivel de Privacidad?

---

6. ¿Has pensado cerrar tu cuenta de Facebook? ¿Por qué?

---

---

---

7. ¿Tienes acceso a Facebook en tu celular?

---

8. ¿Cuántas fotos tienes en tu página?

---

9. Las fotos de tu página ¿las acumulas o las reemplazar por otras?

---

10. ¿Convocas y eres convocado a eventos en Facebook?

---

**GRACIAS POR TU COLABORACION**

## Tabulación de Datos

	HORAS	AÑOS	MENSUAL	NO.	ALTO/MEDIO/BAJO	SI/NO	SI/NO	NO.	ACUMULA/REEMPLAZA	SI/NO			
	TIEMPO DIARIO	ANTIGÜEDAD CUENTA	FRECUENCIA ACTUALIZACION PERFIL	NUMERO DE CONTACTOS	NIVEL DE PRIVACIDAD	CERRAR CUENTA	MOTIVO	ACCESO CELULAR	NUMERO DE FOTOS	MANEJO FOTOS	CONVOCA	CONVOCADO	
GRUPO 1	1	2	2	1	250	BAJO	NO	SI	200	ACUMULA/REEMPLAZA	SI	SI	
	2	0,2	2	1	300	ALTO	SI	MUY PUBLICO CAUSA PROBLEMAS	NO	300	REEMPLAZA	NO	SI
	3	0,28	3	0	90	ALTO	SI	NO HAY MUCHO USO	NO	40	ACUMULA	SI	SI
	4	2	4	8	300	ALTO	NO		SI	150	ACUMULA	SI	SI
	5	2	2	15	500	MEDIO	NO		NO	30	ACUMULA	SI	SI
	6	2	3,5	0,2	500	ALTO	NO		NO	144	ACUMULA	SI	SI
GRUPO 2	7	3	2	28	741	ALTO	NO		NO	984	ACUMULA	SI	SI
	8	2	0,08	0	40	ALTO	SI	NO HAY MUCHO USO	NO	0	N/A	NO	NO
	9	4	4	28	989	ALTO	SI	DESCONECTARME DE TODO	SI	221	ACUMULA	SI	SI
	10	2	4	28	846	ALTO	SI		SI	188	ACUMULA	SI	SI
GRUPO 3	11	1	4	0,3	500	ALTO	NO		NO	60	ACUMULA	SI	SI
	12	7	6	1	250	ALTO	NO		SI	250	ACUMULA	SI	SI
	13	0,05	2	0,08	100	ALTO	SI	PRIVACIDAD	NO	30	ACUMULA	SI	SI
	14	0,4	2,5	1	150	BAJO	SI	ABURRIDO Y METODICO	NO	8	ACUMULA/REEMPLAZA	SI	SI
GRUPO 4	15	10	3	1	264	ALTO	NO		NO	300	REEMPLAZA	SI	SI
	16	0	2	0,08	400	ALTO	NO		NO	900	ACUMULA	SI	SI
	17	3	5	28	550	ALTO	SI	PROBLEMAS RELACION SENTIMENT	SI	900	ACUMULA	SI	SI
	18	16	3	0,25	400	ALTO	NO		NO	700	ACUMULA	SI	SI
GRUPO 5	19	2	10	15	168	ALTO	NO		SI	700	ACUMULA/REEMPLAZA	SI	SI
	20	0,2	0,5	2	118	ALTO	SI	ABURRIDO Y METODICO	NO	50	ACUMULA	SI	SI
	21	0,28	3	20	512	ALTO	NO		NO	200	ACUMULA	SI	SI
	22	2	2	20	265	ALTO	SI	PROBLEMAS RELACION SENTIMENT	SI	732	ACUMULA	SI	SI
	23	2	4	13	277	ALTO	NO		NO	128	ACUMULA	SI	SI
	23	2,76	3,20	9,17	370,00					313,70			

TIEMPO DEDICADO A FACEBOOK	HORAS
MAXIMO	16
PROMEDIO	2,76
MINIMO	0

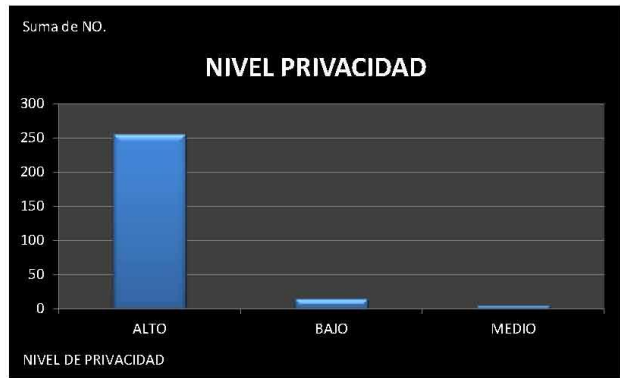
ANTIGÜEDAD DE LA CUENTA	AÑOS
MAXIMO	10
PROMEDIO	3,19
MINIMO	0,08

FRECUENCIA ACTUALIZACION PERFIL	MENSUAL
MAXIMO	28
PROMEDIO	9,17
MINIMO	0

NUMERO DE CONTACTOS	NO.
MAXIMO	989
PROMEDIO	370
MINIMO	40

NUMERO DE FOTOS	NO.
MAXIMO	984
PROMEDIO	313
MINIMO	0

Etiquetas de fila	Suma de NO.
ALTO	256
BAJO	15
MEDIO	5
<b>Total general</b>	<b>276</b>



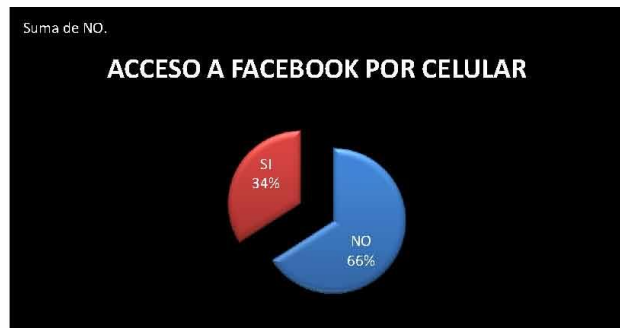
Etiquetas de fila	Suma de NO.
NO	158
SI	118
<b>Total general</b>	<b>276</b>



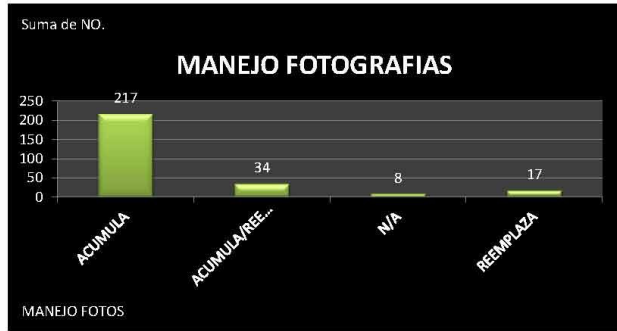
Etiquetas de fila	Suma de NO.
PROBLEMAS RELACION SENTIMENTAL	39
ABURRIDO Y METODICO	34
PRIVACIDAD	13
NO HAY MUCHO USO	11
DECONNECTARME DE TODO	9
MUY PUBLICO CAUSA PROBLEMAS	2
<b>Total general</b>	<b>108</b>



Etiquetas de fila	Suma de NO.
NO	182
SI	94
<b>Total general</b>	<b>276</b>



Etiquetas de fila	Suma de NO.
ACUMULA	217
ACUMULA/REEMPLAZA	34
N/A	8
REEMPLAZA	17
<b>Total general</b>	<b>276</b>



Etiquetas de fila	Suma de NO.
NO	10
SI	266
<b>Total general</b>	<b>276</b>



Etiquetas de fila	Suma de NO.
NO	8
SI	268
<b>Total general</b>	<b>276</b>



## **CD (entrevista grupos focales)**