

CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD DE LOS Y LAS JÓVENES EN LAS REDES VIRTUALES

Cielo Mar Guzmán Ortiz
Cindy Viviana León López
Derlys Vélez Díaz¹
Universidad Piloto de Colombia,
Bogotá - Colombia

Proyecto de investigación formativa
Asesorado por el PhD. Manuel
Roberto Escobar Cajamarca

RESUMEN

Recibido: Septiembre 11
Aprobado: Septiembre 25

Este trabajo se aproxima a describir y analizar la construcción de identidad de los y las jóvenes en las redes virtuales. Indaga por su manera de comunicarse, narrarse a sí mismos y representarse corporalmente. Es una investigación de corte cualitativo que acude a la etnografía virtual de una página en Facebook. Los participantes son jóvenes usuarios de la red, asumiendo la noción de juventud desde la perspectiva de construcción social. Se encontró cómo estos sujetos configuran una ciberidentidad, mediada por su inmersión en una cultura digital que modifica la forma social de relacionarse, donde los cibernautas pueden interactuar con otros usuarios a través de la creación de un avatar, construyendo lenguajes y comunicándose desde cualquier lugar.

Palabras claves:

identidad, redes sociales, jóvenes, virtualidad, interacción

Keywords:

identity, social networks, young people, virtual reality, interaction

ABSTRACT

This work is a good approach to the description and analysis of the young people's construction of identity in the virtual networks. It looks into the young people's way of communication, description of themselves and representation through their bodies. It has been a qualitative research that was based on the virtual ethnography from a page in Facebook. The research participants are young users of the Net, considering the idea of youth from the perspective of a social construct. It was drawn how these individuals create a cyberidentity related to their immersion in a digital culture that modifies their way of social interaction. There web surfers can interact each other by impersonating an avatar and creating languages to communicate each other from any place.



Universidad
Piloto de Colombia
UN ESPACIO PARA LA EVOLUCIÓN

Recuperada: Abril 17 de 2015,
tomada de: <http://www.freepik.com/>

¹ Estudiantes del programa de Psicología en la Universidad Piloto de Colombia, artículo científico con base en trabajo de grado, periodo I de 2014.

Introducción

La tecnología constituye un campo que ha estado en permanente evolución durante los últimos años, su prestigio se ha afianzado con internet; esta red es considerada uno de sus mayores desarrollos en el mundo, superando incluso otras creaciones como la telefonía, la radio y la televisión. Internet empezó como un medio de comunicación entre los militares, posteriormente se utilizó en los sistemas de las universidades y en la actualidad se ha popularizado tanto, que se usa cotidianamente para cualquier actividad. Su funcionalidad y practicidad han hecho que se extienda por todo el mundo, reevaluando nociones como el tiempo, la distancia y el lugar (Comisión Reguladora de Comunicaciones, 2000).

Actualmente, las cifras de uso de internet y acceso a las tecnologías se acercan cada vez más a cubrir 100% de la población colombiana, lo cual es posible gracias al mayor acceso, a la facilidad para adquirir ciertas tecnologías, la variedad en gamas de telefonía, equipos de cómputo y los paquetes de servicios que venden las compañías (Comisión Reguladora de Comunicaciones, 2012). En consecuencia, a la par con el señalado incremento en las cifras de acceso a tecnologías como celulares, computadores, *tablets* y otros, viene también un mayor uso de internet.

Tal fenómeno ha promovido la configuración de relaciones virtuales, las cuales se han multiplicado por las redes sociales ya existentes en la web y se reflejan en el gran número de sujetos agregados a las mismas. Estas redes sociales hacen posible chatear con una persona o un grupo, compartir imágenes o música, sugerir páginas y amistades, realizar video llamadas, jugar, etc.; dichas acciones son mediadas por notificaciones que pueden llegar a donde el usuario lo decida, ya sea a su correo electrónico o solo aparecer en su red social al momento de ingresar y por el tiempo que invierta en participar allí.

En la sociedad actual, el auge en el uso de las tecnologías, especialmente de internet, propicia que los usuarios interactúen en la red, además de hacerlo en forma presencial (Bringué y Sáda-ba, 2011; Rubio, 2010, citados por Sánchez, y Frutos, 2012). Se ha podido evidenciar que los usuarios emplean internet para concertar en-

cuentros físicos, traspasando así las relaciones entre ambientes y favoreciendo el intercambio de información. Asimismo, las comunicaciones *online* acercan a las personas a los datos que un usuario proporciona por medio de su perfil en la red social a la que se encuentra vinculado.

A través de la información publicada en las redes sociales, la gente se expresa las creencias y los gustos, por ejemplo, si está jugando el equipo de fútbol favorito de un usuario conectado a la red, este puede publicar instantáneamente el gol que anote o si alguna falta ocurre, mediante *muros*² llenos de signos de admiración, repetición de letras, imágenes, estados de biografía³ o emoticones⁴. Tales expresiones matizan las vivencias del día a día y facilitan la interacción con los amigos de la comunidad virtual, en dichas publicaciones los usuarios no escatiman el tipo de contenido que publican ni la forma en que lo abordan. Se puede ser directo, indirecto, satírico, entre variadas formas de opinar, diversificando así el manejo de la información. Al respecto, Sarriera, (2013) afirma que las nuevas tecnologías contemporáneas producen otros valores y favorecen la formación de otras identidades.

Del mismo modo, muchos usuarios utilizan las redes sociales para comunicarse con personas que no están cerca de su lugar de residencia, ya sean familiares o viejos amigos. Esta forma de interacción crea un nuevo lugar donde los sujetos se encuentran, dejando de ser un espacio pasajero de reunión, para convertirse en un lugar donde habitar (Valiente, 2004).

Lo señalado previamente, da pie para observar ciertos procesos que cambian en el sujeto a partir del uso de las tecnologías descritas y su participación en redes sociales. En ese sentido, vemos cómo pueden variar, por ejemplo, las maneras de pensar, actuar, sentir, comunicarse, verse, representarse, definirse, narrarse; donde los individuos, como un todo, se han transformado para adaptarse a los cambios que las nuevas épocas traen consigo, hablando en términos de interacción y cómo estas afectan su cotidianidad. Es por ello que la presente investigación busca aproximarse a la construcción de identidad de los y las jóvenes a través de la red social *Facebook*.



² Anteriormente, esta palabra fue utilizada para definir la herramienta para hacer una publicación, ahora se denomina biografía.

³ Opción que brinda Facebook para hacer explícita la emoción que está sintiendo el usuario, por ejemplo: feliz, cansado, molesto, entre otras.

⁴ Un emoticono (del acrónimo inglés *emoticon*) es una secuencia de caracteres ASCII que, en un principio, representaba una cara humana y expresaba alguna emoción.

Construcción de identidad juvenil

Este trabajo forma parte de un proyecto de investigación interesado en estudiar la construcción de identidad juvenil, entendida como la forma de representarse corporalmente, narrarse a sí mismo y comunicarse con otros. En la historia del ser humano, la identidad define el rol que este va a desempeñar en la sociedad, cómo va a ser reconocido, el tipo de amigos que va a tener, de trabajo, de pareja, de familia, en una palabra “quién va a ser”. Esto lleva a pensar en los procesos de construcción que rodean a ese sujeto emergente, sobre la base de considerar su interacción con otras personas como un aspecto principal para comprender esta cuestión, dado que es a partir de allí que se construye identidad. Hoy día, este proceso se ha visto influenciado por la tecnología y el internet, ya que estas favorecen el contacto con otras personas de diferentes maneras, pasando de establecer relaciones en el mundo físico a un ambiente virtual.

En consecuencia, este fenómeno instala la pregunta por saber qué pasa con la identidad de los y las jóvenes en el curso de estas nuevas formas de interacción. Por ende, concierne a la academia investigar cómo la identidad se configura en las redes virtuales, donde continuamente interactúan los sujetos y se construyen a sí mismos con diversas expresiones. Así, la situación a dilucidar es que en la virtualidad el sujeto tiene la opción de modificar, variar, reconfigurar, e incluso, saltar de una identidad a otra dependiendo de la interacción que esté llevando a cabo y el momento de su vida que transcurra.

A través de esta búsqueda pretendemos analizar la construcción de identidad que se gesta desde la virtualidad, en aras de aportar a un nuevo campo de investigación donde indagar aspectos de los sujetos que se configuran a partir del auge que tiene cada vez más internet. En ese sentido, nos preguntamos: ¿Cómo los y las jóvenes construyen su identidad a partir de la interacción en las redes sociales?

En la actualidad, la construcción de identidad se constituye como un tema crucial que implica pensar en los sucesos que subyacen en las interacciones de las personas, analizar cómo estas pueden generar procesos de cambio en la identidad a partir de su inmersión en la web, siendo este un debate propio y pertinente para la Psicología por sus aportes para el desarrollo y actualización de los conocimientos sobre los comportamientos del sujeto en el mundo virtual.

Esto da pie para adentrarnos en los nuevos escenarios que giran en torno a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), los cuales pueden generar cambios o transformaciones en el ser humano en distintos aspectos. Actualmente, si consideramos la importancia que tienen las redes sociales, las TIC se constituyen entonces como herramientas esenciales para la innovación y la creación de interacciones virtuales. A través de ellas es posible realizar un gran número de actividades cotidianas, pues ofrecen al usuario la posibilidad de acceder a variedad de contenidos de manera rápida y eficaz (Ruiz, Callejo, González y Fernández, 2004).

Es pertinente hablar de las nuevas comunicaciones virtuales para poder estudiar cómo se desarrollan estas interacciones entre los individuos. En ese sentido, es indispensable responder las siguientes preguntas: ¿cómo se construye la identidad en estos medios?, ¿cómo se construye la imagen del individuo?, ¿cómo se narran a sí mismos?, ¿de qué forma se comunican los usuarios en la red? Estos interrogantes son útiles para comprender la descripción que las personas hacen de sí, la representación gráfica que quieren mostrar y el autoconcepto que construyen; además deben considerarse sus intereses particulares, por ejemplo, ¿qué buscan detrás de la pantalla: amistad, compañía, sexo, juego, relaciones amorosas, contactos laborales?

De esta forma, la investigación busca relacionar el mundo virtual con la Psicología, en aras de estudiar áreas distintas a las tradicionalmente abordadas en la vida del ser humano –familiar, educativa, laboral y social–. Se propone que el psicólogo indague sobre las diversas relaciones que teje la persona en el campo virtual y sobre las diferentes actividades que puede o no realizar en este medio, presentando así este espacio como un lugar donde se vinculan los sujetos y en el que pueden surgir aspectos que afecten de manera directa o indirecta su vida o la de su familia en general. Siendo estas las razones que nos llevan a describir y analizar los modos de construcción de identidad de los y las jóvenes en las redes virtuales.

Estos son los objetivos que se pretenden lograr mediante un proceso investigativo enmarcado en la etnografía virtual de una página en *Facebook*, en la que efectuamos observación no participativa registrada en diarios de campo, para posteriormente triangularla y relacionarla con la teoría.



Construcción de identidad en los cibernautas

En Internet se están creando comunidades que utilizan la Red como medio de agregación. Comunidades virtuales entendidas como 'conjunto de personas que, intercambiando mensajes de correo electrónico, charlando simultáneamente o participando en juegos de rol, desarrollan lazos más o menos estables y duraderos fundados sobre intereses comunes'.

(Cipolla-Dell'Aquila, 1998, citado por Valiente, 2004; p. 138)

La identidad: entre significados y debates

La identidad es un concepto que para la Psicología se encuentra inmerso en distintos espacios que pueden o no generar cambios en la misma. Esto nos lleva a preguntarnos por las formas en que esta se construye y cómo se entiende; nos basamos en definiciones que apuntan a que las características deben establecerse y afirman que la identidad no se da de modo natural y predefinido, pues está mediada por la asociación que hace el sujeto de algo o a alguien a quien parecerse, y al tiempo diferenciarse de los demás. Una vez logra identificarse con ese alguien, se van modelando las semejanzas y diferencias con el otro (Almudena, 2002).

En este sentido, para la Psicología la identidad se refiere a las diferencias y semejanzas que hay entre un individuo y otro, ubicando la realidad en un contexto determinado donde se van aclarando preguntas existencialistas como: ¿Quién es? ¿Qué lo hace diferente a los demás? ¿Cuál es su destino? No menos cierto, al compartir con otros sujetos constantemente, se percibe cómo esta condición identitaria pasa de ser una noción estática y rígida que determina rasgos únicos en las personas, a ser un concepto que denota dinamismo, formas diversas de ser y de relacionarse (García, 1997).

La identidad no es estática, sino dinámica; se construye constantemente y se deja construir con el "otro". No se nace con una "forma de ser" de-

terminada, ya que esta se puede formar, moldear o adaptar dependiendo de las variables que acompañan al sujeto en su diario vivir. Dicho proceso se acentúa con las interacciones presentes en las redes virtuales, ya que estas influyen para que la persona haga variaciones, mostrando un posible *ser* que se articule en función de un *otro* (Larrain, 2003).

De esta forma, al asumir que la identidad hace parte de un proceso inmerso en la cultura y del rol que se construye a partir de ella, autores como Sampedro (2004), Citado por García, y Núñez, (2008) la clasifican, señalando que existen identidades individuales relacionadas con la trayectoria vital y que esta puede ser negociada mediante procesos interpersonales y mediáticos que se combinan con estilos de vida. Igualmente, existen identidades colectivas en las que pesa fundamentalmente la pertenencia a un grupo. La identidad se ve trastocada por los contextos, lo cual plantea una razón de peso para ahondar en los cambios que se generan en las personas en los espacios virtuales (Sampedro, 2004, citado por García y Núñez, 2008).

Es decir, como mencionamos antes, existe una identidad que no es fragmentada, sino que es más bien una "ciberidentidad" unificada que deja ver al sujeto a partir del conjunto de interacciones, modificaciones o reestructuraciones que hace de sí, como formas diversas y unificadas de ser (Kennedy, citado por García, y Núñez, 2008).

Juventud virtual

Estas nuevas formas de ser permiten pensar en una juventud virtual, como esa comunidad inmersa en una cotidianidad tecnológica, en la que sus vivencias están mediadas por las interacciones que realizan en internet sin importar su edad cronológica. Observamos de esta manera, la emergencia de una sociedad enmarcada en un contexto virtual, que desarrolla actividades dentro de sí misma y potencia relaciones para crear una nueva forma de juventud que se expresa y vive en el mundo digital.

De acuerdo con Margulis y Urresti (2008), la juventud no es solo un signo, ni se reduce a los

atributos "juveniles" de una clase, esta se presenta en diferentes modalidades según la incidencia de variables que dependen de la edad, generación, clase social, el marco institucional y el género. Para efectos de la presente investigación, la noción de juventud se encuentra mediada por múltiples factores como lo determina Barbero (2004), quien asume la juventud como una construcción que se da con el paso del tiempo, variando así la temporalidad en la cual se mueve la subjetividad del individuo y determinando los tiempos de cada biografía personal para luego enlazarlos con otras biografías y transformar momentos en la sociedad.



De esta forma, el perfil que un usuario crea en *Facebook* refleja la construcción de la vida propia y colectiva en el medio virtual, en aras de descubrirse a sí mismo. Todo este proceso implica la reintroducción de la ética y la moral como ejes principales en el contexto de una sociedad que implica asumir riesgos y donde

se requiere la subjetividad de unos individuos auto-referenciados y responsables de sus propias decisiones (Beck, 2002, citado por Muñoz y Muñoz, 2008). En este sentido, *Facebook* constituye una herramienta que opera de determinada forma para producir, reproducir y transformar sujetos.

Cultura digital: un nuevo mundo de significados para conocer la ciberidentidad

Estos jóvenes virtuales vivencian rasgos de una cultura naciente, una cultura digital donde, entre los jóvenes, el interés por la informática es un valor cultural masculino, mientras que las mujeres prefieren contenidos centrados en la estética, las relaciones, las causas sociales y las emociones (Rubio, 2010, citado por Sánchez y Frutos, 2012). Dichos gustos se materializan en acciones como la descarga de *software* (57,8 % de los chicos, frente a 12,3% de las chicas), o la inclinación que los varones muestran hacia contenidos considerados de riesgo para los menores, como los pornográficos (García, Gaona y Gómez, 2012).

La posibilidad que brindan los espacios virtuales para construir una identidad, concede a los usuarios una vía para representarse y narrarse a sí mismos. Allí pueden mostrar una identidad sustentada en sus intereses. Cabe señalar que en la diversidad de perfiles que pueden crearse en la web existe una constante: en el “mundo real” el sujeto no tiene que demostrar ante los demás la veracidad de su identidad para ser reconocido como tal (Salazar, 1999, citado por Guzmán, 2011). Entre tanto, la virtualidad si faculta al sujeto beneficiario de las redes sociales para que mediante su uso

cuenta con la posibilidad de liberar sus deseos y sus miedos expresándose libremente, bien sea porque puede dar cuenta de su personalidad o porque la difumina (Carrillo, 2007).

Los usuarios de internet no solo son autores de lo que escriben o de los mensajes que remiten, también son autores de sí mismos cuando construyen nuevas identidades a través de la interacción social virtual. Este intercambio social anónimo permite jugar con la personalidad y el aspecto físico (Caretta, 2000, citado por Valiente, 2004). Tales intercambios e interacciones son susceptibles de modificarse según el interés de cada usuario, manifestándose a través de las publicaciones que efectúan en el mundo virtual.

A esta discusión se suma Gergen (1992), quien considera que la sociedad está llena de muchos estímulos sociales que se sumergen en las identidades, y que estas empiezan a formarse por un yo que se satura de toda la información recibida. Con ello este autor muestra una preocupación por la cantidad de información e interacciones que los sujetos reciben, y cómo todas estas masas de datos configuran al sujeto hasta colmarlo.

Imagen y cuerpo: dentro de las representaciones virtuales

Dentro de la cultura digital, el cuerpo es percibido como un medio para llegar a algo o alguien; la preocupación por la imagen es cada vez mayor y las personas buscan identificarse con los estereotipos dominantes de belleza: ser delgadas o tener unas medidas específicas en el cuerpo (“90-60-90”), entre otros. Debido a esto, la mayoría de personas desean acomodarse al ideal socialmente establecido, al respecto, Le Breton (2002) Citado por Barbero (2004) señala que el cuerpo se convierte en un accesorio, el cual se modifica a antojo, donde se cambia el cuerpo para cambiar la vida. No obstante, las características corporales que en un momento determinado alguien desea alcanzar pueden ser solventadas en el mundo virtual, por la facilidad para crear o manejar un perfil a través de las interacciones del sujeto en internet.

En este sentido el cuerpo subyace como un imaginario que juega entre lo “público/privado,

interior/exterior, donde el cuerpo se *reconfigura*. El cuerpo transparente es una modificación que permite que el cuerpo sea construido como objeto de escrutinio por el propio sujeto en interacción con los aparatos en red” (Sarriera, 2013: p. 42). El cuerpo posee una ficción culturalmente operante, con los mismos rangos con los que la comunidad da sentido y valor a sus constituyentes, sus conductas, sus imaginarios, de manera cambiante y contradictoria, que transita de un lugar y de un tiempo a otro en la vida del ser humano. (Le Breton, 2002, citado por Barbero, 2004). Lo anterior, nos hace considerar el cuerpo como una construcción social, cultural y simbólica que no existe en un estado natural.

Estas perspectivas nos inducen a cuestionarnos acerca de los límites y procesos que asume el cuerpo en internet, y cómo ciertos aspectos alternos propician o regulan sus manifestaciones. Frente



a ello, Carrillo (2007: 352) afirma que “la problemática planteada por los límites del cuerpo y de la identidad, derivaron en el debate generado alrededor de las teorías sobre el ciborg”⁵. Hoy día, se incorporan tatuajes, *piercings* e implantes como maneras de expresar lo que quieren o sienten las personas. Sin embargo, esta no es la única manera de representación, pues se ha implementado la era virtual para crear un nuevo mundo digital, originando así la emergencia del *cuerpo virtual* o *cibercuerpo*. (Salazar, 1999, citado por Guzmán, 2011).

Estos modos de concebir y representar el cuerpo se extrapolan a la “realidad presencial” (el cuerpo en presencia física de un *otro*) para darlo a conocer y/o moldearlo, ya sea desde los estereotipos o en contraposición a estos, por medio de herramientas

como la fotografía. En ese sentido, la fotografía se convierte en una forma de representación individual (con conexiones colectivas claras), de lo que se deriva también una apuesta identitaria (García y Núñez, 2008).

El cibercuerpo alude a la modificación virtual que una persona puede hacerle a un personaje *online*, como cambiar de sexo, su color de piel, las facciones del rostro, su estatura y su ropa; cada avatar se acomoda para jugar virtualmente como representación del usuario, “su creador”. Es allí donde surge la noción de cuerpo virtual; este se da a conocer por medio de un *nickname* (nombre o apodo) que representa las características elegidas previamente por la persona al momento de chatear o crear un perfil en la red.

El avatar, usuario de las redes sociales

Al indagar por la opinión que tienen sobre el uso de las nuevas tecnologías, algunas personas señalan que estas son una buena herramienta en tanto no afecten las actividades propias de la vida cotidiana, como estudiar, hacer deporte, ir al cine, salir con los amigos o relacionarse con la familia. No obstante, el abuso de la tecnología provoca aislamiento, induce ansiedad, afecta la autoestima y le hace perder al sujeto su capacidad de control (Echeburú, 2010). Estos aspectos constituyen una dificultad para las formas en que se relacionan cotidianamente las personas y, en tal caso, habría que intervenir. Sin embargo, no pretendemos profundizar en esta cuestión, sino en los procesos de construcción de identidad que brinda la interacción en la web.

En este nuevo mundo virtual, los usuarios deben reformular su identidad y la idea de la propia pertenencia (Fabietti, 1999, citado por Valiente, 2004). En consecuencia, podemos inferir que hoy día es posible hablar de una “identidad virtual” creada o transformada a partir de las nuevas redes implementadas en el mercado como *Facebook*, *Twitter*, *Line* o *Instagram*. Por medio de estas herramientas, disponibles *online*, una persona puede adecuarse dependiendo de la demanda que haya detrás de una pantalla; si el otro usuario quiere chatear con un ser tierno y apasionado, este puede saciar su deseo y así ir trastocando su propia identidad (Guzmán, 2011).

Turkle (2001, citado por Valiente, 2004) considera las comunidades virtuales como una nueva forma de comunidad denominada “cibe-

respacio”, concepto muy utilizado hoy día en este campo. Valiente (2004) lo entiende como “la red” de interconexión mundial entre ordenadores que abarca volúmenes de información infinita; cuando las personas navegan por las redes virtuales alimentan este ciberespacio. Las relaciones sociales tejidas a diario en las redes virtuales configuran una “cibercultura”; esta se define como el conjunto de técnicas, tanto intelectuales como materiales, que hacen posible el surgimiento de una sociedad digital contemporánea en la cultura.

A los usuarios de las redes sociales se les puede llamar cibernéticos, por cuanto una de sus principales características está definida por lo instantáneo. En este espacio cibernético no es relevante el contacto físico, pues una comunicación netamente virtual produce mayor tranquilidad entre los dos cuerpos para que se expresen como les sea más cómodo; desde el instante en que los sujetos empiezan a experimentar la sensación de comunicarse con personas que están a kilómetros de distancia, el hecho de no esperar nada a cambio hace que liberen la tensión justamente por tratarse de alguien desconocido.

Las interacciones virtuales permiten a los usuarios llevar a cabo varios procesos sociales y asignarse una serie de cualidades. Al respecto, la comunicación digital que sugiere entonces el sujeto se relaciona de forma multirreferencial con su entorno, mediado por redes digitales. Este último se ha convertido en un espacio pluridimensional donde el sujeto se representa

⁵ Estas obras sobre las especulaciones de los ciborgs pueden consultarse en Gray, C.H. (1995). *The Ciborg Handbook*. Nueva York: Routledge.

con diversas identidades posibles. Aquí el sujeto debate su propia significación y la del otro (Sarriera, 2013).

Todos los aspectos que hemos incluido en esta categoría plantean el hecho de que en las redes virtuales, y el internet en general, se gesta una cultura que Carrillo (2007) denomina Cibercultura; esta se apoya en comportamientos, esquemas mentales y modos de identificación social que difieren en gran medida de aquellos que se dan en los modelos culturales habituales por fuera de la red, dado el inmenso ámbito que abarcan. Esta naciente cultura se alimenta de la construcción de ciberidentidades que matizan una nueva sociedad que trae consigo características propias de su cultura, como lo son las formas de narrarse y representarse.

Estas transformaciones permiten preguntarnos por lo ético y lo privado, si consideramos que las tecnologías y los espacios virtuales configuran unos mecanismos que juegan también en la construcción de identidad de los sujetos. Frente a ello, Callaghan y otros (2007), citados por Holoham, Chin, Callaghan y Mùhlan, (2011) afirman que dentro de la virtualidad

existe un sin número de temáticas que aluden al buen manejo de los nuevos espacios ofrecidos en un contexto global, entre las cuales se encuentra lo ético asociado con la privacidad. En ese orden, señalan la importancia de mantener datos directos, debido a que estos permiten la innovación para la toma de decisiones y las relaciones que se establecen entre proveedores, consumidores, gobierno y ciudadanía. En ese sentido, tales procesos se ponen en práctica mediante herramientas digitales de fácil uso para navegar y manipular los modelos; es la comunidad virtual quien recoge sus datos, los supervisa, procesa y distribuye. A estos procesos se les denomina micro-gobiernos.

De otra parte, es clave ampliar este marco a partir de un elemento relevante para la identidad como es reconocer que una de las formas que tiene la persona para interactuar y dar a conocer aspectos como: “quién soy”, “cómo me reconozco”, “desde dónde me posiciono” o “dentro de qué lugar me instalo”, se fundamenta a partir del discurso; en él y por él, el sujeto define y construye “el quién soy”, es decir, la narración de sí perteneciente a su identidad.

LA ETNOGRAFÍA COMO METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Tal como señalamos en el primer apartado, nuestro trabajo se enmarca en el paradigma de la investigación cualitativa. En ese sentido, para alcanzar el objetivo propuesto, es decir, entender cómo los jóvenes construyen su identidad a través de las interacciones que despliegan en la red social *Facebook*, efectuamos un trazado metodológico, el cual presentamos en este capítulo que se estructura con base en las actividades que exponemos a continuación.

Inicialmente, abordamos las características de la investigación cualitativa y describimos el proceso de la etnografía virtual; esta fue escogida como metodología de investigación por considerar su pertinencia de cara a las características de nuestro estudio. En segunda instancia, presentamos los instrumentos y procedimientos empleados para desarrollar el trabajo investigativo.

Dentro del enfoque cualitativo, optamos por indagar acerca de la ciberidentidad a partir de una herramienta que nos facilitará rastrear la información; por ende, acudimos a la etnografía virtual. Para efectos de este estudio, se sitúa particularmente en los y las jóvenes usuarios que interactúan en la red social *Facebook*, quienes divulgan información en la web abierta a todos los internautas, siendo un entorno que suscita la construcción de identidad.

En dicho espacio, se emplea la ejecución simultánea de códigos, íconos, grafismos, enlaces, a través de un cambio del discurrir lógico y lingüístico que se da en escenarios tradicionales (Canevacci, 2004). De este modo, se constituye como un tema innovador por su carácter de trabajo en el ambiente virtual, cuyo análisis se ve inmerso en la disparidad de criterios en torno a este método y a su forma de aplicación en la práctica. Al abordar este campo, la perspectiva teórica que fundamenta nuestra investigación es el “interaccionismo simbólico”, el cual se basa en la comprensión de la sociedad desde la comunicación –para el caso, en el ambiente virtual– entre sujetos que actúan sobre los objetos e interactúan con otras personas a partir de los significados que estos tienen para ellos (Blumer, citado por Pérez, 2000).

Por medio de este método, queremos lograr un acercamiento a los procesos de interacción de los jóvenes en la virtualidad, observando la comunicación como una herramienta encaminada a producir un cambio hacia una realidad “media génica”, es decir, que la realidad puede ser generadora de medios y al mismo tiempo generada por ellos (Canevacci, 2004).



Sobre las técnicas de investigación

Se realizó un seguimiento a la página F.A.C.E. de la red social *Facebook*, la cual funciona desde el 27 de febrero de 2010 en la web y cuenta con 5 026 552 seguidores. Dicha página permite una mayor participación de los usuarios que siguen las distintas publicaciones que se dan allí, lo cual nos abrió la posibilidad de contar con más elementos para el análisis objeto del proyecto de investigación. Esta vez empleamos como herramienta la observación no participante.

La etnografía virtual se llevó a cabo durante seis meses (entre septiembre de 2013 y febrero de 2014). En ese lapso de tiempo, entramos una vez al día a la mencionada página para revisar las publicaciones realizadas por su administrador, así como el estado de las publicaciones anteriores a partir de los comentarios efectuados por los usuarios en el muro de F.A.C.E., todo esto quedó registrado en el diario de campo.

A la hora de registrar la información observamos ciertos aspectos, como la cantidad de personas que daban “me gusta” a determinada publicación, cuántos la comentaban, la cantidad de usuarios que compartían dicho muro en sus perfiles o en el

de un amigo, la fecha de la publicación. Una vez hecho esto, procedimos a realizar en el diario de campo una descripción de lo que sucedía en los comentarios de las publicaciones.

Una vez terminado el diario de campo con la descripción de los seis meses de publicaciones en la página F.A.C.E., diseñamos una matriz de categorización compuesta por la imagen o vídeo publicado, los datos correspondientes al impacto generado por la página (me gusta, comentarios, compartidos, etc.), la categoría teórica vinculada con la información extractada y un análisis de la misma. Luego de este proceso de categorización, terminamos de condensar la información realizando una triangulación de la misma sobre una matriz que contuviera un análisis por categoría a nivel general.

Por último, con la información recabada procedimos a efectuar un análisis de los hallazgos para responder a los objetivos y preguntas formuladas por la investigación, es decir, dar cuenta del proceso de construcción de identidad de los jóvenes en las redes virtuales, y específicamente en *Facebook*, a partir de su relación con el marco teórico planteado.

¿CÓMO SE CONSTRUYE LA IDENTIDAD EN LOS CIBERNAUTAS?

Una vez nos aproximamos a comprender la construcción de la identidad de los y las jóvenes mediante sus interacciones en *Facebook*, se pudo evidenciar que en las distintas publicaciones realizadas por la página F.A.C.E., los cibernautas son quienes abordan las notificaciones representadas en imágenes, fotos, videos y co-

mentarios, las cuales contienen información importante para ellos como usuarios de la red. Esto da pie para que la comunicación varíe según el tema que se maneje y el tiempo que gaste en ello. En ese sentido, este capítulo se ocupa de presentar los hallazgos desglosados en tres ejes que planteamos a continuación.

La comunicación en *Facebook*

En el curso de la historia, la comunicación ha sido una herramienta fundamental para que el ser vivo se entienda con un *otro*. Hoy día, las redes sociales han magnificado las expresiones de las personas. Las redes digitales han fomentado un espacio pluridimensional donde es posible que el sujeto se represente con diversas identidades, en ellas el usuario debate su propio significado y el del otro. Todo esto se evidenció durante el proceso de investigación, y se apoya en los aportes de Sarriera (2013).

Los usuarios de redes virtuales usan temáticas con las que representan su identidad, manifiestan así sus gustos, aficiones, atributos o estereotipos. Los avatares en la red se muestran por medio

de imágenes que ratifican su diversidad, identidad, anonimato y neutralidad, en algunos casos.

La ciberidentidad de los usuarios se evidencia mediante una herramienta que le facilita rastrear información, acción que no siempre está ligada a sentimientos positivos por el otro. También pueden seguir minuciosamente a personas que no son de sus afectos para ver qué clase de publicaciones hacen y deducir así sus estados de ánimo. Por medio de una observación exhaustiva, es posible identificar sus formas de comunicarse y de mostrarse en la red.

Facebook es una red social virtual que permite a sus usuarios sentir libertad para expresarse e interactuar con sus amigos. Usualmente, para manifestar emociones o pensamientos, los usuarios utilizan “me-



⁶ Publicaciones de imágenes o dichos que se están popularizando actualmente.

mes”⁶ con los cuales se identifican; se etiquetan o etiquetan a los amigos que coinciden con determinada representación. No obstante, la libertad en la red a veces está mediada por el anonimato, los sujetos pueden refugiarse en alguien o algo que no son con la intención de ser libres y mostrarse de la forma en que quieran representarse en el mundo virtual.

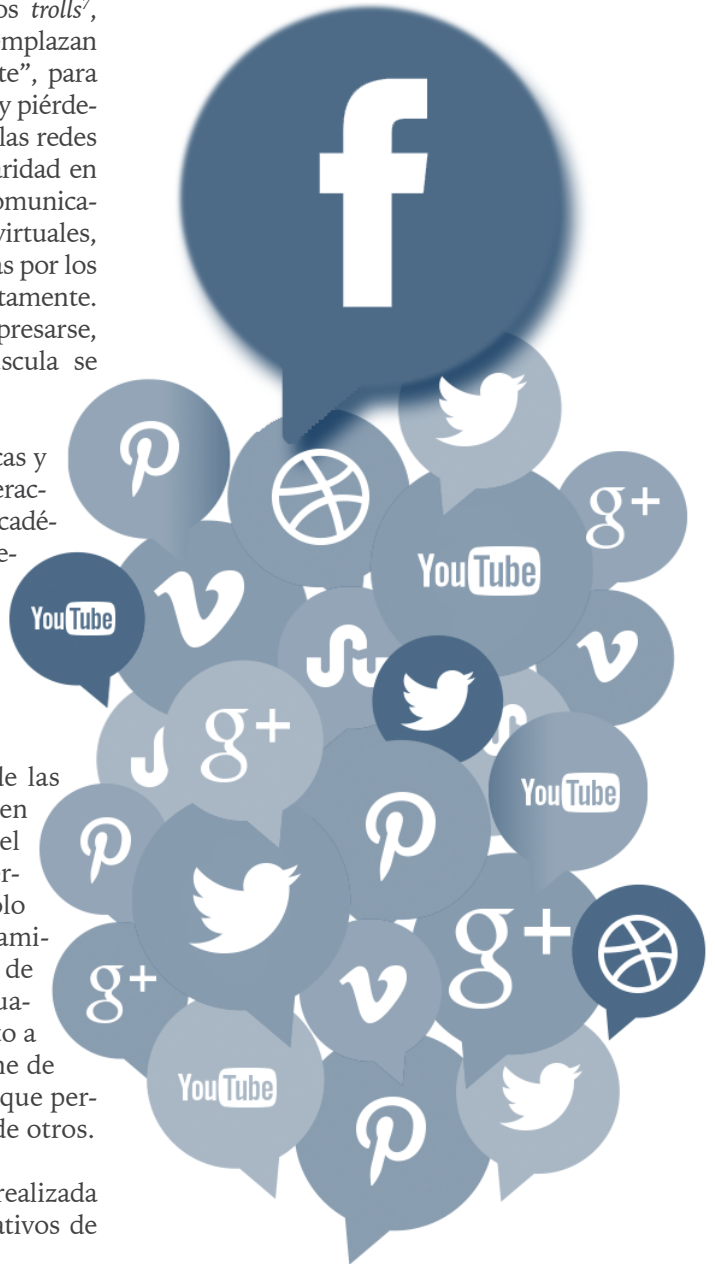
En las redes virtuales emerge un tipo de lenguaje particular, por ejemplo los memes, los *trolls*⁷, comentarios y dichos populares que reemplazan antiguos refranes (por ejemplo: “suprímete”, para aludir a lo que antes era: “pinta un bosque y piérdete”). En consecuencia, podemos decir que las redes sociales han abierto una brecha de popularidad en todos los ámbitos. Esta nueva forma de comunicación se ha configurado en los entornos virtuales, donde surgen reglas que no son establecidas por los usuarios de forma escrita, pero sí implícitamente. Tales reglas permiten reconocer cómo expresarse, por ejemplo, el hecho de escribir en mayúscula se asume como regaño, insulto o enfado.

Los usuarios abordan diferentes temáticas y con respecto a estas asumen formas de interacción diferenciales; si se trata de asuntos académicos toman una postura más seria y moderada; si son temas de informalidad como chismes, chistes o aventuras, se relajan al momento de comunicarse. Todo ello se refleja en la manera de escribir, donde no siempre aplican normas ortográficas.

En Facebook se completa el discurso de las publicaciones que hacen otros. Si alguien publica algo en su biografía, aunque el mensaje no sea explícito y no pueda determinarse la intención de ser publicado solo en internet, las personas que tiene como amigos podrán identificar más información de la que muestra, o saber por lo que ese usuario está pasando mediante un seguimiento a su perfil o biografía. Todo lo anterior pone de presente las claves del lenguaje en la red que permiten a alguien completar los mensajes de otros.

Asimismo, durante la observación realizada identificamos algunos procesos comunicativos de

los usuarios de la página F.A.C.E., con lo cual es posible apoyar los planteamientos de García, Gao-
na y Gómez, (2012), quienes afirman que internet es una herramienta para fomentar las relaciones interpersonales por medio de las redes virtuales, donde los jóvenes se pueden comunicar con un otro por medio de expresiones propias o replicadas a través de emociones que manifiestan estados sentimentales, preocupaciones, éxitos y triunfos.



⁷ Personas que cambian el sentido de las publicaciones originales para “sabotearlas”.



El joven virtual, al no ser asumido desde una perspectiva biológica, se convierte en un sujeto que puede abordarse a partir de diversas variables, sean estas generacionales, de clase social o culturales

De esta forma, la subjetividad del cibernauta se transforma y se determina por el tiempo “real” en el que su biografía se encuentre, para luego entrelazarse con las biografías de otros, quienes son sus amigos en la red social. Este acto de socialización y acomodación de los aspectos compartidos en la red conlleva la transformación de la sociedad en una comunidad digital.

En el mundo digital cada vez toma más fuerza la descarga e intercambio de información, y allí sobresale un aspecto particular, por cuanto los estereotipos de feminidad y masculinidad se afirman en los espacios virtuales. Tales estereotipos se evidencian en las temáticas abordadas por género, donde un mayor número de hombres manifiesta su gusto por los videos y la música, a diferencia de las mujeres, quienes se interesan más por las relaciones interpersonales y las causas sociales. La narración permite expresar sentimientos, pensamientos y emociones a partir de mensajes, notas o memes para el caso de Facebook, se toma como narración el contenido escrito.

Estas temáticas pueden plasmarse en la *biografía*⁸, lo que le permite a los usuarios recordar su historia y los momentos significativos de sus vidas. En consecuencia, es posible inferir que debido a la interacción en la red, los y las jóvenes se encuentran en un constante aprendizaje que lleva a la construcción y representación de su identidad, la cual está sujeta a ciertos componentes culturales dados en Facebook. La memoria puede construirse gracias a la recopilación de la información almacenada en cada biografía y esta constituye un medio análogo al diario personal que usan algunos jóvenes. Se deja así de lado el término “*diario personal*” para usar el de “diario público”, donde se describen vivencias, gustos y aspectos cotidianos, tanto del ámbito físico como del virtual.

De esta manera, los jóvenes han quitado el rótulo de lo privado y lo público debido a la mayor libertad brindada por las redes, y lo “secreto” se deja a un lado para volverse notorio, así todos sus amigos y conocidos se enteran de sus acciones diarias, y conversan u opinan al respecto. Gracias a

Facebook, los jóvenes se comunican, y no importa que “hablen bien o mal, pero que hablen de él”; también emerge la idea de atracción virtual manifiesta en la cantidad de “seguidores” que se tenga. El estatus de lo privado como “importante” se transforma en que “si es importante, deben saberlo sus amigos de Facebook”, lo cual es una acción válida dentro de ese contexto digital.

Asimismo, durante el proceso de observación no participante pudimos evidenciar cómo se traza una diferencia entre los estereotipos de hombres y mujeres, así como las formas en que estos marcan un punto medio entre ambos. En cuanto a las mujeres, ellas manifiestan su feminidad por medio de la delicadeza, marcando fuertemente los rasgos de belleza, moda y tendencias actuales; se representan como mujeres dulces, sexys y atractivas a través de postales y memos que las identifican. Algunas mujeres representan su feminidad a partir de publicaciones que manifiestan posturas particulares frente al sexo opuesto⁹, empleando el discurso de “no somos el sexo débil”, actividades deportivas extremas, música como el Metal o expresiones sobre lo “ton-tas” que son las mujeres delicadas.

La narración de sí empieza con la autopercepción, y la forma como el sujeto se ve y cómo los demás lo van a percibir. Los usuarios no realizan publicaciones negativas sobre ellos mismos, usualmente hacen comentarios elogiosos para reflejarse positivamente ante los demás, con seguridad y éxito. En la vida diaria se marcan los estereotipos trazados por la sociedad, como el hecho de que los hombres son grandes, fuertes y no expresan sus sentimientos, por ejemplo. Facebook ha cortado ese rótulo estándar de expresión, pues gracias a este medios muchos hombres se expresan con libertad, tal como son, hablan con sus amigos de manera dinámica y sin miedo a ser juzgados, no hay sesgo de sentimientos o el imperativo de demostrar siempre la virilidad que deben tener como hombres.

Los usuarios de esta red tienen consciencia de que siempre los demás esperan algo de ellos, ya sea bueno o malo, pero lo importante es suministrar información para que tengan de qué hablar. Aquí la popularidad juega un papel importante, pues entre más *likes* se obtengan por una publicación propia, más famoso se es y conseguirá un mayor número de seguidores. Aspectos de la vida que antes no eran relevantes han alcanzado mayor importancia, tal es el caso de

⁸ Formato de Facebook donde el usuario publica la información personal y sus vínculos con los demás usuarios o páginas.

⁹ Estas afirmaciones se asumen desde la perspectiva de estereotipos machista y feminista, no es una idea compartida por las autoras de la investigación.



la *ubicación*, pues *Facebook* permite publicar donde está la persona en un momento determinado; gracias a ello, los usuarios dan a conocer su ubicación en lugares que frecuentan, a menudo son sitios de mucho prestigio, como el restaurante

más caro, para despertar la envidia de otros y ganar más popularidad en la red. El ego juega un papel principal, donde la persona o usuario principalmente se resalta a sí mismo.

Imagen corporal en la virtualidad: el caso de Facebook

Los ideales de belleza son un componente que en *Facebook* se refuerza a partir de los estereotipos dominantes y de un mercado de consumo. En esta red, es usual toparse con publicaciones que expresan emociones o sentimientos experimentados por el usuario y que dejan ver la representación corporal que tiene de sí mismo.

En el análisis de F.A.C.E. constatamos que la belleza y el cuerpo se muestran mediante comentarios, publicaciones e imágenes que los usuarios divulgan para resaltar diferentes partes de su cuerpo, siguiendo estándares de belleza como tener un tipo de cabello en particular, un cuerpo esbelto, formas de vestir a la moda, entre otros, con el propósito de generar atracción en quienes las ven. Allí si importan los rasgos físicos enmarcados en la proporcionalidad, donde las poses, la escenografía, el fondo, las personas que lo rodean y los vestuarios, marcan la valoración otorgada por otros usuarios a su corporalidad.

En consecuencia, en esta red social es posible percibir diferencias de género. Por ejemplo, los hombres observados manifiestan una baja preocupación con respecto a la escenografía y muestran su preferencia por el modelo de cuerpo, el paisaje y actividades como paseos e imágenes que exponen su interacción con amigos. En muchas ocasiones, tienden a mostrarse neutrales frente comentarios y movimientos en la página. Lo anterior también se vincula a estereotipos de belleza, matizando su representación en busca de la armonía y la idea de “verse bien”.

De otra parte, las mujeres se preocupan más por mostrar –dentro de las normas de *Facebook*– un cuerpo deseable para ese tipo de público, detallando la proporcionalidad y la moda. Así se confirma la teoría de Sarriera (2013), quien sostiene que en el espacio virtual el cuerpo pasa a ser un objeto de escrutinio por parte de otros sujetos, apoyado en herramientas que proporcionan la globalización y el espacio virtual, como la fotografía que se encarga de dar a conocer e incluso moldear o alterar imágenes en busca de una mayor aceptación en la red social. Con ello se configura una trama de relaciones conformada a partir de la interacción de sujetos (Barbieri, 1990).

El cuerpo no solamente tiene que ver con los atributos de belleza, sino también con los accesorios que porta. Aspecto que la sociedad de consumo alimenta en términos de la forma en que se asume el estilo, es decir, lo que es “bello o agradable a la vista”. Sin embargo, hay una constante tensión entre una feminidad que se muestra *muy tierna* y una masculinidad *muy agresiva*, ante lo cual algunos usuarios se constituyen como agentes de resistencia frente a estos modelos de belleza y género. Autores como Rubín (1986, citado por Barbieri, 1990), comparte esta postura, pues afirma que siempre va a existir un interés por parte de los hombres en resaltar su masculinidad, mientras que las mujeres se enfocan en contenidos más estéticos debido a causas sociales y emocionales, ya sea en espacios físicos o virtuales.

Ciberidentidad

La identidad que construyen los y las jóvenes en la red social *Facebook* se expresa en la variedad de interacciones que tejen, permitiendo que aspectos individuales sustentados en sus procesos culturales y sociales se mantengan y sean representados en el espacio virtual. En dicho escenario, se muestra la esencia del ser articulada a ciertos componentes de las representaciones de otros usuarios, otorgándole un valor significativo. Ello implica una transformación de la identidad que busca llenar espacios en la construcción del ser o seguir modelos establecidos, ya sea por el tiempo o por movimientos sociales que trascienden.

Estos aspectos de una identidad transformada se soportan en los aportes de Larrain (2003), quien señala que la identidad no es estática, pues se da de manera dinámica a través de procesos contruidos socialmente mediante la interacción con un otro. Ese dinamismo se vive a diario en la red, pues allí los usuarios se construyen y reconstruyen día a día.

La construcción de la identidad como un proceso que no se da de manera natural y predefinida, sino como una mediación de la asociación que hace el sujeto sobre algo o alguien para identificarse con un personaje al copiar



patrones que moldean sus propias construcciones, referencia lo planteado por Almudena, (2002). Al respecto este teórico señala que hay una adaptación de semejanzas y diferencias cuando las personas construyen sus propios patrones para diferenciarse de los demás; en ese sentido, deben responder a preguntas existencialistas como: ¿Quién es? ¿Qué lo hace diferente a los demás? ¿Cuál es su destino? Estas cuestiones de adaptación y transformación son patentes en la red cuando la persona que inte-

ractúa con otro adapta su forma de ser a lo que demanda la cultura digital.

Por todo lo anterior, podemos hablar de la construcción de una ciberidentidad, donde las personas pueden mostrarse en diferentes escenarios y de maneras particulares cambiando de rol, el cual está mediado por diversos constructos instaurados por y en la cultura digital, dando cabida así a una cotidianidad virtual que construye sujetos con ciberidentidad.

CONCLUSIONES

La relación que existe entre la identidad del ser y la tecnología configura la ciberidentidad. Esta se construye en un ambiente virtual que se da de manera fluida y en donde se generan nuevas formas de identidad en el ser humano. Los usuarios de las redes sociales virtuales emplean parte de su tiempo en actividades lúdicas como videojuegos, caricaturas o la comunicación *online*; donde el usuario tiende a pasar la mayor parte de su tiempo y presta atención a las personas que interactúan en este mismo medio, siendo la internet la “brecha tecnológica” con un otro de un campo físico a uno virtual, recreando emociones, sentimientos y modos de comunicación, formando así una *ciberidentidad*.

Facebook y las redes sociales están cambiando los espacios virtuales, allí es posible encontrar a los ciudadanos en lo cotidiano, quienes en función de normas análogas o digitales modifican sus maneras de comunicarse y dialogar, transformando su actitud frente a lo que otros expresan en el día a día. En estos espacios se da por hecho que la monotonía no existe, pues en la red cada segundo hay miles de publicaciones que esperan ser comentadas, *likeadas*¹⁰ o compartidas. En consecuencia, un usuario de la red siempre estará involucrado con un otro en aras de narrarse y representarse.

Las redes sociales fomentan la sociedad de consumo o del espectáculo, en ellas el cuerpo se exhibe, la subjetividad renuncia a la intimidad y tiende a exponerse, pero siguiendo siempre las normas que el entorno le muestra. Son espacios que potencian el uso de tendencias en la moda: vestidos o accesorios, reforzando en las mujeres el estereotipo cultural de belleza. Sin embargo, también hay resistencias a la tecnología como agente que mantiene esos estereotipos.

Esta tecnología no es simplemente un medio para comunicarse, es un nuevo modo de cultu-

ra que se crea mediante variaciones en la construcción social del ser, donde quiera que esté, pues a partir de la interacción con otros es posible transformar la identidad del sujeto en una ciberidentidad. Los y las jóvenes entran en esa dinámica, le apuestan a un mundo virtual donde valores, sentimientos y costumbres varían en pro de construcciones novedosas. Las TIC van de la mano con el consumo, no obstante, emergen también resistencias frente a ello.

Algunos teóricos apoyan estas resistencias. Gergen (1992), por ejemplo, afirma que el sujeto se ha saturado de todo lo que el medio le proporciona en términos de información, lo cual nos lleva a preguntarnos como investigadoras interesadas en indagar por el fenómeno de la construcción de identidad en medios virtuales, si el multipluralismo de la internet conduce a que sus usuarios se saturen o, más bien, configuren nuevas culturas que posibiliten su adaptación al mundo digital naciente.

Con la intención de continuar la investigación en este campo, proponemos algunos ejes temáticos que abarcan cuestiones de importancia para la profundización del fenómeno. En primer lugar, sugerimos aplicar metodologías participativas para explorar y recabar información que aporte al análisis. Asimismo, considerar la posibilidad de crear una página innovadora para hacer el seguimiento a los contenidos publicados.

Por cuanto nuestro estudio se enfocó en las y los jóvenes, recomendamos indagar por la construcción de identidad que se da en poblaciones diferentes a la mencionada. En el desarrollo de la investigación, la red social Facebook fue asumida como una comunidad que se construye y fortalece a partir de su gran acogida en la sociedad. No obstante, Fabietti (1999, citado por Valiente, 2004) señala que una comunidad se representa



¹⁰ Es una opción de Facebook que permite decir a un usuario que le gusta una publicación de otro usuario.

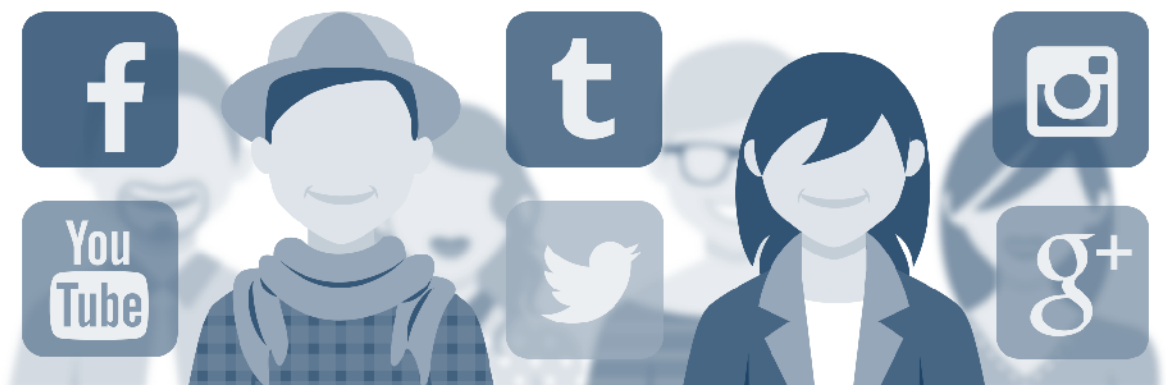
en la medida en que las personas que la conforman comparten lenguaje, religión e intereses.

Todo ello, lleva a determinar que el rótulo de comunidad otorgado a la red social no es el más

indicado, por cuanto sus usuarios comparten ciertas características e intereses que pueden llegar a ser diferentes, es decir, el interés de un internauta que hace parte de una red puede ser muy distinto al de otros usuarios adscritos a ese mismo espacio.

Referencias

- Almudena, H. (2002). *Arqueología de la identidad*. Madrid, España: Ediciones Akal. Recuperado de: http://books.google.es/books?id=GGI2HF48Gg8C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Barbieri, T. (1990). Sobre la categoría género: una introducción teórico-metodológica. *Revista Debates en Sociología*. 18, 145-169. Recuperado de: <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/debatesensociologia/article/view/6680>
- Barbero, J. (2004). Debate sobre el sujeto, perspectivas contemporáneas. Bogotá, Colombia: Siglo del Hombre editores.
- Canevacci, M. (2004). Etnografía web e identidades avatar. *Revista Nómadas*. 21, 138-151. Recuperado de: http://www.ucentral.edu.co/images/stories/iesco/revista_nomadas/21/nomadas_21_11_etnografia_massimo.pdf
- Carrillo, R. (2007). *Influencia de la estética en los objetos virtuales*. (344-370) Tesis. Filosofía. Universidad de Barcelona. España. Recuperado de: http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/2045/JRCS_TESIS.pdf?sequence=1
- Comisión Reguladora de Comunicaciones. (2000). *El sector de las telecomunicaciones en Colombia en la década de los 90's*. Colombia. Recuperado de: <http://www.crcm.gov.co/?idcategoria=62372&download=Y>
- Comisión Reguladora de Comunicaciones. (2012). Sector TIC: tendencias y hechos relevantes. *Reporte de Industria TIC*. Bogotá: Colombia. Recuperado de: <http://www.crcm.gov.co/?idcategoria=65126&download=Y>
- Echeburú, E. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en Jóvenes: un nuevo reto. *Revista Adicciones*. 22(2), 91-95. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=289122889001>
- García, A., Gaona, C. y Gómez, F. (2012). *Comunicación, ciberespacio y riesgo. Percepciones de los adolescentes españoles*. Ministerio de Ciencia e Innovación. Secretaría de Estado de Investigación. España. Recuperado de: http://www.ae-ic.org/tarragona2012/contents/comunicaciones_cd/ok/352.pdf
- García, A. y Núñez, S. (2008). Apuntes sobre la identidad virtual de género. *Revista feminismo/s*. 11, 41-58. Recuperado de: <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/8997>



Tomado de www.freepik.com

- García, M. (1997). El enfoque gnoseológico en la problemática de la identidad cultural. En *El cubano de hoy: un estudio psicosocial*. Habana, Cuba: Fundación Fernando Ortiz.
- Gergen, K. (1992). *El yo saturado: dilemas de identidad en el mundo contemporáneo*. Barcelona, España: Editorial Paidós Ibérica.
- Guzmán, W. (2011). *Realidades e identidades virtuales*. Tesis de grado. Corporación Universitaria Artes y letras, Bogotá, Colombia.
- Holoham, A., Chin, J., Callaghan, V. y Mùhlan, P. (2011). *The Handbook of Emergent Technologies in Social Research*. [El Manual de Tecnologías Emergentes de Investigación Social]. (pp. 647-666). New York, Division of Guilford Publications, Inc. Recuperado de: http://books.google.com.co/books?id=vbyxBkkjFeYC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbg_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Larrazin, J. (2003). El concepto de identidad. *Revista Famecos*. 21, 30-42. Recuperado de: <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/viewFile/348/279>
- Margulis, M. y Urresti, M. (2008). *La juventud es más que una palabra: ensayos sobre cultura y juventud*. (13-30). Argentina: Editorial Biblos Sociedad. Recuperado de: <http://books.google.com.co/books?id=cDr3LbGvBjYC&pg=PA13&dq=la+juventud+es+m%C3%A1s+que+una+palabra&hl=es&sa=X&ei=Z-WTUZb1A5H49gTi1IGYDQ&ved=0CC8Q6AEwAA#v=onepage&q&f=false>
- Muñoz, G. y Muñoz, D. (2008). La ciudadanía juvenil como ciudadanía cultural: una aproximación teórica desde los estudios culturales. *Revista Argentina de Sociología*. 11(6), 217- 236. Buenos Aires, Argentina. Recuperado de: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=s1669-32482008000200011&script=sci_arttext
- Pérez, J. (2000). *La construcción social de la realidad carcelaria*. Perú: Fondo Editorial 2000. Recuperado de: http://books.google.com.co/books?id=JzLJTxFqLuAC&printsec=frontcover&dq=la+construccion+social+de+la+realidad+carcelaria&hl=es-419&sa=X&ei=6M0IU6f_LI6NkAfPloGICA&ved=0CCwQ6wEwAA#v=onepage&q=la%20construccion%20social%20de%20la%20realidad%20carcelaria&f=false
- Ruiz, M., Callejo M., González., E. y Fernández, M. (2004). *Las TIC, un reto para nuevos aprendizajes. Usar información, comunicarse y utilizar recursos*. Madrid España, Narcea S.A de Ediciones. Recuperado de: http://books.google.com.co/books?id=P2DBgKWwP9oC&printsec=frontcover&dq=las+tic+en+la+educacion&hl=es-419&sa=X&ei=Ga5bU_GdIaq-sQTvgYHYCw&ved=0CD8Q6AEwAQ#v=onepage&q=las%20tic%20en%20la%20educacion&f=false
- Sánchez, M. y Frutos, B. (2012). ¿Marca el género la diferencia? Adolescentes en las redes sociales. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*. 92, 50-59. Madrid, España: Recuperado de: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3993805>
- Sarriera, H. (2013). El cuerpo del domus entre dos siglos desde el discurso tecno psicológico. *Revista Nómadas*. 38, 31-37. Bogotá, Colombia. http://www.ucentral.edu.co/images/stories/iesco/revista_nomadas/38/38_2f_el_cuerpo_del_domus.pdf
- Valiente, F. (2004). Comunidades virtuales en el ciberespacio. *Revista Doxa Comunicación*. 2, 137-150. Sao Pablo, Brasil: CEU Ediciones. Recuperado de: <http://www.doxacomunicacion.es/es/hemeroteca/articulos?id=108>

