



**UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA  
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN  
ESCUELA DE PSICOLOGÍA  
DEPARTAMENTO DE PSICOLOGÍA SOCIAL**

**LA CONSTRUCCIÓN DEL SÍ MISMO EN LOS JÓVENES A TRAVÉS DE LAS REDES  
SOCIALES DIGITALES**

**TUTOR  
JOSE FELIX SALAZAR**

**AUTOR  
GUSTAVO TORRES**

**CARACAS, FEBRERO DE 2012**



**Universidad Central de Venezuela**  
**Facultad de Humanidades y Educación**  
**Escuela de Psicología**  
**Departamento de Psicología Social**

**La construcción del sí mismo en los jóvenes a través de las redes sociales  
digitales**

(Trabajo de grado para optar al título de licenciado en Psicología Mención Social)

**Tutor:**  
**José Félix Salazar**

**Autor:**  
**Gustavo Torres**

**Caracas, Febrero de 2012**

**La construcción del sí mismo en los jóvenes a través de las redes sociales  
digitales**

**Torres, G.**

gustav1986@gmail.com

Esta investigación considera cómo se construye el *sí mismo* en los jóvenes usuarios de las redes sociales digitales. Se desea caracterizar las estrategias de presentación del *sí mismos* como parte de la gestión identitaria, concepto que ha sido trabajado por Goffman donde indica que éste es resultado de los encuentros sociales comprometido por los contactos cara a cara o mediatizados por otros participantes, y que hoy en día tendríamos que agregar que no sólo esta interacción se encuentra mediatizada por sujetos sino también por las redes sociales digitales. La noción de sí mismo es revisada desde el punto de vista de la microsociología y las implicaciones que tienen conceptos como identidad, persona, y sujeto, al momento de considerarlos en el contexto socio-tecnológico actual. Así mismo, se focaliza la mirada de la investigación a la estrecha relación que se ha establecido entre los nativos digitales, jóvenes que han crecido y naturalizado el uso de las tecnologías de comunicación e información, y las redes sociales digitales emergentes como Facebook y *blogs*.

*Palabras claves:* sí mismo, identidad, cultura juvenil, redes sociales digitales e interacción.

## **Agradecimientos**

Al profesor José Félix por ser un excelente tutor y amigo durante el proceso de investigación.

A Gustavo y Elizabeth por su apoyo familiar y emocional incondicional.

A la profesora Zahiry por sus acertados aportes y revisiones durante el anteproyecto.

A todos los participantes de los grupos focales y entrevistas que asistieron y brindaron su apoyo en las fases iniciales del proyecto.

A los usuarios de Facebook que participaron en las actividades en línea que organicé.

A María Isabel, Manú, María T, y Santiago por su amistad y colaboraciones oportunas.

A todos los estudiantes de Psicología que me acompañaron en esta tarea.

A Dios y a todos, muchas gracias.

## INDICE

	Pág.
INDICE	4
0. INTRODUCCIÓN	7
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
1.1 Asuntos preliminares: contexto y antecedentes	15
1.2 Ubicuidad y particularidad: Localizando el problema	23
2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	26
3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	30
Objetivo general	30
Objetivos específicos	30
4. MARCO REFERENCIAL	31
4.1 La globalización como contexto social y tecnológico del sí mismo	31
4.2 Las sociedades informatizadas	33
4.3 Internet y redes sociales digitales como medios (y modo) de comunicación masivas	36
4.3.1 El consumo como generador del sí mismo	38
4.4 Las TICs y su impacto en la concepción del sujeto actual	40
4.4.1 La saturación del yo	43
4.5 El Interaccionismo simbólico dentro de la microsociología	47
4.6 La conciencia del sí mismo (según Mead)	49
4.6.1 Sobre el sí mismo y la relación	52
4.6.2 La supuesta disolución del sí mismo en la postmodernidad	55
4.6.3 Sobre el concepto de persona	57
4.7 La interacción social en Goffman	60
4.8 La identidad no se agota en el <i>autoconcepto</i>	72
4.9 La construcción de la identidad y la <i>alteridad</i>	78
4.10 La <i>hiperrealidad</i> y el Facebook	80
4.11 Las funciones y posibilidades que ofrece la red social Facebook	81

4.12 Los contextos digitales, socio-culturales y el sí mismo: el <i>facebook status</i>	86
4.13 Las posibilidades en las redes sociales digitales. ¿Aumenta la sociabilidad entre los seres humanos?	89
5. MARCO METODOLÓGICO	92
5.1. Dispositivos de coproducción de datos	100
5.2. Población	101
5.3. Procedimiento de análisis de información	101
5.4. El Corpus	103
5.4.1. Características del corpus	105
5.5. Categorías de análisis	107
5.5.1. Categoría - Uso de recursos simbólicos y posibilidades de FB en la gestión identitaria de los usuarios	108
5.5.2. Categoría - Actos de Habla	109
5.5.2.1 Identificación de la fuerza ilocutiva de los actos de habla	110
5.5.3. Categoría roles comunicativos y posicionamientos sociales atribuidos	113
5.6 Consideraciones éticas	115
6. ANÁLISIS Y RESULTADOS	117
6.1. El uso de recursos simbólicos y posibilidades de FB en la gestión identitaria de los usuarios	121
6.2. Actos de habla y propósitos comunicativos de los enunciados	129
6.3 Análisis de los roles y posicionamientos atribuidos en los enunciados	136
6.3.1 Posicionamientos identitarios de los jóvenes usuarios (enunciarios) derivadas del análisis de los enunciados	139
7. DISCUSIÓN. UNA APROXIMACIÓN A LA CONSTRUCCIÓN IDENTITARIA Y LA PRESENTACIÓN DEL SÍ MISMO EN LAS RSD	148
7.1 La red social digital y el fortalecimiento de los vínculos entre los sujetos	151

7.2 Actividades políticas - El ciber activista	157
7.2.1 Convocador a eventos políticos	160
7.2.2 Denuncias y protestas al gobierno, instituciones u otras instancias de poder	162
7.2.3 Posicionamiento político – demostración directa u indirecta de la postura	166
7.3 La actualización de estado como medio para la reflexión, la crítica, la indignación y la resignación	168
7.3.1 El usuario reflexivo	169
7.3.2 La crítica: una vía de escape en las redes sociales digitales	174
7.3.3 La expresión de los indignados y resignados	177
7.3.4 Ofrecimiento/Petición de bienes o servicios – El vendedor, dador, o solicitante de bienes o servicios	178
8. CONCLUSIONES	180
BIBLIOGRAFÍA	186
APÉNDICES	
Apéndice i: Elementos simbólicos y funcionalidades que han producido y usado los usuarios en la red social digital.	III
Apéndice ii: Entrevista a profundidad sobre la construcción de identidades a través de las TICs.	VIII
LISTA DE CUADROS	
	Pág.
Cuadro 1. Resumen de datos de identificación de los enunciados del corpus de la investigación	106
Cuadro 2. Usos de los enunciados	119
Cuadro 3. Temas de los enunciados	120

Cuadro 4. Frecuencia de usos de las herramientas y posibilidades del FB	122
Cuadro 5: Recursos y estrategias utilizadas en la gestión identitaria de los jóvenes usuarios de FB	125
Cuadro 6: Enunciados seleccionados para analizar los actos de habla y propósitos comunicativos.	129
Cuadro 7: Resumen de datos de identificación, usos y temas de las unidades de información pertenecientes al corpus de investigación	132
Cuadro 8: Enunciados y su correspondencia con los actos de habla analizados	134
Cuadro 9: Construcción del Rol del Yo y posicionamientos del Tú (el otro)	137
Cuadro 10: Enunciados e implicaciones identitarias con la identidad del enunciatario	141
Cuadro 11: Huellas semióticas que permiten identificar al enunciatario	145

## 0. Introducción

Las ciencias sociales y la psicología social se encuentran con el gran reto de explicar como el individuo y la sociedad están relacionados, así como generar explicaciones y descripciones plausibles pero no definitivas acerca de la realidad social o al menos una parte de ella. Hoy en día las culturas del mundo se ven empujadas a un contacto cada vez mayor entre sí, promovidas por los procesos de globalización, el avance y accesibilidad de las tecnologías de información y comunicación (TICs) y las redes sociales digitales como medios de comunicación emergentes, en conjunto promueven diversos procesos sociales, gracias a la ubicuidad, sincronidad e instantaneidad que poseen estos medios y que facilitan las relaciones entre los sujetos que participan en las redes sociales digitales. Es entonces, desde el carácter relacional de la identidad, de donde partimos para iniciar esta investigación.

Cuando pensamos en las concepciones sobre el individuo, incluyendo aquello que consideramos que es la *sustancia* y el *contenido* de las mentes individuales, se derivan del proceso social, el carácter relacional de lo que somos no debe ser subestimado. Desde nuestro posicionamiento, la relacionalidad precede a la individualidad. Como indica Gergen (1996) el reto construccionista, por consiguiente, es moldear una realidad de cualidad relacional, inteligibilidades lingüísticas y prácticas asociadas que ofrezcan una nueva potencialidad a la vida cultural. Esto es en contraposición a la posición individualista que ha caracterizado gran parte de la psicología, sin embargo hemos decidido como Gergen, rescatar la cualidad relacional del individuo, la intersubjetividad, los discursos que construyen al individuo, es decir a *sí mismo*.

En el mundo actual diversos dispositivos tecnológicos, como los sistemas de redes sociales digitales como Facebook, catalizan fenómenos sociales y culturales a nivel global, la ciencia y, en particular, las ciencias sociales y la psicología social no podrían estar ajenas a esta “revolución”. Ya hay en el mundo algunas iniciativas en torno a la *e-Social Science*<sup>1</sup> y se están llevando a cabo las primeras investigaciones en

---

<sup>1</sup> La noción de *e-social science* es un término usado para describir los esfuerzos y colaboraciones que realizan los científicos computacionales y los científicos sociales.

*Etnografía Virtual*, para explorar el nuevo mundo que se avizora. Las nuevas tecnologías están transformando las ciencias sociales tanto en sus fundamentos epistemológicos, como en el proceso mismo de creación, gestión, difusión y evaluación de nuevo conocimiento (Cuadra, 2010).

Esta investigación se propone caracterizar las estrategias y recursos simbólicos usados para la presentación del sí mismo de un grupo de jóvenes usuarios de redes sociales digitales, considerando estas estrategias como parte de la gestión identitaria de los sujetos en la construcción de su identidad. Se hace necesario revisar los aportes teóricos sobre la identidad, el sí mismo, la alteridad, y el concepto de yo. Considerando este último, como un yo *relacional*, se descartan las explicaciones que consideran las relaciones como intercambios de individuos autónomos ni como manifestaciones del todo (Gergen, 1996). El concepto de *interdependencia intersubjetiva* aparece como una posibilidad para aproximarnos a los conceptos de individuo, identidad y sí mismo.

La obra de Mead (1934) representa una de las principales contribuciones y antecedentes a este enfoque, ya que postula por primera vez que los seres humanos pueden coordinar instintivamente sus acciones. A medida que el desarrollo avanza, sin embargo, adquieren la capacidad de la autorreflexión: la conciencia de sí mismos y de los efectos de sus acciones. La autoconciencia, a su vez se ve influida a adoptar el punto de vista del otro respecto al yo. Por consiguiente, la concepción del yo que tiene uno y las acciones de uno mismo son esencialmente dependientes de la actitudes y de las acciones de los otros; no hay ningún yo ni acción significativa sin dependencia (Gergen, 1996). Consideramos a las redes sociales digitales como contexto y espacio social dentro del cual se observa esta relacionalidad e interdependencia que caracteriza a la construcción y gestión identitaria y las estrategias de presentación de sí mismo en los jóvenes usuarios de estas plataformas.

En esta investigación se ha estudiado el comportamiento digital de los jóvenes usuarios en la plataforma Facebook, expresado a través de diversas acciones que están simbólicamente preestructuradas por las funciones y posibilidades que caracterizan a esta plataforma. Estas tomas de datos y acciones a analizar bajo la luz del análisis del

discurso pero con un acercamiento *ciberetnográfico*<sup>2</sup>. El análisis de discurso, a partir del corpus investigativo, nos permitió inferir las actuaciones y actividades que realizaban los individuos. Esta identificación de huellas semióticas y el análisis de los actos de habla, permitió conocer los roles y posicionamientos asumidos por los usuarios y generar categorías de las cuales derivaron las estrategias de presentación de sí mismo que resultaron de esta indagación. Como indica Gergen (1996) las concepciones del yo y de los otros se derivan de las *pautas de relación*, a la vez que son sostenidas por estas pautas. Por este motivo, nos enfocamos en conocer y analizar las relaciones establecidas en esta red a través del análisis de los discursos expresados. Es a través de la coordinación relacional, que nace el lenguaje, y es a través del lenguaje, que adquirimos la capacidad de hacernos inteligibles. La relación sustituye al individuo como unidad fundamental de la vida social.

La investigación que se presenta a continuación posee la siguiente estructura. En los capítulos 1 y 2, se desarrollan el área problemática y se plantea el problema de investigación respectivamente. En este primer capítulo se describe el contexto social y tecnológico actual y cómo las nuevas tecnologías y la globalización están afectando la manera en que los sujetos construyen su identidad, se relacionan y se presentan ellos mismos frente a los otros, seguidamente se presentan estadísticas que demuestran la penetración del acceso a internet a través de dispositivos móviles y de usuarios de redes sociales digitales, así como las bases teóricas microsociológicas Simmel (1908) , Mead (1934) Goffman (1959), y metodológicas sobre la ciberetnografía Hine (2004) y el análisis de discurso Shotter (1989) y Potter y Whetherell (1987) y por último las otras investigaciones que se han realizado respecto a los jóvenes, identidad y las redes

---

<sup>2</sup> El acercamiento *ciberetnográfico* hace referencia a que la etnografía enfrenta actualmente nuevos retos en un mundo globalizado definido por la sociedad de la información y por los espacios deslocalizados, entre ellos, el ciberespacio. Con la volatilización del concepto clásico del espacio sociocultural, directamente vinculado al espacio físico entendido como un territorio acotado, geográficamente limitado, el trabajo de campo etnográfico está pasando, desde hace más de una década, por una reconceptualización que haga posible su aplicación a nuevos entornos, desde las empresas multinacionales, hasta Internet. En Ruiz Torres, M. A (2006). *Ciberetnografía: Comunidad y Territorio en el entorno virtual. La mediación tecnológica en la práctica etnográfica*, (5). Consultado el 10 de diciembre de 2011 en <http://hedatuz.euskomedia.org/5225/1/05117132.pdf>

sociales.

Posteriormente se plantean los objetivos de investigación en el capítulo 3, y en el capítulo 4 se presenta el marco referencial donde se describe el contexto que caracteriza a la sociedad de la información con las ideas de Lyotard y Baumann, la globalización y las nuevas tecnologías. Seguidamente se desarrolla el abordaje teórico y microsociológico (Goffman), se desarrollan las ideas sobre la identidad desde el construccionismo social de Berger y Luckmann, así como la vida cotidiana y la alteridad. Para cerrar el apartado con varios segmentos dedicados a describir las funcionalidades y posibilidades de las redes sociales digitales que serán analizadas en las siguientes secciones.

En el capítulo 5 se desarrolla el marco metodológico, donde se describen las herramientas metodológicas que fueron usadas para la coproducción de datos, y el análisis del corpus, se caracteriza a el corpus de investigación y a la población que se investigó, en el capítulo 6 se empieza la labor analítica infiriendo los usos y actividades, y roles y posicionamientos implicados, labor la cual derivará en las categorías en el capítulo 7, el cual es un apartado dedicado a proponer una aproximación a la construcción identitaria y la presentación del sí mismo en las redes sociales digitales, considerándolo como los resultados investigativos obtenidos.

## 1. Planteamiento del problema

La definición de la identidad para los seres humanos nunca había sido tan compleja, variada, y fragmentada como lo es hoy en día. Esto es así debido a los vertiginosos cambios que la sociedad ha sufrido por la penetración de las nuevas tecnologías de información y comunicación (TICs) en la vida cotidiana, que ha afectado, afectan y afectarán el contexto social dentro del cual se define y construye la identidad de los sujetos, especialmente los jóvenes. En este contexto social en emergencia las innovaciones tecnológicas están afectando las formas como los actores sociales hacen referencia a si mismos y a otros debido a una complejización de la vida cotidiana asociada a la gran cantidad de interacciones posibles, así como a la multiplicidad y sincronidad de roles posicionamientos que se den y pueden asumir, dentro de dimensiones de espacio temporales no lineales, que terminan fragmentando la construcción identitaria y sus anclajes tradicionales

Este nuevo “contexto” social produce un cambio en la gran cantidad de interacciones posibles, la multiplicidad de roles a asumir, en la fragmentación de la identidad, en las dimensiones espacio temporales, aspectos que son consecuencias de las innovaciones tecnológicas, que afectan la continuidad de referencia en el sujeto. La definición de la identidad de la persona está cada vez más atravesada por las posibilidades y artefactos que las TICs proveen pues ellas afectan las interacciones entre los sujetos, sus percepciones, expectativas y los procesos intersubjetivos a través de los cuales se gestiona y construye el sí mismo.

En estos nuevos espacios de socialización donde las personas comparten, exponen en “directo” sus vidas, opiniones, relaciones, conexiones y conocimientos, lo consideramos como el contexto y espacio social emergente en donde se desenvuelven las acciones y la cotidianidad de los jóvenes usuarios y que necesariamente afectan la formación identidad personal (o del yo) y la construcción del sí mismo. Estamos entonces en presencia de una extensión de la actividad humana, tradicionalmente “cara a cara”, a los medios sociales virtuales, por esto consideramos se puede dar cuenta de estos aspectos al analizar los textos producidos en este espacio social digital (las redes sociales digitales).

Proponemos que caracterizar identidades, estrategias y formas de gestión identitarias, pueden generar resultados que nos permitan comprender y entender cómo los jóvenes usuarios se definen a sí mismos, se presentan en las redes sociales digitales y gestionan su identidad. Las posibilidades multimedia han favorecido una “cultura” de la *celebridad* y la *conectividad* respectivamente. La web ha permitido la convergencia entre ambas: la *celebridad* y la *conectividad* son formas contemporáneas de ser conocidos; y eso es lo que caracteriza el ser contemporáneo: ser visible, ante millones o como mínimo, cientos, como en Twitter o Facebook. Esa es la condición que nos valida, la forma en que nos hemos convertido en reales para nosotros mismos y para otros es decir, en estos nuevos escenarios sociales, siendo vistos por los demás. El gran terror contemporáneo es el anonimato. Si el crítico y novelista americano Lionel Trilling acertaba, la propiedad que basaba el *self* en el romanticismo era la *sinceridad* y en el modernismo la *autenticidad*, durante el denominado posmodernismo la *visibilidad* parece ser el eje estructurante.

Actualmente, estamos presenciando un proceso de cambio que nos llevará a la desaparición experiencial de la disociación entre la identidad digital y la identidad presencial. Es decir que estamos viendo cómo se desarrolla y se potencia. El componente digital de nuestra identidad, debido a la superación los límites relacionales impuestos por los medios de comunicación tradicionales: en este horizonte muy pronto seremos todos (o casi) *prosumidores*<sup>3</sup> es decir, productores y consumidores de información.

Consideramos que estos cambios conllevan importantes implicaciones psicosociales en el concepto de identidad, respecto a la manera en que es construida y

---

<sup>3</sup> La palabra prosumidor – en inglés, prosumer – es un acrónimo que procede de la fusión de dos palabras: “*producer*” (productor) y “*consumer*” (consumidor). El concepto “prosumidor” fue anticipado por Marshall McLuhan y Barrington Nevitt, quienes en el libro *Take Today* (1972), afirmaron que la tecnología electrónica permitiría al consumidor asumir simultáneamente los roles de productor y consumidor de contenidos. Precisamente los jóvenes usuarios de nuestra investigación asumen estos roles de productores y consumidores de información. En Carmona, J. (2009). El prosumidor. El actor comunicativo de la sociedad de la ubicuidad. *Palabra Clave*, 11(1). Consultado el noviembre 10, 2011, de <http://pensamientoycultura.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1413/1550>

gestionada por los sujetos y la manera en que los artefactos sociotecnológicos del Internet, como las redes sociales digitales, afectan este proceso. Por ejemplo, consideramos que la mayoría de las personas aún puede seguir viviendo con toda normalidad sin tener que cuidar de su “presencia digital” en las redes sociales, sin embargo es muy probable que en unos años, el concepto de identidad integre inevitablemente tanto la dimensión digital como la física. Como consecuencia, cada persona se verá obligada a cuidar con la misma atención tanto de su identidad presencial como de su identidad digital, algo que muchos jóvenes ya venimos haciendo.

Entre los factores que afectan la gestión de la identidad en los jóvenes usuarios se puede mencionar la peculiar dimensión temporal en las redes sociales digitales. El proceso de construcción de la identidad digital a lo largo del tiempo se registra en la red, dejando una huella visible y accesible por cualquier usuario (o al menos para sus contactos). El resultado es una gestión identitaria textualizada y que deja huellas de su realización. La correlación entre un acto o enunciado y el comportamiento lingüístico, es un proceso que será explorado y caracterizado en esta investigación. Los diversos indicadores mediante los cuales se reconoce e interpreta el sentido de un enunciado, serán identificados como *huellas semióticas* que nos permitirán inferir y caracterizar la gestión de la identidad y el sí mismo. Como indica Lozada, Villarroel y Duarte (2007) “nos encontramos frente a un terreno fértil para el estudio del pensamiento social y las relaciones humanas”, y una “nueva superficie de inscripción de lo social, que destaca entre sus virtudes, las múltiples posibilidades de encuentro social e interacción en tiempo real y sin mediaciones institucionales” (Lozada, Villarroel y Duarte, 2007 en Bolívar, A. y de Erlich, F. D., 2007).

Los actos que realizan los sujetos en las redes sociales digitales se encuentran en una constante complementación por el otro, a través de las múltiples posibilidades y capacidades interactivas, relacionales y comunicacionales que ofrecen estas plataformas, consideramos las redes sociales digitales como espacios sociales y virtuales donde es construida y gestionada la identidad de los sujetos en un constante intercambio relacional y simbólico mediado por estas posibilidades tecno-comunicativas.

Estamos acostumbrados a controlar nuestra imagen pública, a través de recursos *impermanentes* que se objetivan por la memoria y el *apalabramiento* de otros. Sin embargo cuando nuestra identidad deja huella en la red, su control ya no es algo en

nuestro poder exclusivo sino que está repartido entre “mi” círculo más cercano y a “mis” *contactos*. Cada persona que me conoce puede publicar informaciones (fotos, textos, etc.) directa o indirectamente relacionadas con mi identidad sin necesitar mi aprobación. Es lo que pasa en la mayoría de las redes sociales digitales.

La idea que teníamos de identidades digitales paralelas desligadas de la realidad empieza a perder fuerza. Y además la forma como aparecemos frente a otros identidad ya no se produce sólo a través de la información publicada voluntariamente por mí y mis amigos sino también por la información que hacen pública mis dispositivos. Un ejemplo es el uso de servicios como *Foursquare*<sup>4</sup> que aprovechando la conexión a Internet de nuestros móviles permite publicar en mis redes sociales donde nos encontramos en cada momento.

Este planteamiento estará respaldado con los aportes teóricos psicosociales de obligada referencia como Goffman, Berger y Luckmann, Schütz, Bourdieu, Simmel entre otros. Así como aportes de investigaciones psicosociales (sobre ciberetnografía e identidades mediadas digitalmente) recientemente realizadas.

Esta investigación propone caracterizar los procesos de gestión identitaria en jóvenes en el contexto urbano mediado por las TICs (tecnologías de información y comunicación), a través de la revisión y análisis de discursos producidos por jóvenes en las redes sociales digitales (Facebook), en lo que se identificarán estrategias de construcción y presentación del sí mismo en los jóvenes usuarios. Según Goffman (1959) la producción y construcción de *sí mismos*, es resultado de los encuentros sociales comprometidos por los contactos cara a cara o mediatizados por otros participantes; sin embargo hoy en día tendríamos que agregar que no sólo esta interacción se encuentra mediatizada por sujetos en marcos institucionales formales o informales sino también por un conjunto redes sociales digitales que atraviesan estos marcos.

---

<sup>4</sup> *Foursquare* es un servicio basado en localización web aplicada a las redes sociales. La geolocalización permite localizar un dispositivo fijo o móvil en una ubicación geográfica y a su vez a los usuarios. Este servicio aún no se ha popularizado en Venezuela, sin embargo como otras redes sociales digitales, está creciendo.

En un primer momento la investigación sólo estaba avocada a la comunicación mediada por computadoras en un primer momento, y ahora gracias a la llegada de los teléfonos inteligentes, dispositivos móviles (p.e. tablets) y a la diversificación y penetración del acceso a la red. El Internet, pasó de ser un medio de comunicación de larga distancia para convertirse en un modo predominante de comunicación (Quan-Hasse, A y Wellman, B., 2005). Cabe preguntarse: ¿cuáles son las implicaciones de este cambio en la sociedad venezolana?, ¿cómo los jóvenes usuarios de las redes sociales se convierten en protagonistas de estos cambios?, ¿cuál es el impacto que genera en las formas de relacionarse, en los hábitos comunicativos y participativos, en la gestión de la imagen y en la construcción del sí mismo, estos cambios tecnológicos y sociales? Aunque no esperamos responder a todas estas preguntas, las mismas representan inquietudes investigativas que nos llevaron a proponer el problema de investigación.

Existe entonces todo un amplio campo para investigar respecto a cómo se producen y relacionan estos *sí mismos* en los mundos *online* y *offline*, entendidos éstos como el conjunto de prácticas que realizan los sujetos en relación con el uso de los sistemas de redes sociales digitales. En particular, colocamos la *gestión de la identidad* y el concepto de *sí mismo* en los sistemas de redes sociales digitales (para este caso Facebook), que están experimentando un incremento de popularidad entre los jóvenes (Rybas y Gajjala, 2007), como centro de nuestra investigación. Nuestro trabajo entonces se enfocará en aprehender a estos sujetos, observar su comportamiento y actividades online, e inferir las estrategias que utiliza para gestionar su identidad, es decir como se presenta a sí mismo en la red.

### **1.1 Asuntos preliminares: contexto y antecedentes.**

Los cambios que se han suscitado en el contexto social y tecnológico, han implicado también cambios en las prácticas y acciones de determinados grupos sociales. Muchas de estas prácticas se vuelven “necesarias” y esta obligatoriedad a su vez afecta las formas de relación entre los sujetos. Los jóvenes actualmente viven en un mundo donde la tecnología ofrece múltiples oportunidades y posibilidades para la interacción social. El acceso, la movilidad, el mundo virtual, el cambio en la dimensión tempo-espacial, el sincronismo y el anonimato aparecen como características de la

comunicación que intercambian los usuarios a través de las TICs.

Como indica la investigación de Racioppe, Rotouno, Porta y Poiré (2008), las nuevas generaciones, representadas por jóvenes entre 16 y 30 años, representan un grupo etario y social, que se está apropiando de las redes sociales digitales a través de su uso en la vida cotidiana, y es en lo cotidiano que nuestra vida adquiere sentido. Observamos que los jóvenes participan activamente en la red desde las instituciones que conforman su vida cotidiana, formar parte de la red no va por otro camino en su hacer cotidiano sino que es parte de éste, es una experiencia que refuerza otras formas de socialización. Así como lo asevera Hine:

Más que decir que Internet tiende puentes con la vida del mundo "real", se trata de vínculos estratégicos, y lo que ocurre cotidianamente se convierte en muchos casos en el material de los espacios virtuales de interacción. No es cierto entonces que lo virtual trasciende lo real de forma automática. Los espacios de interacción pueden estar configurados de distintas maneras, y puede experimentarse también de formas variables, pero no pierden nunca, enteramente, toda referencia a las realidades *offline* (Hine, 2004, p. 177).

Es importante acotar que la participación de los jóvenes en las redes sociales digitales y comunidades virtuales, no sucede al margen de las instituciones donde transcurre sus vidas sino precisamente desde estos lugares, no es una experiencia paralela sino simultánea, e imbricada por otras formas de socialización y por el uso de las nuevas tecnologías mediáticas.

Esta distinción entre lo "offline" y lo "online", considerados en relación con la experiencia de los usuarios de Internet, pone de manifiesto la dificultad de analizarlos como mundos paralelos en los cuales se está, o se deja de estar, mediante la posibilidad de conectarse y desconectarse. Entre ambos mundos existe una multiplicidad de referencias materiales y simbólicas en la vida cotidiana y en los medios de comunicación que los imbrican, mas allá de que la computadora esté encendida o apagada (Winocur, 2006). Es necesario aclarar en este punto que la computadora no es

la única interfaz que media en estas experiencias, hoy en día vemos como los avances en la telefonía e Internet móvil pone a disposición a los usuarios el acceso a la red y por consiguiente a las redes y aplicaciones sociales que pueden ser accedidas desde prácticamente cualquier lugar y así estar siempre *conectado*.

En la actualidad se considera que la vida *offline* y *online* se intersectan y entretajan experiencias. La pregunta es: ¿Cómo las prácticas investigadoras pueden trascender la experiencia de la interacción mediada por las tecnologías sin crear fronteras y rupturas? La discusión sobre la investigación en internet en los estudios culturales de Sterne (1999) citado por Rybas y Gajjala (2007), sugiere cambiar el enfoque de la interpretación de textos a la interpretación de la producción del contexto, evento o práctica bajo investigación. En este caso, la investigación no considera lo que un evento dado significa para sus participantes, sino cómo los significados son posibles y cuáles condiciones hacen posible prácticas particulares (Jones, 1999, p. 262 citado por Rybas y Gajjala, 2007).

Estas consideraciones son pertinentes para nuestra investigación, ya que nuestro objetivo principal es comprender cómo se construye los *sí mismos* de los jóvenes por medio de la interacción en estas plataformas, nos interesaría entonces indagar acerca de los significados potenciales y las condiciones que hacen posibles las prácticas de los jóvenes mediadas por las redes sociales digitales. Respondiendo a este objetivo Rybas y Gajjala (2007), articulan una metodología interactiva basada en las epistemologías del hacer (*epistemologies of doing*). Esta metodología sugiere que los sujetos/objetos producen al yo (*self*) o varios yo (*selves*), por medio de la transcripción, escritura, manipulación de imágenes, creaciones de: avatares (fotos o iconos que identifican al usuario), vídeos y audio, y participan en prácticas de la vida cotidiana en estas interfaces.

Vivir dentro de la tecnología, es decir verse obligado a hacer un uso frecuente, no sólo permite el aprendizaje de nuevos códigos sino que permite introducirse en esa existencia, mientras se colabora e interactúa con los otros (Rybas y Gajjala, 2007). Una aproximación a las relaciones sociales humanas contemporáneas debería tomar en cuenta aspectos relacionados con la comunicación, actos, acciones, prácticas y artefactos tecnológicamente mediados por las redes sociales digitales. Por ejemplo

mucha de la comunicación (relaciones formales) que se realiza en los lugares de trabajos, universidades y otras instituciones (e inclusive en las relaciones informales fuera de instituciones) que solían realizarse cara a cara o por teléfono, son ahora rutinariamente realizadas de forma electrónica. En muchas organizaciones hoy en día, no podemos entender cómo el trabajo o el estudio es hecho sin examinar los correos electrónicos, servicios de mensajería instantánea, equipos de Internet móvil y los sitios de Internet (Soriano, 2007). Esto nos permite situarnos en el contexto social y tecnológico actual, donde no podemos dejar de considerar que las relaciones mediadas por las nuevas tecnologías de información y comunicación, proponen nuevos retos para la investigación psicológica y social, específicamente para los intereses de esta investigación, implica que existen una gran cantidad de espacios donde podemos dar cuenta de la gestión de la identidad y la construcción del *sí mismo* de los usuarios.

Aunque se colocó como ejemplo las relaciones en las instituciones, para este estudio las interacciones informales entre los participantes se proponen como fuente de los datos que serían de interés (sólo para delimitar el horizonte de investigación), atendiendo a nuestro interés microsociológico, nos referimos entonces como indica Soriano a:

Aquellas relaciones e interacciones informales únicas e irrepetibles que no aportan a simple vista ninguna información significativa fuera del momento y del contexto en el cual se producen. El papel del observador consiste en penetrar en el sentido que éstas tienen para los protagonistas de las acciones y conectarlo con otras escenas y situaciones para formular conclusiones teóricas que las engloben. Estas interacciones a diferencia de las formales, son especialmente interesantes para el observador porque están cargadas de conocimiento dado por descontado y del sentido común que mueve a los individuos a la acción. Uno de los principales objetivos de la observación es precisamente hacer visible este conocimiento que, en definitiva, es la base sobre la cual se construye la cultura

de una comunidad (Soriano, 2007).

Las relaciones e interacciones informales suceden de forma instantánea y de formas emergentes que vienen configuradas por el artefacto tecnológico que las median. La posibilidad de analizar el texto producto de estas relaciones e interacciones entre los jóvenes, se manifiesta en la gran cantidad de redes sociales digitales y TICs que han irrumpido en los patrones de consumo, formas de comunicarse, tipos de lenguaje y modos de vida de los jóvenes que viven en las ciudades de Venezuela a principios del siglo XXI. Consideramos comprender esta interacción dentro de este fenómeno de las redes sociales digitales.

En esta investigación, las *huellas* o marcas identitarias serán las trazas simbólicas, que nos permitirán caracterizar la identidad y sus gestiones, que los sujetos usan para presentarse ellos mismos en este espacio social. Se ha considerado estas interacciones informales entre los sujetos, como un proceso social de comunicación, que es una extensión del espacio social molar (offline y online), en cuanto al origen y mantenimiento de estos vínculos sociales. Los sujetos que se relacionan en estas redes, utilizan los recursos simbólicos de una manera en particular, y nuestra labor interpretativa e inferencial procurará describir plausiblemente los propósitos comunicativos de los enunciados particulares. Y esta producción no sólo está influenciada exclusivamente por las posibilidades de la plataforma, ni consideramos tampoco que este proceso social se agote en el texto, si no que está influenciado y determinado por el espacio social molar que los supedita.

Consideramos así mismo, que la identidad y el sí mismo de los usuarios de las redes sociales están atravesados por la pertenencia a múltiples grupos sociales, cuestión que se profundiza y complejiza en estas redes. La pertenencia a grupos o comunidades virtuales bien merece una investigación a parte, sin embargo la relación que tiene con la identidad, el individuo y la personalidad fue estudiada por Simmel (1908). Este sociólogo alemán estudió a principios del siglo pasado el entrecruzamiento de los círculos sociales, y aunque la sociedad moderna que estaba estudiando era muy diferente a la de hoy en día, realizó aportes relativos a la pertenencia a los grupos y cómo se da esa dinámica social.

Según Simmel (1908) cuando un individuo puede participar en una cantidad de grupos que elige, de ello surge un cierto número de consecuencias. Los grupos a los que un individuo pertenece forman, un “sistema de coordenadas”, de manera tal que toda la nueva afiliación lo determina más precisamente y sin la menor ambigüedad. La pertenencia a cada uno de esos grupos deja aún una libertad de juego amplia. Las capacidades de la plataforma de brindar numerosos grupos y comunidades a las cual los usuarios pueden pertenecer o crear, supone una libertad de juego para los usuarios bastante amplia. Pero lo que nos interesa resaltar, es lo que Simmel hace referencia en relación con la personalidad de los sujetos:

La personalidad individual realiza una combinación particular de sus diferentes modos de participación en los círculos sociales y no se puede aprehender como unidad sino en el punto imaginario en que todas las circunferencias de círculos se encabalgan. La personalidad está, entonces, en el lugar de cruce de innumerables hilos sociales; cada pertinencia particular vincula al pasado de esos grupos y la hace heredera de círculos diferentes, y su individualidad corresponderá a las combinaciones particulares y cada vez únicas que realiza (Simmel, p. 466, 1908).

La tecnología juega un papel preponderante en esta dinámica, otorgando características y posibilidades que potencian el papel de los grupos sociales y del carácter relacional de la personalidad y de la identidad personal. Los usuarios de las redes sociales, se distribuyen en espacios sociales (grupos) que se solapan, se excluyen e incluyen. A pesar la pertenencia a múltiples espacios sociales, muchos de los usuarios de las redes originaron sus relaciones fuera de las redes sociales digitales, anteriores a éstas, y mantienen sus relaciones en el “mundo offline”.

Es decir, los usuarios que se relacionan en las redes sociales no son personajes *virtuales*, que se relacionan *virtualmente*, si no que existe una potencialidad de formar vínculos sociales estrechos (en caso de conocerse por ese medio) y los refuerzan si están previamente formados. Este aspecto, a parte de *validar* las relaciones que se

evidencian en las plataformas, nos permite dar cuenta del mundo construido a través del discurso de los jóvenes usuarios. *¿Qué dice sobre la relación que se establece con el otro? ¿A quién va dirigido?*

Otro aspecto a tomar en consideración en esta labor interpretativa-analítica es reconocer: *¿desde dónde me estoy parando?*, es decir reconocer la ubicación del investigador en relación con los sujetos estudiados, es decir el papel social como investigador. En este caso, se tiene acceso a la información, al texto, producido por los contactos y *amigos* del investigador, como mencionamos anteriormente, y nos remitimos a la presentación de la persona frente a sus contactos, la gestión identitaria y las estrategias de presentación del sí mismo, en una interfase digital, como fragmento de actividad social que queremos caracterizar.

Diversas investigaciones se han ocupado de recolectar datos provenientes de la interacción y relaciones mediadas por las tecnologías de información y comunicación (TICs), han prestado atención a las interacciones sociales que se establecen entre los jóvenes por medio de las diferentes TICs (redes sociales digitales, dispositivos móviles, etc.). Estas interacciones sociales, que se dan a través de estos medios, son expresadas en información o datos en la computadora, o en los dispositivos móviles, y son mayormente textuales pero pueden incluir combinaciones de componentes textuales, visuales, auditivos y cinéticos (Cora, Standlee, Bechkoff, y Cui, 2009). Estos autores han asumido la investigación de la comunicación mediada por las computadoras e internet (redes sociales digitales para nuestro caso) desde una posición etnográfica, también han sugerido que los ambientes *online* requieren de ajustes en cómo los etnógrafos definen las características de su investigación, conducen observaciones participantes y entrevistas, obtienen accesos a las características y los sujetos de investigación, y lidian con los dilemas éticos que plantea el medio.

Se han realizado investigaciones que justifican la elección de los jóvenes como la más pertinente para este tipo de investigación al ser el grupo etario y cultural más representativo y sensible a estas transformaciones, es el caso de Bonder (2008) quien en su investigación sobre Juventud, TICs, y Construcción de Imaginarios, examina el contexto social e histórico que viene representado por el de los jóvenes y las relaciones que éstos establecen a través de estas redes mencionadas. Así como la autora afirma,

desde los inicios de la difusión masiva de las TICs (en los 80) se ha ido configurando una estrecha asociación entre estas herramientas y la juventud y, en un sentido más abarcador, con lo juvenil.

En el contexto global actual, podemos encontrarnos con “nativos digitales”<sup>5</sup>, representantes de la *e-generación*, provistos de destrezas inalcanzables por la mayoría de los adultos y diferenciado de éstos a quienes, en el mejor de los casos, se los concibe como “inmigrantes digitales”<sup>6</sup> (Bonder, 2008). Esta diferenciación nos sirve como argumento para seleccionar esta categoría social para los objetivos de investigación. La fuerza de estos imaginarios se constata en una variedad de discursos, desde los “ficionales” y de corte “futurista”, a los mediáticos, académicos, y el lenguaje cotidiano. Éstos son los protagonistas de la “revolución” tecnológica, cultural y social que está sucediendo y que debido a su complejidad se hace difícil pretender abarcarla en su totalidad.

Es importante señalar que esta división que proponemos puede ser vista como una construcción de juventud, como Bourdieu (2002) plantea cuando se pregunta qué entendemos por joven, adulto o viejo. Nos dice que siempre se es joven o viejo para alguien, y que las divisiones en clases definida por la edad, es decir, generaciones, son de lo más variable y son objeto de manipulaciones, y estas categorías de “inmigrantes y nativos digitales” no es la excepción. Así como indica este autor, la juventud y la vejez no están dadas, sino que se construyen socialmente en la lucha entre jóvenes y viejos. Estas relaciones entre edad social y edad biológica son muy complejas, este aspecto

---

<sup>5</sup> Nativo digital es aquel que nació cuando ya existía la tecnología digital. La tecnología digital comenzó a desarrollarse con fuerza en 1978, por lo tanto, se considera que los que nacieron después de 1979 y tuvieron a su alcance en el hogar, establecimientos de estudio y de recreación computadoras o celulares pueden considerarse Nativos Digitales. En Prensky, M. (2003). Digital natives, digital immigrants- A new way to look at ourselves and our kids, <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20>

<sup>6</sup> Se trata de las personas entre 35 y 55 años que no es nativa digital. Los inmigrantes digitales son todas aquellas personas nacidas antes de los 80', es decir en la era pre-digital. En Piscitelli, A. (2005). “Inmigrantes digitales vs. nativos digitales”, <http://portal.educ.ar/debates/educacionytic/nuevos-alfabetismos/inmigrantes-digitales-vs-nativos-digitales.php>

será considerado en esta investigación.

## 1.2 Ubicuidad y particularidad: Localizando el problema

Existe un contexto tecnológico que afecta a toda la sociedad, donde los jóvenes son los protagonistas. La emergencia (casi invasión) de los teléfonos inteligentes y dispositivos móviles (Blackberry, *tablets*, etc.) están afectando la vida cotidiana, ahora la tecnología es móvil. Lo que implica una constante relación de complementariedad con el otro, una reafirmación permanente de quienes somos, implica que la información siempre está conmigo y puedo relacionarme y comunicarme con todos mis *contactos* o amigos permanentemente y en todos lados, es decir las relaciones son ubicuas. A diferencia de cómo era la tecnología en los años 90, donde el Internet suponía estar en un sitio fijo frente a una PC, hoy en día la conectividad, el Internet, la *red*, está siempre acompañando a los sujetos, o al menos aquel que tenga uno de estos dispositivos móviles. Es decir estas relaciones *complementarias* están cada vez menos localizadas geográficamente.

Cuando revisamos las estadísticas oficiales de Conatel observamos que para el año 2010, en Venezuela existen 10.272.944 usuarios representando una penetración de Internet de casi el 35,6 % del total de la población (28.797.518 habitantes), aunque no se disponen de estadísticas donde podamos segmentar por modalidad de acceso (fijo o móvil) y a través de cuales medios se accede (teléfonos inteligentes, dispositivos móviles, computadores, etc.), se tienen estimaciones que los venezolanos están empezando a acceder por Internet a través de equipos móviles. La cifra que más nos interesa en este apartado son las de los más de 3 millones de equipos inteligentes es decir casi un 12% del total de teléfonos móviles en uso<sup>7</sup> y Conatel estima la existencia de 2,77 millones de líneas asociadas a planes para equipos *Blackberry* en el país. Así mismo las *tablets* también están haciendo presencia, estos dispositivos que poseen capacidades de acceso móvil a Internet, y muchas funcionalidades de las PC, pero son más ligeras y móviles que éstas, están empezando a penetrar en nuestro país.

---

<sup>7</sup> Datos provenientes de la revista electrónica *Inside Telecom*, así mismo se incluyen los equipos Blackberry en la categoría de equipo móvil, publicado el 15 de noviembre de 2011 en <http://www.guia.com.ve/noti/69166/venezuela-se-posiciona-en-smartphones>

Más números y estadísticas han sido revisados y nos llevaron a seleccionar este tema como área problemática a investigar. Por ejemplo, se encuentra la creciente penetración de Internet a sectores socioeconómicos que antes no poseían acceso, por ejemplo según Tendencias Digitales (2010), una consultora venezolana, para el año 2010 la penetración de Internet en Venezuela se ubicó en casi un tercio del total de la población (coincidiendo con las estadísticas oficiales), lo cual se traduce aproximadamente en 9 millones de personas en el país conectadas a Internet, también llama la atención que según estos datos, los usuarios de Internet son en su mayoría jóvenes (63% son menores de 25 años de edad), estos datos pueden justificar la relevancia de la investigación, que también puede servir como punto de partida para un posterior análisis de la segmentación y distribución del uso de las redes sociales digitales en nuestro contexto particular, definitivamente los jóvenes son los protagonistas.

En el mismo sentido, las estadísticas de esta consultora venezolana (Tendencias Digitales, 2010), nos hablan sobre un aspecto que no debemos dejar de mencionar, y es que casi el 68% de los usuarios de Internet en Venezuela pertenecen a los estratos socioeconómicos D y E, y aunque no será tomado en cuenta este criterio para seleccionar a los usuarios, es un indicador de la masificación del uso de esta tecnología, esta tendencia obedece al enorme crecimiento y penetración del acceso a Internet por parte de los sectores mayoritarios de la sociedad venezolana. En cuanto a las redes sociales el 70% de la población usa alguna red social, y en cuanto a la red social Facebook, y un 86% de los usuarios de las redes sociales pertenecen a esta red.

Esta movilidad implica una fragmentación de la identidad, debido a que el sujeto se hace presente en múltiples planos de acción y comunicación con los otros, de manera sincrónica y simultánea. Podemos hablar, interactuar e intercambiar información con varios usuarios a través de un mismo medio (que supone varias plataformas comunicativas o *redes sociales digitales*). La relación que se establece con los otros usuarios, no es excluyente sino *complementaria y autorreferencial*. En estos momentos la red se ha vuelto más *madura*, más “*transparente*”, y la consideramos una extensión de nuestra red social real. La identidad que construimos en los perfiles que mostramos está en constante referencia, por aquellos quienes ya nos conocen y aquellos que aún no, a través de este medio. Se trata de dos momentos y relaciones diferentes, donde

siempre estamos en una constante *reinterpretación recíproca* de la información sobre nosotros mismos y de los otros.

Cuando las personas se conocen a través de las redes, como en la vida real, se generan expectativas recíprocas. La pregunta práctica *¿Qué puedo esperar del otro?* Puede ser respondida al “observar” la información sobre el otro que está contenida en la web, lo que resignifica la relación, la impresión, y la imagen que nos formamos del otro, en el mundo offline. Mientras que una persona que con una persona que ya conocíamos, esta resignificación implicaría la constatación o no de la imagen previa y del *el/ella mismo* de la persona con la cual nos relacionamos.

Entendemos al concepto de sí mismo como el conjunto de expectativas auto y heteropercibidas sobre los modos de actuar y sentir de los sujetos que se establecen, negocian y transforman en escenarios sociales concretos. Por este motivo el propósito de esta investigación ha sido el comprender el proceso en el cual un grupo de usuarios jóvenes caraqueños de las redes sociales digitales (Facebook) gestionan su identidad, construyen y presentan su sí mismo, por medio de estrategias utilizadas en las interacciones sociales mediadas por estas tecnologías

Los anclajes teóricos que se encontrarán en el marco referencial sirven para comprender el análisis del corpus que se recabó, acerca de cómo este grupo de jóvenes gestionó su identidad y las estrategias que utilizaron para presentarse a *sí mismos* a través de una red social digital muy popular. Es relevante considerar que estos aportes teóricos nos permitieron entender, comprender y aprehender el fenómeno que estamos investigando. Tomando en cuenta los referentes subjetivos (creación de perfiles para gestionar su identidad y presentarse a *sí mismos* por medio de la colocación de contenido e información, y las interacciones que se producen en estas redes) y los cuales consideramos que se objetivan en el discurso y en las acciones realizadas por el grupo de usuarios estudiados, fueron tomados en cuenta al momento de acercarnos a este fenómeno social emergente.

## 2. Problema de Investigación

Una vez delimitada el área problemática que incluyó los aspectos sociales e históricos del contexto que rodea nuestra investigación, se propone como problema de investigación, caracterizar las estrategias de presentación del sí mismo en los jóvenes a través de las redes sociales digitales. Por ello nos formulamos la siguiente pregunta: **¿Cómo los jóvenes están gestionando su identidad y presentando su *sí mismo* a través de las redes sociales digitales?**

Tomando en cuenta el contexto descrito en el área problemática hemos querido delimitar el área de investigación a lo concerniente al concepto de *sí mismo* y cómo éste es construido y presentado ante los otros en las nuevas generaciones. Goffman (1959) propone una definición de *sí mismo*, en donde reconoce que cada uno de nosotros desempeña uno o varios roles, y es en estos roles donde nos conocemos mutuamente, y nos conocemos a nosotros mismos.

Por este motivo nos interesa conocer las acciones comunicativas que son hechas y quedan registradas en las redes sociales digitales, pues cada práctica u acto comunicativo que se realiza en dichas redes sociales digitales pueden ser consideradas como actividades simbólicamente estructuradas que construye uno o varios posicionamientos identitarios. Se incorporan para ello conceptos como fachada, actuación, medio, apariencia, que fueron trabajados en décadas pasadas, pero considero pertinente, a esta investigación, realizar un contraste a la luz de lo que ocurre en las redes sociales digitales como Facebook.

Del mismo modo, el análisis se nutrirá del contraste de los aportes de Goffman (1971) en sus trabajos sobre los elementos rituales de la interacción social y de G.H. Mead (1934) sobre la conciencia del sí y el concepto de persona y su relación con la sociedad. En el primer caso Goffman (1971) consideraba que todas las personas viven en un mundo de encuentros sociales, que las compromete en contactos cara a cara o mediatizados con otros participantes. En el segundo caso, Mead realiza interesantes aportes sobre el concepto de persona, donde expone que los seres humanos no podemos realizarnos a nosotros mismos sino en el grado en que reconocemos al otro en su relación con nosotros. Sólo cuando se adopta la actitud del otro, puede el

individuo realizarse a sí mismo como persona. La constante revisión crítica y reflexiva de estos conceptos serán los criterios que guiarán nuestros análisis a lo largo de esta investigación. Como problema de investigación consideramos focalizarnos en la interacción social mediada por las redes sociales digitales, y realizar un contraste con los conceptos que aportaron estos autores para alcanzar una idea de cómo se da el proceso de construcción del *sí mismo* en el escenario social del Facebook.

Siendo más explícito con esta idea, cuando hablamos de interacción social, se hace referencia a aquella que surge únicamente en los contextos en los que dos o más individuos están físicamente (y en nuestro caso virtualmente) en mutua presencia.

Como corolario teórico tomamos en cuenta tres elementos que universalizan la investigación:

1. La inquietud sobre la vida cotidiana y las ciudades, ha sido una de las principales preocupaciones en la ciencia social desde principios del siglo XX, precisamente cuando las poblaciones urbanas de todo el mundo aumentaban, los trabajos de Simmel, Schütz y Goffman. Donde Simmel realiza aportes desarrollando los fundamentos de la microsociología de la modernidad; Schütz con la teoría de la intersubjetividad donde como él mismo plantea: “se presupone la intersubjetividad como una cualidad obvia de nuestro mundo: *nuestro* mundo es la tipificación subyacente del sentido común” (Schütz, 1973). Esta idea se la plantea desde un horizonte mundano, desde la vida diaria, desde el sentido común. Con esto Schütz (1973) nos indica que el significado es *intersubjetivo*; es decir, se construye considerando al otro y en interacción con el otro, lo que ocurre en el mundo de la vida cotidiana (se profundizará al respecto en el marco referencial). Se trata entonces de resaltar esta relación de construcción con el otro y del rescate de la vida cotidiana como tema de investigación en las ciencias sociales, consideramos que esta investigación se perfila en esa tradición.
2. Las reconsideraciones que se han realizado sobre el concepto del *sí mismo* fueron desarrollados por Goffman con el análisis del orden de la interacción, donde “la doble noción del *sí mismo* como imagen construida a partir de las

implicaciones expresivas de pleno fluir de los sucesos y el *sí mismo* como un tipo de jugador en un juego ritual, que enfrenta honrosa o deshonrosamente, diplomáticamente o no, las contingencias de juicio de las situaciones que suceden en la vida social cotidiana” (Goffman, 1971).

3. Desde la Psicología Social, el construccionismo social ha realizado consideraciones, no precisamente del *sí mismo*, pero sí de la identidad y el yo, que son conceptos relacionados. Así, Shotter (1989) afirma que no existe un objeto definible como un yo, que no es sino un signo vacío que solamente se llena de contenido cuando es usado en el habla cotidiana. El yo no puede tener una realidad objetiva, sino que se construye en la interacción (Gergen, 1985). Esta noción de Gergen, justifica la elección de la interacción social entre los sujetos como unidad de análisis para dar cuenta de la construcción de identidad personal (del *sí mismo* para ser específicos) en nuestra investigación. Es importante advertir que no se quiere establecer una similitud entre la corriente socioconstruccionista y la microsociología, ya que nuestro enfoque teórico se ubica en la segunda tradición, sin embargo consideramos importante realizar esta revisión para que la investigación se nutra de otros enfoques que sean capaces de aportar puntos de vista diversos.

En concreto, nuestro vocabulario de términos mentales y la manera en que son atribuidos los estados cognitivos en la interacción son una cuestión de prácticas discursivas (sociales) particulares de explicación y atribución (Potter y Wetherell, 1987). Por tanto, los informes de la propia experiencia que relatan la propia vida son construcciones lingüísticas formadas a partir de convenciones de discurso históricamente contingentes que no reflejan el funcionamiento de la mente, sino la estructura de la acción social (Gergen, 1985). Es por este motivo que consideramos acercarnos a la vida cotidiana que se desenvuelve y se relata en la interacción de los sujetos a través de las TICs, de esta manera podemos comprender como los sujetos construyen el *sí mismo* y gestionan su identidad en las redes sociales digitales.

Para esta investigación nos interesa concentrarnos primero en la gestión identitaria como área problemática, dentro de la cual se enmarca el proceso de presentación del *sí mismo* resultante de la interacción en las redes sociales digitales en

los jóvenes, a través de los usos que dan a estas plataformas (como se apropian de ella), los recursos y estrategias empleados, las cuales podemos analizar como *texto* producido en estos contextos digitales de interacción, lo cual nos obliga a acercarnos a escenarios con características y posibilidades particulares, como son las redes sociales digitales de Facebook.

Las actualizaciones de estado o *estatus* de Facebook, siguiendo los planteamientos de Bajtín (1990), pueden considerarse como enunciados completos y singulares frente al cual los que enuncian el texto y los que lo leen, toman un posicionamiento activo. En el caso del texto escrito, este enunciado se construye secuencialmente por la concatenación de otras unidades significativas menores. El propósito comunicativo y el posicionamiento de los usuarios frente a sus enunciados se convierten entonces en una meta analítica que puede ayudar a comprender tanto la presentación del sí mismo como parte de la gestión identitaria del grupo de jóvenes usuarios estudiados.

Los esfuerzos en la investigación microsociológica, así como del construccionismo social (desde las perspectivas del interaccionismo simbólico y el enfoque goffmaniano), dentro de la cual se enmarca esta investigación y que son utilizadas por la psicología social para investigar estos temas deben incorporar el Internet y las redes sociales digitales para comprender las interacciones en la sociedad contemporánea. Tomando en consideración lo antes expuesto se deriva la pregunta de investigación: **¿Cómo caracterizamos la gestión de la identidad y las estrategias de presentación del sí mismo de un grupo de jóvenes usuarios de la red social digital Facebook en un contexto urbano como la ciudad de Caracas?**

Al respecto, estaremos interesados en caracterizar cuáles son las prácticas, recursos y estrategias que se utilizan. Así como analizar qué hacen los jóvenes usuarios, cómo construyen su imagen y se presentan ante los otros a través de los enunciados (estado o estatus de Facebook entre otras actividades *online*) a analizar en las redes sociales digitales. Los enunciados son considerados como actividades y éstas a su vez, como turnos de habla (medio camino entre la oralidad y la escritura), esto permitió caracterizar los recursos simbólicos usados para la presentación del sí mismo.

### **3. Objetivos de la investigación**

#### Objetivo general

- Caracterizar las estrategias y recursos simbólicos usados para la presentación del sí mismo de un grupo de jóvenes usuarios de redes sociales digitales.

#### Objetivos específicos

- Conocer las actividades comunicativas de un grupo de jóvenes usuarios de redes sociales digitales (Facebook).
- Caracterizar los roles comunicativos, posicionamientos, estrategias y recursos que asumen los participantes en la gestión de su identidad y la construcción de su sí mismo.

#### **4. Marco Referencial**

A continuación después de revisar los antecedentes históricos y teóricos que permitieron contextualizar, justificar y delimitar el área problemática, así como derivar una pregunta de investigación procedemos a revisar el contexto social y tecnológico que enmarca al área problemática que estamos investigando, la gestión identitaria y la identidad. Temas como la globalización, la sociedad de la información, y el individualismo son desarrollados como aspectos que preceden y afectan al concepto de *sí mismo*, identidad, el concepto de persona, así como los modelos teóricos y las concepciones epistemológicas de la microsociología, socioconstruccionismo, y de la psicología discursiva que nos permitirán abordar la pregunta de investigación y anclarnos disciplinariamente. De esta forma podremos dilucidar cuáles son los lineamientos teóricos y posicionamientos epistemológicos que serán tomados en consideración para comprender y aprehender las estrategias de presentación de sí mismo como parte de la gestión de la imagen del grupo de jóvenes a través de las redes sociales digitales.

Posterior a esta revisión teórica sobre los postulados formales, existirán apartados dedicados a complementar este marco referencial, como consideraciones respecto a estas nuevas generaciones de jóvenes (*nativos digitales*), el fenómeno de masificación de las redes sociales, el concepto de *hiperrealidad* de Baudrillard, investigaciones realizadas sobre el tema y las funcionalidades y posibilidades de la plataforma Facebook que permiten la comunicación entre los usuarios, así como en la concepción de la realidad de las sociedades actuales, cuestión que no debe ser obviada en esta investigación.

##### **4.1 La globalización como contexto social y tecnológico del sí mismo**

Consideramos que la gestión identitaria de los sujetos, y por consiguiente la construcción del sí mismo y la elección de las estrategias de presentación, están enmarcadas en el fenómeno de globalización. Sin embargo este término tan ampliamente empleado merece ser aclarado, según Mato (2003) este proceso de globalización no es un fenómeno reciente, ni se ha desatado súbitamente con el desarrollo y aplicación comunicacional de tecnologías electrónicas, entendidas como

tecnologías de información y comunicación (TICs) para esta investigación. Este proceso de largo plazo y antigua data, debe reconocerse aun independientemente de que importantes diferencias cualitativas en sus modalidades y alcances de las últimas décadas, resulten muy significativas y conduzcan a considerar la expresión *tiempos de globalización*.

Según Mato (2003) en las últimas décadas hemos sido testigos de una aceleración, densificación y mayor alcance (tanto en sentido geográfico, como de transformación de las fronteras de lo público y lo privado) que caracterizan al presente momento de este dilatado proceso, pero particularmente el desarrollo y difusión planetaria de una cierta conciencia sobre la ocurrencia e importancia de este proceso, a la puede llamarse *conciencia de globalización*<sup>8</sup>.

La globalización trata de un complejo proceso planetario y omnicompreensivo a través del cual el globo terráqueo en su totalidad tiende a convertirse cada vez más en un espacio interconectado (de este modo unificado) por otro más continuo que discreto, en virtud de múltiple y complejas interrelaciones, y ello no sólo desde el punto de vista económico, si no también social, político y cultural. Para Mato (2003) sólo a objeto de enfatizar esta concepción de globalización en contraposición de la otra que la considera como un proceso más homogéneo, si tuviera que definir a la globalización con una sola palabra sería "interconexión". Las redes sociales digitales han emergido como parte de este proceso de interconexión múltiple y complejo que ha afectado la forma en que los sujetos se relacionan entre ellos.

---

<sup>8</sup> Mato (2003) hace la aclaratoria que esta conciencia de globalización no es homogénea en su desarrollo y difusión en el planeta, y tampoco alcanza a todos los seres humanos, y tampoco implica algún tipo de compromiso con la solidaridad humana, o responsabilidad ecológica. Esta conciencia se desarrolla y difunde muy diferencialmente tanto desde su alcance como orientación. Estas diferenciaciones constituyen factores de poder en el juego global de interrelaciones entre actores sociales localizados en diferentes estados-naciones. El alcance planetario se refiere a que existen al menos algunos actores sociales en cada uno de los estados-naciones del planeta informado acerca de que la globalización es parte de la realidad planetaria y hacen uno de esa información en su accionar social, sea éste a nivel intra o supra Estado-nacional. Al respecto consideramos esto como contexto que rodea a las redes sociales digitales y consideramos éstas como consecuencia de este proceso.

Uno de los aspectos que más nos interesa resaltar es el efecto que tiene el proceso de globalización sobre la identidad. Según Mato (2003) este proceso a la vez que impulsa procesos de homogenización cultural también estimula, de diferentes maneras, etnogénesis, revitalizaciones étnicas, y particularismos e identidades de diversa índole. Estas identidades en ocasiones resultan “locales”, es decir, vinculadas a una localidad o “lugar”, pero en otras ocasiones no están claramente vinculadas a un “lugar”, o bien no sólo a un “lugar” sino a varios, sin identidades deslocalizadas o translocales que eventualmente se desarrollan incluso a través de las fronteras de los Estados-nación.

Así aparecen los fenómenos que estimulan estas tendencias combinadas y complejas, cabe mencionar, por ejemplo: aumento y diversificación de los flujos migratorios; difusión del uso de nuevas tecnologías de procesamiento de datos, imágenes visuales y sonidos; densificación de las redes de comunicación de datos y de los medios de difusión masivos de información; nuevas redes mundiales de relaciones gubernamentales y no-gubernamentales, y como consecuencia de esto las redes sociales digitales que se convierten en escenario para dar cuenta de estas tendencias y complejidades en la construcción identitaria de los sujetos hoy en día.

#### **4.2 Las sociedades informatizadas**

Aparte de considerar a la globalización, la emergencia de las sociedades informatizadas, es un aspecto que Lyotard (1987) considera en su *obra La condición postmoderna* como característica de la sociedad contemporánea y postindustrial, que emerge a fines de los años 50, coincidiendo con el fin de la reconstrucción de Europa. Este autor considera respecto a esto que el «redespliegue» económico en la fase actual del capitalismo, ayudado por la mutación de técnicas y tecnologías, marcha a la par, con un cambio de función de los Estados: a partir de ese síndrome se forma una imagen de la sociedad que obliga a revisar seriamente los intentos presentados como alternativa. Es decir, las funciones de regulación y, por tanto, de reproducción, se les quitan y se les quitarán más y más a los administradores y serán confiadas a autómatas. La cuestión principal se convierte y se convertirá más aún en poder disponer de las informaciones que estos últimos deberán tener memorizadas con objeto de que se tomen las decisiones adecuadas. La disposición de las informaciones es y será más

competencia de expertos de todos los tipos. La clase dirigente es y será cada vez más la de los *decididores*. Deja de estar constituida por la clase política tradicional, para pasar a ser una base formada por jefes de empresa, altos funcionarios, dirigentes de los grandes organismos, profesionales, sindicales, políticos, confesionales.

Los efectos de la sociedad de la información sobre la dinámica política y social son propuestas por Lyotard (1987), dándonos una idea de cómo se afectan fenómenos como la identidad. El autor considera que la novedad es que en ese contexto los antiguos polos de atracción constituidos por los Estados-naciones, los partidos, las profesiones, las instituciones y las tradiciones históricas pierden su atracción. Y no parece que deban ser reemplazados, al menos a la escala que les es propia. Las “identificaciones” con los grandes nombres, los héroes de la historia actual, se hacen más difíciles. El objetivo vital queda confiado a la diligencia de cada uno. Cada uno se ve remitido a *sí mismo*. Y cada uno sabe que ese *sí mismo* es poco. De esta descomposición de los grandes relatos, se sigue eso que algunos analizan como la disolución del lazo social y el paso de las colectividades sociales al estado de una masa compuesta de átomos individuales lanzados a un absurdo movimiento “browniano”.

En la sociedad informatizada, el *sí mismo* es poco, pero no está aislado, está atrapado en un cúmulo de relaciones más complejas y más móviles que nunca. Joven o viejo, hombre o mujer, rico o pobre, siempre está situado sobre “nudos” de circuitos de comunicación, por ínfimos que éstos sean. Es preferible decir situado en puntos por los que pasan mensajes de naturaleza diversa. Nunca está, ni siquiera el más desfavorecido, desprovisto de poder sobre esos mensajes que le atraviesan al situarlo, sea en la posición de destinador, o de destinatario, o de referente. Pues su desplazamiento con respecto a esos efectos de los juegos de lenguaje (se ha comprendido que es de ellos de lo que se trata) es tolerable dentro de ciertos límites (incluso cuando éstos son borrosos) y hasta es suscitado por las reglas y sobre todo por los reajustes con los que el sistema se provee con el fin de mejorar sus actuaciones. Incluso se puede decir que el sistema puede y debe estimular esos desplazamientos en tanto que lucha contra su propia entropía, y que una novedad correspondiente a una “jugada” inesperada y al correlativo desplazamiento de tal compañero de juego o de tal grupo de compañeros a los que implique, puede proporcionar al sistema ese suplemento de *performatividad* que no deja de exigir y de consumir (Lyotard, 1987).

Se comprende ahora desde qué perspectiva se ha propuesto más arriba como método general de acercamiento el de los juegos de lenguaje. Lyotard (1987) no pretende que *toda* relación social sea de este orden, eso queda en su trabajo como cuestión pendiente; sino que los juegos de lenguaje son, por una parte, el mínimo de relación exigido para que haya sociedad, desde antes de su nacimiento, el ser humano está ya situado con referencia a la historia que cuenta su ambiente y con respecto a la cual tendrá posteriormente que conducirse. O más sencillamente aún: la cuestión del *lazo social*, en tanto que cuestión, es un juego del lenguaje, el de la interrogación, que sitúa inmediatamente a aquél que la plantea, a aquél a quien se dirige, y al referente que interroga: esta cuestión ya es, pues, el *lazo social*.

Otro aporte que muestra la relevancia del componente comunicacional en esta sociedad, es señalado por Lyotard (1987) ya que: “en una sociedad donde el componente comunicacional se hace cada día más evidente a la vez como realidad y como problema, es seguro que el aspecto lingüístico adquiere nueva importancia, y sería superficial reducirlo a la alternativa tradicional de la palabra manipuladora o de la transmisión unilateral de mensajes por un lado, o bien de la libre expresión o del diálogo por el otro, p. 13.”

Lyotard (1987) señala así mismo que para comprender de esta manera las relaciones sociales, a cualquier escala que se las tome, no se es únicamente necesaria una teoría de la comunicación, sino una teoría de los juegos, que incluya a la agonística en sus presupuestos. Y ya se adivina que, en ese contexto, la novedad requerida no es la simple “innovación”. Se encontrará en bastantes sociólogos de la generación contemporánea con qué sostener este acercamiento, sin hablar de los lingüistas a los filósofos del lenguaje. Esta “atomización” de lo social en redes flexibles de juegos de lenguaje puede parecer bien alejada de la realidad moderna que aparece antes que nada bloqueada por la artrosis burocrática. Incluso se puede invocar el peso de las instituciones que imponen límites a los juegos, y por tanto reducen la inventiva de los compañeros en cuestión de jugadas. Consideramos que las redes sociales digitales son espacios donde podemos dar cuenta de esta “atomización” de lo social en redes flexibles y juegos de lenguaje, al ser un espacio que no está limitado en estos juegos

del lenguaje por alguna institución, sino más bien está preestructurado simbólicamente por las capacidades y limitaciones de la plataforma comunicativa.

Nuestra investigación estará interesada en explorar y caracterizar como el discurso se despliega a través de los enunciados y actividades digitales que los jóvenes usuarios utilizan para expresar los más diversos actos. Así como Lyotard (1987) considera que los enunciados de mando en los ejércitos, de oración en las iglesias, de denotación en las escuelas, de narración en las familias, de interrogación en las filosofías, de performatividad en las empresas, etc. Consideramos a las redes sociales digitales como espacios institucionales donde se desarrollan dinámicas discursivas e interacciones significativas entre sus usuarios.

#### **4.3 Internet y redes sociales digitales como medios (y modo) de comunicación masivas**

Puede considerarse si se quisiera definir el Internet en el momento actual como el resultado de una tecnología emergente, coherente con el paradigma del caos posmodernista y cuya ingobernabilidad actual desborda, de forma cualitativamente distinta a cualquier otro medio de comunicación de masas, cualquier posible sospecha Foucaultiana de intento deliberado o por exclusión de control social (Reig, 2003). Consideramos también el internet y más específicamente las redes sociales digitales, como un entorno comunicativo o escenario, cuyo valor descriptivo-explicativo en relación a la construcción de la identidad o de la propia sociabilidad del ser humano, se puede dar cuenta en los siguientes entornos (Turkle, 1997):

*Comunidades virtuales tipo chat y foros (IRC)* cuyo objetivo prioritario sea el de relacionarse con otras personas: Espacios de auto-descubrimiento, de socialización, de expresión, ligados en mayor o menor medida a intereses, tendencias o pertenencias, ideológicos, intelectuales, de afiliación o simplemente de relación, que provienen del mundo real y con tendencia a reflejarse en la misma realidad. Serían en este sentido, espacios de simulación de esa realidad. Si se produce el engaño, este podrá dar lugar a una interpretación de tipo psicológico-analítico sobre defensas, proyección, etc. Ligada casi siempre y en última instancia a emociones.

*Mensajería instantánea y correo electrónico*, cuyo objetivo prioritario será el de la

consolidación de relaciones que provienen, bien de la propia red (evolución en la profundidad de las relaciones de chat), bien del mundo real. Considerados como un espacios de comunicación.

*MUDs*<sup>9</sup>, Espacios lúdicos, de entretenimiento, expresión y en menor medida auto-descubrimiento y comunicación, caracterizados por inscribirse en un marco de realidad alternativa, con contactos muy indirectos con el mundo real. Su punto de partida es el engaño en sí, aunque en este caso, su origen racional o de juego será mas probable (juegos de rol en la sociedad online).

A esta clasificación sugerida por Turkle, y que fue realizada a finales de los años 90 cuando no habían emergido aún las redes sociales digitales, puede decirse que la interacción estaba limitada a estos espacios, pero hoy en día el panorama es muy diferente. Se deben agregar las *redes sociales digitales* a esta categorización, que integran varias características y posibilidades. Cuando observamos la plataforma Facebook, vemos que dispone de mensajería instantánea, correos, así como la posibilidad de compartir información y contenido que la vieja Internet limitaba. Sin embargo más allá de estas características técnicas el Internet se convierte en un entorno de potencial liberación (o de magnificación del consumo), en una plataforma, artefacto, sociedad o escenario (en el sentido de Goffman) que contiene en su complejidad, tanto los deseos como las satisfacciones idóneas para tipos múltiples de individuos (Reig, 2003).

Considerando otros puntos de vista, Baudrillard expone respecto a los *mass media*, como antecedente teórico de este fenómeno social y tecnológico (TICs y Facebook). Aunque el ejemplo que utiliza este autor es la TV (*mass media* por excelencia en esa época), es importante rescatar los aspectos relacionados al efecto que tienen los *mass media* en las sociedades, las generaciones, en la determinación de la realidad, o en sus palabras “en la mutación de lo real en lo hiperreal”. No se intenta aquí establecer una similitud o analogía con la TV y la Internet, ya que la segunda ha generado cambios más complejos en la interacción humana y en la sociedad por las

---

<sup>9</sup> **MUD** son las siglas de *Multi User Dungeon* que literalmente traducido del inglés al español significa "mazmorra (o calabozo) multiusuario"

posibilidades de participación, reciprocidad, ubicuidad, temporalidad, y sincronismo que brinda este medio a los usuarios.

Es preciso pensar los *mass media* como si fueran, en la órbita externa, una especie de código genético que conduce a la mutación de lo real en *hiperreal*, igual que el otro código, micromolecular, lleva a pasar de una esfera, representativa, del sentido, a otra, genética, de señal programada (Baudrillard, 1977, p. 58).

Lo que cuestiona este autor es el modo tradicional de causalidad, determinista, activo, crítico, analítico; distinción de causa y efecto, de lo activo y lo pasivo, de sujeto y objeto, del fin y de los medios. Acerca de él puede decirse: la TV nos contempla, la TV nos aliena, la TV nos manipula, la TV nos informa. En medio de todo esto se sigue siendo tributario de la concepción analítica de los *mass media*, la de un agente exterior activo y eficaz, la de una información en «perspectiva» que tiene como punto de fuga el horizonte de lo real y del sentido.

El Internet (y las redes sociales) se originan en la cultura de la ciencia, aunque esta enfoque ha cambiado hacia el enfoque de los espacios sociales dirigidos por el mercado, donde el Internet es distinguido como medio de comunicación y medio de elección proveyendo servicios personalizados (Jones, 1999 en Rybas y Gajjala, 2007), en donde el sujeto de la ciudad, y en especial los jóvenes figuran como los principales usuarios de estas plataformas.

#### **4.3.1 El consumo como generador del sí mismo**

Un aspecto que puede ser bastante útil para entender la relación entre la construcción del sí mismo a partir del consumo y uso de las nuevas tecnologías como indica Gil, A., Feliu, J., Rivero, I. Gil, E. P. (2003), es observar la situación actual en la que el trabajo ha dejado de ser el eje vertebrador de la identidad y del sí mismo y empieza a ser sustituido por el consumo como metáfora para las relaciones y para la construcción del sí mismo y la identidad. Además, los datos de uso de nuevas tecnologías de relación nos indican que tanto el significado de la categoría

"adolescente" como el sí mismo de los jóvenes no pueden ser pensados sin considerar este uso. Los individuos se han ido modificando a medida que la sociedad se transforma. Las características del individuo moderno son la culminación de la sociedad industrial, pero para este individuo moderno la conversión de la sociedad industrial en una sociedad del conocimiento, con un modo de producción capitalista postindustrial, centrado en el consumo, los servicios, las nuevas tecnologías y la globalización mundial, ha tenido serias repercusiones, que han hecho que se transforme en un sujeto postmoderno (Gergen, 1991).

El sujeto moderno era un ser integrado, coherente, racional, autónomo, con capacidad de tomar decisiones sobre su propia vida, con la aptitud suficiente para crear proyectos de vida personales y familiares y esperar que se cumplieran. La vida moderna se caracteriza por el hecho de ser lineal, fácilmente descrita como un itinerario por un camino recto, sin atajos fáciles, lento pero seguro. En la postmodernidad eso ya no está claro, por ejemplo la educación no garantiza un trabajo bien remunerado, la fidelidad a la empresa no garantiza que no te despidan en la primera reestructuración de plantilla que se produzca y ni siquiera el matrimonio es vivido como definitivo, aunque las promesas se continúan haciendo siguiendo el antiguo modelo. Por la misma razón la identidad del sujeto moderno, expresamente estable y coherente, se fragmenta en tantas identidades como situaciones se viven, y se hace imposible vivirlas de forma coherente. Ello contribuye a crear una fuerte sensación de falta de control sobre la propia vida. (...) Esta nueva diversidad de individuos pasa por el consumo y no por el trabajo o por la construcción de un carácter fuerte. (Feliu, 2003 citado en Gil, A., Feliu, J., Rivero, I. Gil, E. P., 2003, p. 7).

Sumado a esto, la investigación actual en Psicología social crítica ya no se plantea el sí mismo como un fenómeno coherente y estable, inherente al individuo, sino que destaca que las diferentes tecnologías (las de siempre, como el pensamiento, el cálculo o la gestión de la afectividad y las emociones, y las nuevas, la conectividad

global) desplazan la visión del sujeto como un *sí mismo* aislado de su contexto. Lo que se plantea es que el individuo ya no es la fuente de todas sus determinaciones, sino que es el producto de un dispositivo de prácticas semióticas y materiales (Gil, A., Feliu, J., Rivero, I. Gil, E. P., 2003). Con respecto a estas consideraciones, es una interrogante que queda abierta el desplazamiento de la visión de sujeto como un *sí mismo* aislado de su contexto. Consideramos que el individuo, como se menciona, no es la fuente de todas sus determinaciones (ni de su identidad), más bien es considerado producto de prácticas semióticas y materiales que se generan a partir de las interacciones sociales, y para esta investigación consideramos estas interacciones mediadas y contextualizadas por las nuevas tecnologías de información y comunicación, habría que preguntarse de qué manera la conectividad global afectan a la visión del sujeto como un sí mismo aislado de su contexto o más bien cercano a su realidad local.

#### **4.4 Las TICs y su impacto en la concepción del sujeto actual**

El desarrollo de las tecnologías de información y comunicación, como empezamos a vislumbrar, supone cambios profundos y que aún no estamos seguros de la manera en que afectará a la sociedad. En este apartado, hemos querido revisar algunas ideas respecto a cómo estos cambios afectan al sujeto (en nuestro caso al joven usuario que vamos a estudiar) y que son antecedentes importantes para esta investigación. Lozada (2001) estudiando las comunidades virtuales políticas en Venezuela, considera sobre el sujeto en la red que:

El sujeto es siempre una entidad remota que sólo se manifiesta por los signos que deja por su rastro textual en una breve opinión personal. En general, son escasas las señas de identidad individual, y lo que cada cual es supone toda una estrategia del ocultamiento. (...). Los menos comunes utilizan nombre y apellido. Se ignora si son reales o apócrifos, pero dan la impresión de identidad, de responsabilidad, del sujeto “concreto”, localizable, definible, aquel de quien se puede decir que “da la cara” dentro del juego de identidades de usuarios

anónimos, condición propicia para la libertad de opinión.  
(Lozada, 2001, p. 137)

Aunque nuestro objetivo son las estrategias de presentación del si mismo como parte de la identidad personal, es importante revisar estos antecedentes que fueron realizados en el 2001, y vemos como en apenas 10 años, el panorama ha cambiado, aún cuando no podemos afirmar que todos los usuarios son honestos, transparentes y verdaderos con los otros usuarios, la web social ha reemplazado los chats y foros electrónicos por redes sociales digitales que son nuevos espacios sociales emergentes, en donde los usuarios se han vuelto más responsables de su identidad virtual y se han asegurado de construir, gestionar identidades que se asemejen en mayor medida sus atributos y aspectos personales, ya que éstos, como mencionamos anteriormente están en una constante *reinterpretación recíproca* por parte de los otros.

Cuando Lozada (2001) hablaba acerca de los foristas virtuales de principios de la década del 2000 como: "...seres cuya identidad se reduce a una denominación accidental, que prescinde de cualquier otro referente: edad, género evidente, nivel socioeconómico, nivel educativo, pertenencia institucional, etc." Describía la realidad de los sujetos y su interacción en los foros virtuales en ese entonces, estas consideraciones son útiles en dos aspectos: la relevancia de las huellas o signos que deja el usuario como rastro textual y que podemos contrastar el estado actual de la web social versus la antigua web, y cómo las posibilidades de las plataformas han brindado nuevas perspectivas en la interacción humana.

Así como hay aspectos donde diferimos de los planteamientos de Lozada (2001) existen algunos lugares comunes, como por ejemplo aquellas ideas relativas a las transformaciones en los procesos identitarios en el ciberespacio, en donde la identificación habitualmente situada en un referente cultural, corporal, espacio-temporal, geográfico-político, se trastoca en la estructura de este espacio y la multiplicidad de interacciones allí establecidas." Estas consideraciones sobre la identidad son válidas aún en día y deben ser tomadas en consideración al momento de referirnos al sujeto y su identidad en ambientes sociales y tecnológicamente mediados como son las redes sociales digitales.

La discusión en ciencias sociales sobre el impacto de las tecnologías ha sido analizada desde bandos opuestos, que claman por dos variedades de determinismo: el técnico o el social. El análisis de Internet se inició estableciendo comparaciones con lo que sucedía en la comunicación cara a cara, en el que la mediación tecnológica aparecía como un elemento secundario que favorece o dificulta el despliegue de la comunicación. En la actualidad hay una suerte de consenso que reconoce que la actividad en el ciberespacio (comunicación mediada por computadora o CMC) es un fenómeno que se debate entre la esfera técnica y social, al punto que se le caracteriza como un “dispositivo socio-técnico” en cuanto funcionan para el usuario no sólo como instrumentos para la comunicación, sino que además proponen al usuario modelos de sociabilidad (Gálvez, Ardèvol, Núñez y González, 2003 citado en Cuadro, 2010). La interacción en línea se articula como dispositivo sociotécnico, de modo que la configuración y definición del uso de los espacios electrónicos invoca elementos propiamente tecnológicos, psicológicos y sociales

Junto con la noción de dispositivo socio-técnico que asume en cierta medida a Internet como un artefacto (socio-facto), el ciberespacio además permite considerarlo como un “lugar” (Augé, 1992 citado en Cuadro, 2010) en el que se gesta cultura (Hine, 2004). Así tenemos que históricamente:

En la década de 1980 se planteó que en Internet no había construcción de significaciones ni simbolización; no era posible desarrollar la identidad y las relaciones genuinas. Dos décadas después el fuerte desarrollo de la reflexión etnográfica y la acumulación de estudios sobre diversas herramientas que constituyen el ciberespacio acusan que éste es en verdad un “espacio antropológico”, totalmente opuesto a un “no lugar”, pues hay una construcción simbólica del espacio y los internautas pueden establecer auténticas relaciones en línea que de alguna manera mantienen un vínculo con dimensiones concretas de su vida fuera de línea (Carmona Jiménez, 2010 citado en Cuadro, 2010, p. 71).

Podemos observar como el dinámico contexto sociotecnológico genera cambios abruptos e inesperados en la sociedad y en la vida cotidiana. Así mismo Lozada (2001) a principios de esta década, hace referencia a que: “Junto con el “poblamiento del yo”, debido al vértigo de la multiplicidad ilimitada, la profusión de identidades parciales y la variedad e intensidad de relaciones establecidas, la sociedad actual experimenta, según Gergen (1991), la *saturación del yo*, cuyo próximo apartado tocará este aspecto. A todo esto debe agregarse como indica Cuadra (2003) que en el mundo virtual, la noción misma de sujeto resulta sospechosa, pues en los *transcontextos massmediáticos* cualquier sujeto es un ícono. En una cultura del significante, el hombre no puede ser designado como un ser trascendente ni significado como actuante de un drama histórico; hoy sólo podemos balbucir una constatación, aquello que llamamos hombre *es, está ahí*, dejando en suspenso cualquier sentido o finalidad, es el grado cero del signo y la abolición del sujeto.

Una vez hecha esta comparación con la noción de sujeto empírico, el sujeto en la virtualidad, según Cuadra (2003) es testigo de la transformación de los nuevos modos de significación que afectan los nuevos modos de socialización, de manera que asistimos a al nacimiento de un nuevo sentido común que pone en crisis no sólo los discursos sino el transfondo de obviedad de cualquier discurso. En un mundo de superficies significantes se inaugura una nueva ontología que transforma la pregunta por el sentido en un sinsentido: lo visible es lo real y verdadero. Los jóvenes usuarios de las redes sociales digitales se encuentran en medio de esta transformación, que implica nuevos modos de socialización.

#### **4.4.1 La saturación del yo**

Uno de los antecedentes psicosociales más relevantes en el tema del impacto de las nuevas tecnologías sobre el sujeto y sobre su identidad fue desarrollado por Gergen (1991), este autor investigó sobre las incidencias tecnológicas en el individuo, el concepto de saturación social entendido como la proliferación de las relaciones en cantidad, variedad e intensidad. Para evaluar este cambio cultural, describe el contexto tecnológico, ya que han sido una serie de innovaciones tecnológicas las que han llevado a esa proliferación de las relaciones.

Gergen (1991) ubica dos fases del desarrollo tecnológico:

- a. Primera fase o tecnología de bajo nivel: en la que se dio una simultaneidad de múltiples avances como el ferrocarril, el automóvil, el teléfono, la radiodifusión, el cine, el libro impreso.
- b. Segunda fase o tecnología de alto nivel: en especial los avances en materia de transporte aéreo, televisión y comunicación electrónica. En la actualidad viajar en avión significa para muchas personas un asunto de rutina, cuando en la década del 30 eran muy pocos los que podían darse ese "lujo". A través del surgimiento de la televisión se fue desarrollando un fenómeno de multiplicación del yo, se puede elegir los actores o actrices con los que uno desea identificarse. Tanto la TV como la radio y el cine están ampliando cada vez más la variedad de relaciones personales, generan un sentimiento ilusorio de intimidad con las celebridades a las que la gente asimila como sus otros significativos y termina amándolos, simpatizando con ellas o aborreciéndolas.

Además, estos medios operan como aglutinante social, ya que permiten que individuos de sectores muy dispares de la sociedad entablen diálogo entre sí y compartan sus sentimientos. Antes, en las pequeñas comunidades de relación cara a cara, el individuo sostenía relaciones localizadas tanto en el tiempo como en el espacio. Hoy en día el panorama es muy diferente, la disponibilidad y accesibilidad de las TICs ha hecho que las relaciones estén deslocalizadas en la dimensión espacio-tiempo, es decir, no se necesita que la presencia física de una persona para que la relación se dé.

Proponemos agregar una tercera fase de tecnología, que corresponde a la aparición de las redes de comunicación, como el teléfono, la televisión, la transmisión digital de datos, los satélites de comunicaciones, la telefonía móvil, la video-conferencia, etc., y su progresiva extensión e impregnación en la organización social supondrá una paulatina transformación del entorno humano, de sus modalidades de interacción, de su misma estructura social. Este nuevo entorno, que puede entenderse como el tercero por continuidad secuencial con los dos anteriores (Echeverría, J. 1999), se caracterizará por cualidades idiosincrásicas que comienzan ya a manifestarse y a influir en la organización humana actual.

Estos avances tienen como consecuencia el proceso de saturación social, el mismo se entiende, ubicando temporalmente la problemática, que hace un siglo, cuando estos impactos tecnológicos aún no habían hecho eclosión, las relaciones se

circunscribían al perímetro de las distancias que podían recorrerse sin cansancio. La mayoría eran personales y tenían lugar en el seno de pequeñas comunidades como la familia, el vecindario, el pueblo donde uno residía. Hoy día, la vida contemporánea es un mar turbulento de relaciones sociales. Por obra de las tecnologías de este siglo, aumentan continuamente la cantidad y variedad de las relaciones que entablamos, la frecuencia de nuestros contactos humanos y la intensidad de esas relaciones. Y cuando este aumento se torna extremo arribamos a un estado de saturación social, según Gergen (1991) se multiplican las relaciones. En la actualidad, en las dos primeras horas de nuestra jornada laboral nos topamos con la misma cantidad de personas (incluidas sus voces e imágenes) que un antepasado comunitario llegaba a ver al cabo de un mes. Nuestro yo se expande. Nuestros pensamientos y sentimientos ya no están ocupados únicamente en la comunidad inmediata que nos rodea, sino en un reparto de personajes diseminados por todo el planeta y que cambian de manera constante.

Algunos aspectos de esta expansión según Gergen (1991):

1. *La perseverancia del pasado.* Antes, el alejamiento de una persona implicaba casi siempre una pérdida. Hoy, ni la distancia ni el tiempo constituyen un serio inconveniente. Podemos seguir manteniendo un contacto por medio del celular, smartphones, tablets, dispositivos de acceso móvil, Internet, Skype (videollamadas), y finalmente las redes sociales digitales, intercalando alguna visita ocasional.

2. *La aceleración del futuro:* como son tantas las relaciones que mantenemos, cada vez son de menor tiempo y de mayor intensidad. Es decir, el ritmo de las relaciones se incrementa y quizá se concrete en poco tiempo, por ejemplo encuentros que terminan en matrimonios a través de Internet. Hoy día, cada persona puede experimentar en el curso de su vida ya no unas cuantas relaciones, sino decenas.

3. *Colonización del yo.* El proceso de saturación social lleva a una colonización en el yo, a una adquisición de múltiples y dispares posibilidades de ser. El yo de cada uno se embebe cada vez más, se coloniza. Ya no somos uno, "contenemos multitudes".

Además, la información a través de tantos canales de comunicación, teléfono, internet, cable que recibimos a diario, comunicación constante, hace que estemos en contacto con cambios de criterio, ya que son tantos los ejemplos que nos transmiten los

medios que muchas veces resultan contradictorios, por tanto asistimos a experiencias de variación y contradicción. Esta multiplicidad de voces lleva a la consecuencia de no poder responder ¿quién soy?

4. La *multifrenia* o escisión del individuo en una multiplicidad de investiduras de su yo. Este estado es resultado de la *colonización del yo*, e implica la existencia de muchas sensaciones y sentimientos contradictorios, no debe ser considerado como una enfermedad porque también está preñado de una sensación de expansión y aventura.

Los tres rasgos distintivos de la *multifrenia* serían: el vértigo de la valoración, con algunas características tales como la tecnología de la saturación social suprimió dos factores que se interponían en nuestras relaciones: tiempo y espacio. Actualmente el pasado puede renovarse de continuo por medio de videos o grabaciones. Pero esta misma libertad nos impuso una esclavitud, ya que cada persona incorporada impone una aflicción en dos ámbitos: el de ser y el de ser con. La aflicción del ser implica que al introducir a otros en el yo se infiltran sus gustos y preferencias, sus objetivos y valores. Por ejemplo, el intercambio incesante hace que uno termine cocinando comida china, deseando la jubilación o deseando ciertas cosas muy costosas. "Desear es volverse esclavo de lo deseado" y esto suele producir frustraciones. La aflicción de ser con: Al desenvolverse las relaciones, sus partícipes quedan *definidos* por lo que hacen en cada circunstancia. Serán amigos, amantes, maestros, etc. por lo tanto, mantener la relación significa respetar las definiciones, tanto de uno mismo como del otro, y la mayoría de las relaciones significativas que se expanden y acumulan en el tiempo acarrea una gama de obligaciones tales como, llamadas telefónicas, organizar reuniones, enviar tarjetas de saludo, etc. La liberación se convierte así en un cúmulo de exigencias.

Finalmente Gergen (1991) habla acerca del ascenso de la *insuficiencia*, ésta alude a la infiltración de la duda sobre sí mismo. Una sensación de insuficiencia que agobia cuando se emprende alguna actividad. Esta sensación es un producto colateral de la *colonización del yo*, porque al incorporar a otros dentro de nuestro ser se amplía la gama de lo que consideramos bueno, correcto o ejemplar y ocurrirá que cuando desempeñe alguna tarea pondré en duda mi capacidad porque habrá otros que cumplan con ese rol de manera más adecuada.

#### 4.5 El Interaccionismo simbólico dentro de la microsociología

En este apartado realizaremos un esbozo de las aproximaciones y antecedentes teóricos que permitieron el abordaje de la investigación sobre las estrategias de presentación de sí mismo como parte de la gestión identitaria en los jóvenes. Se procede a una revisión de los postulados teóricos del Interaccionismo Simbólico (IS) como modelo teórico que nos permitirá comprender las interacciones sociales y que intervienen en el proceso de construcción del *sí mismo*. El estudio de las premisas del IS tiene relevancia ya que el problema del origen y la importancia de los significados es un tema central en la microsociología. Los seres humanos actúan frente al mundo sobre la base de los significados que las “cosas” del mundo tienen para ellos. Esta premisa formalmente compartida por la mayoría de las concepciones sociológicas y psicociológicas existentes, tiene sin embargo una relevancia particular para el IS. Porque para ambas disciplinas sociales, es común que evalúen consecuentemente el comportamiento humano como el producto de diversos factores la función de los impulsos o elementos causales de la actividad social, así por ejemplo para la psicología social estos factores son los estímulos, las percepciones, las actitudes, los motivos, inputs específicos (Herker, 1993 citado en Robles, 1999).

Para el IS los significados que tienen las cosas del mundo para los actores sociales son fundamentales al intentar comprender y explicar la actividad humana, y no pueden ser reducidas a disposiciones de necesidad. El comportamiento no es preestablecido ni determinado. Los siguientes postulados son importantes porque nos permiten posicionarnos epistemológicamente frente a nuestro objeto de estudio, o mejor dicho el objeto de estudio de la microsociología, que es el individuo en interacción, construyendo intersubjetivamente su noción de realidad y mundo significativo. Sobre el significado y su origen Blumer indicaba que:

El IS descansa en el análisis producto de tres premisas básicas.

La primera premisa es que los seres humanos actúan basados en el significado que tienen las cosas para ellos. Estas cosas incluyen todo lo que el ser humano nota en su objetos del mundo físico, como los árboles o sillas; otros seres humanos, como una madre o el vendedor de la tienda; categorías

pertenecientes a los seres humanos, como los amigos o enemigos; instituciones, como escuelas o gobiernos, ideales guidores, como la independencia individual o la honestidad; actividades dirigidas a otros como comandos o demandas; como situaciones que son encuentros individuales en su vida diaria. La segunda premisa es que el significado de esas cosas se deriva de, o resulta de la interacción social que se haya tenido con el otro. La tercera premisa es que estos significados son mantenidos, y modificados, a través de procesos interpretativos usados por la persona que está tratando o lidiando con las cosas que va encontrando (Blumer, 1986, p. 2).

Podemos interpretar entonces que el origen del significado que lo objetos del mundo alcanzan para los actores de la actividad social, es a su vez el resultado de la interacción de los seres humanos. Este significado no es un agregado condicionado psicológicamente, como en el idealismo. Sino que es el resultado de un proceso interpretativo que nace de la discusión, de la disputa y la negociación de las personas y entre las personas respecto a las cosas del mundo, no es un proceso individual.

Con respecto a la interpretación, el investigador y la posición que se asumen en este caso, no puede utilizar significados preexistentes sino que es un proceso creativo, constitutivo y en cuyo transcurso el significado es fundamental para la continuación de la acción social.

La interacción en el IS es considerada como aquella que se realiza entre agentes sociales que generan, moldean, formulan y reformulan elementos constitutivos de roles, pero que no pueden ser considerados como si existieran externamente a los actores sociales. Contrariamente a la concepción reduccionista y reactiva de la interacción en el conductismo (Robles, 1999).

Otro autor que realizó importantes aportes en la microsociología es G. H. Mead, mencionado anteriormente, quien distinguió entre conversación de gestos y aplicación de signos significativos, por ejemplo el IS se esfuerza por precisar la elemental diferenciación, discerniendo entre: a) Interacción no simbólica e b) Interacción

simbólica. El primer tipo hace referencia a la interacción que se realiza cuando se responde a la interacción del otro directamente sin mediar procesos de interpretación, se manifiestan respuestas reflejas como el caso de un luchador que utiliza su ataque para frenar el del adversario. Si el luchador se detuviera, aunque sea un instante a reflexionar sobre los propósitos tácticos del oponente, estaríamos hablando de interacción simbólica. La naturaleza de los objetos (considerada en el IS como físicos, sociales y abstractos) se componen del significado que éste tiene para la persona que lo considera como tal, y dicho significado determina la forma en que el actor social lo siente, observa, cómo habla de él y cómo éste puede ser eventualmente modificado. Una consideración de los objetos y del significado, que ellos alcanzan para los sujetos tiene consecuencias que importan puntualizar aquí (G.H., Mead, 1934):

1. Los individuos que habitan en coordenadas espaciales y temporales correspondientes pueden componer y de hecho generan constelaciones de significados distintas, y hasta contradictorias, incluso hasta la gente que tiene estrechos contactos geográficos puede estar viviendo en mundos significativos diferentes (p.e.: relación empleador-asalariado).
2. En lo que respecta a los objetos, sus significados pueden ser considerados como creaciones sociales debido a que surgen y se desplazan en procesos de definición de situaciones e interpretación que se realizan en la interacción social;
3. En el nivel de la interacción social los significados se van edificando, transformando y reformulando de tal manera que los objetos no gozan de un estatus fijo y eterno; precisamente debido a que están siendo sujetos a constante transformación, se imponen considerarlos como tal.

#### **4.6 La conciencia del sí mismo (según Mead)**

El concepto de sí mismo, ha sido considerado desde principios de siglo por parte de sociólogos como G.H Mead. Para ese entonces la organización social, así como los procesos macrosociales eran los problemas de investigación a los cuales se les daba más importancia, sin embargo había un interés correspondiente en la experiencia del individuo.

G.H Mead (2009) considera que el aspecto emocional de estas experiencias, es expresado popularmente como “sí mismo” (self); un registro de valores desde el punto de vista del individuo. En ese entonces, en los años 30, cuando este académico señalaba de manera particular el interés que tenemos como sociedad en aquello que le es peculiar al individuo, tal como se revela en la literatura, revistas y diarios. Así mismo indica: “Lo curioso respecto del diario es que registra hechos que les suceden a personas individuales; da por sentado que nos interesa saber que determinado individuo fue atropellado por un auto a cierta hora o que determinada persona se cayó, se lastimó de tal o cual manera...”p. 118. Podemos considerar que este interés en aquello que le es peculiar al individuo, se mantiene en aquellos que son usuarios de las nuevas redes sociales en donde los sujetos se relacionan a través de un intercambio mediado por un *perfil de usuario* que es definido por el sujeto, si antes G. H. Mead lo veía revelado en la literatura, revistas y diarios, hoy en día lo vemos en los “diarios personales” públicos que son las cuentas y perfiles de usuario de los jóvenes usuarios de redes sociales digitales como Facebook.

Ahora bien, la relevancia de este interés para G.H Mead (2009) y que nos importa en esta revisión teórica que esbozamos sobre el sí mismo y la conciencia humana de sí, es que éstas surgen por su habilidad de adoptar la actitud del grupo al que pertenece; porque puede hablarse a sí mismo en términos de la comunidad a la cual pertenece y hacerse cargo de las responsabilidades que pertenecen a la comunidad; porque puede reconocer sus propias obligaciones como diferentes a las de otros; eso es lo que constituye el sí mismo como tal. En síntesis, G.H. Mead (2009) haciendo referencia a estos elementos constitutivos del sí mismo: “Y allí se ve lo que hemos destacado como peculiar para los otros, lo que es tanto individual como habitual. La estructura de la sociedad reside en estos hábitos sociales y nos convertimos en nosotros mismos sólo en la medida en que podemos adoptar estos hábitos sociales” (p. 118).

Con respecto a lo citado anteriormente no queremos establecer una analogía donde el rescate del concepto de sí mismo considerado por G. H. Mead aparezca como la única explicación sobre la construcción del sí mismo, pero es de capital importancia que se haga una lectura crítica y retrospectiva sobre este concepto que nos permita

realizar un análisis profundo sobre este tema. Lo importante a destacar aquí es que desde este punto de vista, la misma estructura de la sociedad reside en estos hábitos sociales. Hábitos sociales que se empezaron a estudiar desde entonces y que aún nos llaman la atención como investigadores, sobre todos aquellos hábitos relacionados con la comunicación y la participación, en donde las redes sociales digitales han marcado nuevos hábitos en los sujetos a la hora de comunicar y participar.

Este autor consideró que los individuos actúan respecto a sí mismos y como los otros actúan respecto a él, y es un factor que nos llama la atención. Puesto que los gestos, actitudes y acciones que hacemos nos afectan tanto a nosotros mismos como a los otros individuos. Exponiéndolo en las siguientes líneas:

El efecto de la actitud que producimos en otros vuelve hacia nosotros. Es de esta manera que a partir de la comunicación surge la participación [...] Cuando le indicamos algo a otra forma, estamos suscitando en ese otro individuo una cierta respuesta. El propio gesto que hacemos suscita una cierta respuesta en él. Si ese gesto nos afecta tanto como lo afecta a él, tiende a suscitar alguna respuesta en nosotros.[...]Si el significado de lo que dice afecta al otro, lo afecta a él de la misma manera. Como resultado, el individuo que habla adopta de algún modo la actitud de aquel a quien se dirige. (G.H., Mead, 2009, p. 121).

Para esta investigación es importante rescatar estos análisis y consideraciones, no sólo con la finalidad de integrarla al marco referencial, sino también para que sirva de elemento inspirador y de crítica respecto a la vigencia de estos planteamientos frente a una sociedad *hiperconectada*<sup>10</sup> en donde la instantánea habilidad y capacidad que

---

<sup>10</sup> La *hiperconectividad* es un término inventado por los científicos sociales canadienses Anabel Quan-Haase y Barry Wellman, producto de sus estudios de la comunicación persona a persona y persona a máquina, en las organizaciones y sociedades interconectadas. Este término hace referencia al uso de múltiples medios de comunicación como e-mail, mensajería instantánea, teléfonos, contacto cara a cara y servicios de información 2.0.

poseen las personas de comunicarse donde sea y en cualquier momento es una característica que supone implicaciones al momento de analizar y comprender los fenómenos y acciones comunicativas-participativas que impliquen las interacciones observadas en esta investigación.

En conclusión lo que G. H. Mead (2009) nos habla acerca del sí mismo, es que sólo puede surgir cuando existe un proceso social dentro del cual surja. Para este proceso son esenciales la *comunicación* y la *participación*. Es aquí donde el individuo está en un proceso social del cual es parte, donde influye verdaderamente sobre sí mismo como lo hace sobre los demás. También es relevante el lugar que ocupa la “estructura particular de la experiencia” de los sujetos, entendida como “pensamiento” es lo que permite que cada persona interprete su experiencia. Se ha considerado hasta este momento las principales concepciones sobre el sí mismo, exponiendo el punto de vista de G.H Mead quien desde 1936 empezó a trabajar este concepto, como compuesto de impulsos sociales fundamentales, conciencia de nosotros mismos y del otro generalizado por la vía del lenguaje y la conversación, aspectos que serán observados en esta investigación.

#### **4.6.1 Sobre el sí mismo y la relación**

Para entender este polisémico, complejo y denso concepto que ha sido desarrollado desde los inicios de la misma psicología por autores extranjeros como Mead y Goffman, podemos revisar que han dicho (o al menos compilado) autores venezolanos al respecto.

Montero (2002) hace referencia a la naturaleza psicosocial de la construcción del sí mismo, asunto que consideramos clave para esta investigación, indicando que:

Las teorías del sí mismo han considerado la naturaleza social de la existencia humana y del carácter simbólico de la comunicación. Y aunque mantienen la concepción del sí mismo como residencia del ser, otorgan al mismo tiempo un importante papel al otro en la configuración del sí mismo, para lo cual su presencia es condición necesaria. La noción del “otro

generalizado” de la cual hablara Mead (1934) es la piedra angular que permite crear una noción de sí mismo. Ese saber que hay una otredad, de la cual la persona se diferencia, pero a la cual se pertenece, es el origen y base de la distinción entre el yo y los no-yo, los otros. [...] Es pues un otro que me permite ser y reflexionar sobre mí misma como la otra que también soy; otro similar a mí y con el cual comparto características esenciales. Otro que aun en su diferencia es necesario para que el yo sea. La relación entre el uno y el otro está sobreentendida y es además constituyente de ambos, pero no explícita. Por eso, el otro como opuesto, como exterior o como complemento del uno es construido a la manera del yo (Montero, 2002, p. 44).

Consideramos fundamental continuar esta discusión teórica que se inició exponiendo los conceptos de sí mismo y sus implicaciones, vimos como se reconoce al otro como un elemento importante en la caracterización del sí mismo, sin embargo pudiéramos criticar la condición de la presencia como necesaria para esta configuración. Al menos la presencia física, la relación entre los sujetos no necesariamente es posible si los agentes se encuentran físicamente presentes. En el contexto actual casi ninguna de las acciones o experiencias que tienen lugar en el ciberespacio requieren de la presencia física de quienes actúan, de los propios objetos y los instrumentos, puesto que se realizan y llevan a cabo mediante “representaciones” tecnológicamente construidas en estos artefactos como son las redes sociales digitales. Es relevante para esta investigación revisar críticamente este tipo de consideraciones teóricas, cuyo análisis puede ampliar el conocimiento y entendimiento del *sí mismo*.

Una reflexión acerca de este concepto considerada por Montero es fundamental para entender la relación que existe entre el concepto de sí mismo y la identidad tanto personal como social:

El sí mismo tiene una naturaleza paradójica: por una parte designa al individuo, pero a la vez su carácter social es esencial para su constitución, de tal manera que su individualidad y su socialidad se entremezclan, siendo

constitutivas la una de la otra y viceversa. De la unidad individual, de su singularidad, de su carácter de persona autocontenida e independiente, la filosofía y la psicología han hecho el locus del conocimiento, si bien al mismo tiempo señalan que para existir, esa persona necesita de los otros. La comprensión psicológica del sí mismo incluye necesariamente al otro, ya que para ser necesitamos internalizar las formas en que los otros nos ven. Debido a esta condición Cooley (1902) acuñó el término de “sí mismo espejo” (*looking-glass self*). Y Mead (1934) expresó esa relación mediante la noción del punto de vista del otro generalizado. De hecho, desde William James (1890) hasta Goffman (1959) y aún después, la consideración de qué puedan pensar los otros del uno (yo, sí mismo), ha sido una fuerza fundamental en la estructuración del sí mismo. Sólo cuando la persona ha integrado en sí misma esa perspectiva logra ser un individuo capaz de comportarse de acuerdo con las normas sociales, a la vez que se diferencia de los otros. Y es por eso que el sí mismo se relaciona tanto con la identidad personal cuanto con la identidad social (Montero, 2002, p. 45).

Como dice G.H Mead (1934): “el ser humano surge mediante su capacidad para tomar la actitud del grupo al cual pertenece – porque puede hablarse a sí mismo en términos de la comunidad a la cual pertenece [...] como uno habla con los otros”. A lo cual añade que el sí mismo es un individuo social que “solamente puede existir en un grupo de individuos sociales” cuya principal característica es ser reflexivos. Esta capacidad de tomar la actitud del grupo al cual pertenece, adquiere dimensiones distintas en el contexto social y tecnológico actual, se deben incluir por mencionar alguna, la categoría de *proximalidad* frente a *distalidad*, por ejemplo la distancia no es un rasgo definitorio de los objetos ni las personas, ya que se puede tener acceso a ellos, percibirlos y realizar acciones sin que se encuentren en el radio de acción de la cercanía física. Las nuevas tecnologías implican nuevas reglas en la interacción y en la forma de relación entre los individuos sociales, y son ese tipo de implicaciones que nos interesa indagar y analizar en el contexto de los jóvenes usuarios.

Para finalizar recordamos las consideraciones sobre la identidad personal que son anteriores a este contexto sociotecnológico, pudiéramos recurrir a los aportes de Martín-Baró (1998) para analizar estos resultados, ya que nos habla que la identidad personal es vinculante con la sociedad y un grupo social específico, y también está referida a un contexto objetivo concreto, a un mundo de relaciones sociales y un universo de símbolos, valores y normas. El poder dar cuenta de la gestión de la identidad personal de los usuarios, a través de la investigación e indagación en sus actividades en línea, nos permite identificar: el grupo social específico (destinatarios del enunciado), el contexto objetivo concreto (usos y temas), el mundo de relaciones sociales (posicionamiento y roles) y el universo de símbolos (huellas semióticas), es lo que nos permitirá derivar la caracterización de la gestión identitaria y la construcción del sí mismo. A continuación realizaremos algunas consideraciones teóricas sobre el concepto de persona para estudiar otro antecedente del concepto de *sí mismo*.

#### **4.6.2 La supuesta disolución del sí mismo en la postmodernidad**

Según los diferentes autores que han cuestionado la posibilidad de un concepto de sí mismo en la época actual, la disolución de la misma vendría por cuestiones que guardan relación, por un lado, con problemas para conseguir una coherencia y unidad en las diferentes facetas de la persona y, por otro, con problemas para mantener la continuidad del sujeto. Estas consideraciones resultan de suma importancia para el anclaje teórico, así como para la aproximación que proponemos para considerar la construcción del sí mismo juvenil a través de las redes sociales digitales.

Respecto de la primera cuestión, una de las características de la vida social actual sería la multiplicación de las posibilidades de ser, ya que nuestra sociedad de la información pone a nuestra disposición el conocimiento de formas de vida muy diferentes a las que podríamos conocer de modo directo en nuestra interacción cotidiana (Gergen, 1991). Esta información es adaptativa en la medida en que la propia vida social nos exige cada vez más actuar en situaciones muy diferenciadas entre sí, fruto de la “supuesta” fragmentación de la realidad, en relaciones con cada vez mayor número de personas. La multiplicación de las relaciones personales produce una saturación social, un “yo saturado”. Estos comportamientos podrían ser hasta incompatibles entre sí, lo que dificultaría la posibilidad de que el individuo construyera

un relato de sí mínimamente coherente. Esta cuestión ya fue señalada por los teóricos del rol (Goffman, 1959), quien llegó a considerar el yo como un producto de los roles desempeñados, sin que suponga ninguna instancia que recoja el poso global y estable que pueden dejar los diversos personajes representados y estando la coherencia necesaria limitada al marco concreto de cada interacción. Esto puede dar lugar (Gergen, 1991) a una “personalidad pistache”, a un camaleón social que toma prestados retazos de identidad y los adecuan a una situación determinada, sin ninguna sensación de culpabilidad por la violación de una supuesta esencia a la que haya de ser fiel. Como consecuencia, el yo se puede convertir en una serie de manifestaciones relacionales que ocuparían el lugar del yo individual.

Estas consideraciones resultan importantes al analizar la construcción del sí mismo en los jóvenes, y las características de los medios digitales en donde se promueve y se facilita la interacción e intercambio entre cada vez más sujetos, y con cada vez más “retazos” de identidad disponibles, así como la masificación del uso de tecnologías gracias a la difusión de los dispositivos móviles que aumentan la probabilidad de aumentar la cantidad de sujetos con lo cuales ese “yo saturado” y el *sí mismo* tuvieran que lidiar, y relacionarse, es una inquietud para esta investigación ver de qué forma estos cambios están afectando a los conceptos, fenómenos, y características humanas relacionados con la construcción del sí mismo juvenil en las redes sociales digitales.

Estos planteamientos nos invitan a comprender el sí mismo y posteriormente la identidad, a partir de esta crítica, esta idea nos indica que el sujeto moderno es deconstruido socialmente, como menciona Derrida (1967) citado por Revilla (2003), en su predicada autonomía, autosuficiencia, congruencia y estabilidad y aparece ahora como una ficción. Esta crítica deconstructiva tiene un enorme calado desde un punto de vista epistemológico, en la medida que resulta ya muy difícil sostener la noción de sujeto autocontenido, tras el desencantamiento del mundo y la complejidad creciente, típicos de la modernidad, por no hablar de la comparación intercultural que pone de manifiesto la relatividad de nuestras formas de hablar de nosotros mismos, por tanto de las identidades que mantenemos (Geertz, 1973).

### 4.6.3 Sobre el concepto de persona

G. H. Mead (1934) en su obra *Espíritu, Persona y Sociedad*, expone consideraciones acerca del concepto de persona e individuo, indica que “lo que hemos adquirido como personas conscientes de nosotras mismas nos convierte en miembros de la sociedad y nos proporciona personalidad”. Así mismo deja claro que las personas sólo pueden existir en relaciones definidas con otras personas. No puede establecerse un límite fijo entre nosotros y los otros, puesto que nuestra propia persona existe y participa como tal, en nuestra experiencia, sólo en la medida en que las personas de los otros existen y participan también como tales en nuestra experiencia.

La importancia de este concepto radica en que reconoce la importancia del concepto de la relación en la definición de conceptos como persona, individuo y más adelante, el *self* o *sí mismo*. Según G. H. Mead (1934) el individuo entonces posee una persona sólo en relación con las personas de los otros miembros de su grupo social; y la estructura de su persona expresa o refleja la pauta general de conducta del grupo social al cual pertenece, así como lo hace la estructura de la persona de todos los demás individuos pertenecientes a ese grupo social.

Para hablar acerca de la persona empezaremos esbozando algunas nociones sobre este concepto que se han manejado en la psicología, G. H. Mead (1934) desde inicios del siglo XX, postulaba:

El proceso del cual surge la persona es un proceso social que involucra la pre-existencia del grupo. Implica, también, ciertas actividades cooperativas en las que participan los distintos miembros del grupo. Involucra además, que de ese proceso puede desarrollarse, a su turno, una organización más complicada que aquella de la que ha surgido la persona, y que las personas pueden ser los órganos, las partes esenciales al menos de esa organización social más complicada dentro de la cual surgen y existen esas personas y dentro del cual tiene lugar la diferenciación, evolución y organización ulteriores (G.H., Mead, 1934, pág. 193).

Los conceptos sobre identidad y el sujeto como lo conocemos hoy en día en psicología social y sociología, no estaban ni aún están tan delimitados, pero se empezaba a reconocer el carácter social que posee este concepto. G. H. Mead entendía la “esencia” de la persona como cognoscitiva (respondiendo a la predominancia teórica de ese entonces). Postulaba que esta “esencia” residía en la conversación de gestos subjetivada que constituía el pensamiento, o como el indicaba “en términos del cual opera el pensamiento o la reflexión. De ahí que el origen y las bases de la persona, como los del pensamiento, sean sociales” (G.H., Mead, 1934, pág. 201).

El reconocimiento del origen y base social de la persona, así como la importancia de la conversación (como relación e intercambio), fundamentaba las bases para que sociólogos como Goffman más adelante se interesara en los aspectos rituales de la interacción y en las áreas de la vida social que es más inmediata a las personas. Así Goffman (1971) consideraba que los procesos microscópicos y automáticos que suelen pasar inadvertidos (cortesía verbal, gesticulación, lenguaje corporal, gestión de la imagen, etc.) constituyen un campo social que se produce entre dos o mas personas cuando se hallan presentes. Es entonces cuando *las palabras, gestos, posturas, ademanes de acercamiento y alejamiento*, de control del otro; conforman un universo de mensajes que se producen en un breve lapso y una limitada extensión de espacio. Consideramos relevante para esta investigación revisar estos aportes microsociológicos que nos permitirán contrastar cómo se construye el *sí mismo* a partir de estas interacciones, analizando si aún estos procesos continúan vigentes o no para comprender la interacción en las redes sociales digitales.

El concepto de persona en las ciencias sociales es anterior al concepto de *sí mismo*, al considerar estos antecedentes, podemos obtener una mejor comprensión del concepto, por eso rescatamos las ideas sobre el mecanismo de la socialización humana de G.H Mead (1934), es decir la adopción de las actitudes de los otros hacia sí mismo. En donde “la persona no es tanto una sustancia como un proceso en el cual la conversación de gestos ha sido internalizada en un organismo. Este proceso no existe por sí mismo, sino que es simplemente una fase de toda la organización social de la que el individuo forma parte” (G.H Mead, 1934, p. 206).

Las actitudes sociales y la adopción de estas actitudes de los otros hacia sí mismo, es un tema fundamental en el trabajo de G. H. Mead (1934), donde indica que “la organización del acto social ha sido internalizada en el organismo y se convierte en el espíritu del individuo. Aún así incluye las actitudes de otros, pero ahora altamente organizadas, a tal punto que se conviertan en lo que llamamos actitudes sociales antes que en papeles de individuos separados” (Mead, 1934, p. 206) haciendo referencia a la capacidad del individuo a incorporar estas actitudes hacia nosotros mismos. Así mismo, indica que:

La propia naturaleza de la conversación de gestos exige que la actitud del otro sea cambiada por mediación de la actitud del individuo al estímulo del otro. Entonces la reacción del individuo, en esta conversación de gestos, modifica continuamente, en cierto grado, el proceso social mismo, esta modificación del proceso resulta importante en la experiencia del individuo. Éste adopta la actitud del otro frente al propio estímulo de éste, y al adoptarla la encuentra modificada en el sentido de que su reacción se hace distinta y conduce, a su vez a nuevos cambios (Mead, 1934, p. 207).

G.H. Mead señala la importancia del otro en las relaciones humanas, y este aspecto es relevante en esta investigación ya que se pudiera observar y analizar cómo se da este fenómeno de intercambio entre el *sí mismo* como yo y el otro generalizado en las relaciones sociales que se establecen a través de las redes sociales digitales.

#### 4.7 La interacción social en Goffman

*La opinión general de que todos los seres humanos representamos ante los demás no es nueva; lo que como conclusión habría que subrayar es que la propia estructura del sí mismo puede concebirse en función de la forma en que disponemos esas actuaciones en nuestra sociedad (Goffman, 1959, p.28).*

En la obra de Goffman *La presentación de la persona en la vida cotidiana* (1959), el autor se centra en aspectos que son relevantes para esta investigación como lo son el rol social, las actuaciones, la fachada, los medios, la apariencia, los modales, los signos, la idealización, las discrepancias entre las apariencias y la realidad, las impresiones, la tergiversación, la mistificación, la realidad y el artificio. La relevancia de estos aspectos radican en que nos sugieren una manera de acercarse y de estudiar al individuo, Goffman concluye diciendo que la idea de que los seres humanos representamos “actuamos”, ante los demás no es nueva, sino que la propia estructura del sí mismo se concibe en función de la manera en que disponemos de estas actuaciones en la sociedad.

No se pretende como advertimos hacer un calco, sino una analogía, adaptando los aspectos que observó Goffman en el individuo y la conformación del sí mismo en su interacción cara-a-cara cotidiana, a la interacción que se produce en las redes sociales digitales, la cual ocupa el foco de atención en esta investigación, sin embargo es un muy buen referente teórico que puede ser usado para reflexionar, criticar, comprender y analizar los actos del individuo cuando está interactuando a través de las redes sociales digitales. Se considera en esta investigación la amplia gama de acciones realizadas por los sujetos al momento de escribir los enunciados de estatus de Facebook que se analizarán como datos o materiales principales que nos permitirán categorizar por usos y temas, y realizar inferencias acerca del sí mismo construido de los jóvenes usuarios.

Se presentan entonces los aspectos fundamentales de Goffman que son relevantes a las interacciones entre los sujetos en su vida cotidiana:

a. Actuaciones: Confianza en el papel que desempeña el individuo

Las actuaciones de los individuos en la vida cotidiana era tan solo uno de los aspectos que Goffman (1959) analizó de las interacciones entre las personas en su vida cotidiana. Aunque en esta investigación se está analizando las interacciones establecidas entre los sujetos mediados por las TICs y la red social digital Facebook, éstas no dejan de ser —valga la redundancia— *interacciones* por suceder en un ambiente “virtual” o en la web, puesto que suceden en tiempo real y son sincrónicas. Por ejemplo, Goffman (1959) consideraba:

Cuando un individuo desempeña un papel, solicita implícitamente a sus observadores que tomen en serio la impresión promovida ante ellos. Se les pide que crean que el sujeto que ven posee en realidad los atributos que aparenta poseer, que la tarea que realiza tendrá las consecuencias que en forma implícita pretende y que, en general, las cosas son como aparentan ser (Goffman, 1959, p. 29).

Cuando los espectadores o *contactos* de una persona en las redes sociales digitales están observándolo/la, se tiene confianza en que las actividades y actos en realidad sean genuinos y legítimos a la persona que está ejecutando dichas acciones. Actualmente (y sobretodo los jóvenes), la mayoría de las personas no dudan de las acciones de sus *contactos*, se tiene confianza en que el papel desempeñado por su amigo o *contacto* es similar o al menos podrá identificarse con la persona que se conoce en la “vida presencial”. Esto no es así respecto a las personas o *contactos* extraños que son desconocidos por la persona usuaria, mientras que algunas personas asumirán estos encuentros de forma ingenua o inofensiva, muchos otros tendrán actitudes aprehensivas o de desconfianza tal como lo hacen en su vida cotidiana en las interacciones cara a cara.

Podemos sugerir en este aspecto, que las redes sociales se han venido

especializando en los propósitos y tipos de “relacionamientos” que promueven, hay algunas que buscan promover contactos entre personas desconocidas, con intereses similares (fotografía, música, etc.) u algún otro criterio. Sin querer desviarnos de la descripción de la obra de Goffman, proponemos una clasificación o tipología para ejemplificar como se han diversificado las redes sociales digitales, y para comprender que Facebook, sólo es una de ellas. Según Fernández Burgueño (2009) la digitalización de las redes sociales es muy reciente y en poco tiempo se han convertido en el fenómeno mediático de mayor envergadura. Para comprenderlos, debemos conocer en profundidad los diferentes tipos de redes sociales digitales que operan en la Red. Usaremos la siguiente clasificación:

### **1. Por su público objetivo y temática:**

- 1.1 *Redes sociales Horizontales*: Son aquellas dirigidas a todo tipo de usuario y sin una temática definida. Se basan en una estructura de celdillas permitiendo la entrada y participación libre y genérica sin un fin definido, distinto del de generar masa. Los ejemplos más representativos del sector son Facebook, Orkut, Identi.ca, Twitter.
- 1.2 *Redes sociales Verticales*: Están concebidas sobre la base de un eje temático agregador. Su objetivo es el de congregar en torno a una temática definida a un colectivo concreto. En función de su especialización, pueden clasificarse a su vez en:
  - 1.2.1 *Redes sociales Verticales Profesionales*: Están dirigidas a generar relaciones profesionales entre los usuarios. Los ejemplos más representativos son Viadeo, Xing y Linked In.
  - 1.2.2 *Redes sociales Verticales De Ocio*: Su objetivo es congregar a colectivos que desarrollan actividades de música, deporte, usuarios de videojuegos, fans, etc. Los ejemplos más representativos son Wipley, Minube Dogster, Last.FM y Hype Machine.
  - 1.2.3 *Redes sociales Verticales Mixtas*: Ofrecen a usuarios y empresas un entorno específico para desarrollar actividades tanto profesionales como personales en torno a sus perfiles: Yuglo, Unience, PideCita, 11870.

## **2. Por el sujeto de la relación:**

- 2.1 *Redes sociales Humanas*: Son aquellas que centran su atención en fomentar las relaciones entre personas uniendo individuos según su perfil social y en función de sus gustos, aficiones, lugares de trabajo, viajes y actividades. Ejemplos de este tipo de redes los encontramos en Koornk, Dopplr, Youare y Tuenti
- 2.2 *Redes sociales de Contenidos*: Las relaciones se desarrolla uniendo perfiles a través de contenido publicado, los objetos que posee el usuario o los archivos que se encuentran en su ordenador. Los ejemplos más significativos son Scribd, Flickr, Bebo, Friendster, Dipity, y StumbleUpon.
- 2.3 *Redes sociales de Objetos*: Conforman un sector novedoso entre las redes sociales. Su objeto es unir marcas, automóviles y lugares. Entre estas redes sociales destacan las de difuntos, siendo éstos los sujetos principales de la red. El ejemplo más llamativo es Respectance.

## **3. Por su localización geográfica**

- 3.1 *Redes sociales Sedentarias*: Este tipo de red social muta en función de las relaciones entre personas, los contenidos compartidos o los eventos creados. Ejemplos de este tipo de redes son: Rejaw, Blogger, Kwippy, Plaxo, Bitacoras.com, Plurk.
- 3.2 *Redes sociales Nómadas*: A las características propias de las redes sociales sedentarias se le suma un nuevo factor de mutación o desarrollo basado en la localización geográfica del sujeto. Este tipo de redes se componen y recomponen a tenor de los sujetos que se hallen geográficamente cerca del lugar en el que se encuentra el usuario, los lugares que haya visitado o aquellos a los que tenga previsto acudir. Los ejemplos más destacados son: Foursquare, Gowalla, Latitude, Brighkite, Fire Eagle y Skout.

Tras haber revisado esta tipología, consideramos que para cada red social, los sujetos realizarán una actuación respondiendo al contexto social y comunicativo particular dentro del cual se ubiquen, advertimos sin embargo que esto no significa que para cada red la persona desarrolle una identidad digital diferente, sino más bien en cada red las personas generalmente asumen una misma identidad pero actúan y

muestran estratégicamente de acuerdo a su contexto digital.

Posterior a esta revisión de la tipología continuamos con el desarrollo de los aportes de Goffman (1959) sobre las actuaciones de los individuos frente a los demás. Las personas al actuar “en escena” convencen al público de lo que están haciendo es la verdadera realidad, al menos que el actuante tenga otra intención diferente a la que explícitamente está dando a entender. Es aquí donde Goffman (1959) nos habla acerca de los actos cínicos vs. los actos sinceros: “Cuando el individuo no deposita confianza en sus actos ni le interesan mayormente las creencias de su público, podemos llamarlo cínico, reservando el término “sincero” para individuos que creen en la impresión que fomenta su actuación.” Se sugieren dos extremos: un individuo puede creer en sus propios actos o ser escéptico acerca de ellos. Cada uno de ellos coloca al sujeto en una posición que tiene sus propias seguridades y defensas particulares.

Se puede rescatar el ejemplo que Goffman (1959) coloca citando a Park (1950) acerca de esto:

Probablemente no sea un mero accidente histórico que el significado original de la palabra persona sea máscara. Es más bien un reconocimiento del hecho de que, más o menos conscientemente, siempre y por doquier, cada uno de nosotros desempeña un rol...Es en estos roles donde nos conocemos mutuamente; es en estos roles donde nos conocemos a nosotros mismos (Park, 1950 citado en Goffman, 1959, p. 30).

El concepto de perfil de Facebook, puede ser entendido como una representación de la persona o al menos como una *máscara*, en el sentido de Park. Lo sujetos crean una página con información, fotografías, escritos, videos, y otros contenidos que identifican y diferencian a este *usuario*, a este perfil, de los otros usuarios y perfiles. De esta manera podemos observar las redes sociales digitales como verdaderos lugares donde los sujetos conforman su identidad y definen sus *sí mismos*, por medio de la apropiación de las herramientas y las posibilidades y limitaciones de las redes sociales. Consideramos cada actuación digital de los usuarios como actividades que realiza frente a otros usuarios pertenecientes a su red social. A

continuación el concepto de fachada brindará más detalles del trabajo de Goffman en el estudio del papel y de las actuaciones de los individuos en la vida cotidiana.

b. Fachada o *front*: una parte de la actuación del individuo

Goffman (1959) usó el término “actuación” como lo mencionamos anteriormente para referirse a toda actividad de un individuo que tiene lugar durante un período señalado por su presencia continua ante un conjunto particular de observadores y posee cierta influencia sobre ellos. En esta investigación entendemos que las “actuaciones” es cualquier actividad frente a otros (actualización de estado o estatus, “likes”, subida de fotografías, y cualquier material multimedia, aplicaciones, comentarios, y juegos, etc.) que es registrada en la plataforma y que es parte del comportamiento digital del usuario, entendemos que cada actividad también constituye o propone definiciones de sí mismo.

Ahora bien, el concepto de fachada o *front*, según tenía entendido Goffman era:

La parte de la actuación del individuo que funciona regularmente de un modo general y prefijado, a fin de definir la situación con respecto a aquellos que observan dicha actuación. La fachada entonces, es la dotación expresiva de tipo corriente empleada intencional o inconscientemente por el individuo durante su actuación (Goffman, 1959, p. 35).

La actuación del individuo viene acompañada entonces de estos referentes o elementos que permiten identificarlo como propio de cada sujeto, también es definido como parte de la fachada el medio o *setting*, que incluye “el decorado, los equipos y otros elementos propios del trasfondo escénico, que proporcionan el escenario y la utilería para el flujo de acción humana” (Goffman, 1959). Los medios como las redes sociales digitales y el internet han afectado el “flujo de acción humana” que aquí se menciona, ya que el medio que rodea a un usuario, a un perfil, o a un contacto en la red trasciende el “mundo físico”, pero aunque pertenezca al “mundo virtual”, es legítimo decir que existe un medio que rodea a la fachada de los sujetos que actúan en las redes sociales digitales, se puede considerar que todo el contenido e información (detalles,

textos, fotos, música, vídeos, enlaces, etc.) que el sujeto muestra a sus contactos o amigos según el nivel de privacidad que se establezca, forma parte del medio.

La fachada personal (Goffman, 1959) hace referencia a los otros elementos de la dotación expresiva, aquellos que se identifican íntimamente con el actuante mismo y que, como es natural, esperamos que lo sigan dondequiera que vaya. Algunos de los elementos que se mencionan: el vestido, el sexo, la edad, características raciales, tamaño y aspecto, el porte, las pautas de lenguaje, las expresiones faciales, los gestos corporales y otras características semejantes. Se advierte también que mientras algunos atributos son relativamente fijos como la raza, otros son relativamente móviles o transitorios y pueden variar durante una actuación de un momento a otro.

### c. Apariencia

Se refiere a los estímulos que funcionan en el momento de informarnos acerca del estatus social del actuante. Estos estímulos también nos informan acerca del estado ritual temporario del individuo, es decir, si se ocupa en ese momento de alguna actividad social formal, trabajo o recreación informal, si se celebra o no una nueva fase del ciclo estacional o de su ciclo vital<sup>11</sup>.

Sobre la apariencia aunque entendida en el sentido de disimulación o simulación, pudiéramos citar al filósofo y sociólogo francés Baudrillard (1977) cuando analiza las acciones humanas:

“Disimular es fingir no tener lo que se tiene. Simular es fingir tener lo que no se tiene. Lo uno remite a una presencia, lo otro a una ausencia. Pero la cuestión es más complicada, puesto que simular no es fingir: «Aquel que finge una enfermedad puede sencillamente meterse en cama y hacer creer que está enfermo. Aquel que simula una enfermedad aparenta tener algunos

---

<sup>11</sup> Entendemos el ciclo vital como el elaborado por Erikson en la Teoría del desarrollo de la personalidad a la que denominó "Teoría psicosocial". En ella describe ocho etapas del ciclo vital o estadios psicosociales (crisis o conflictos en el desarrollo de la vida, a las cuales han de enfrentarse las personas).

síntomas de ella. Así, pues, fingir, o disimular, dejan intacto el principio de realidad: hay una diferencia clara, sólo que enmascarada. Por su parte la simulación vuelve a cuestionar la diferencia de lo «verdadero» y de lo «falso», de lo «real» y de lo «imaginario». El que simula, ¿está o no está enfermo contando con que ostenta «verdaderos» síntomas?”

Lo interesante en el planteamiento de Baudrillard, que consideramos relevante al analizar las actuaciones que realizan los jóvenes usuarios de las redes sociales digitales (Facebook en nuestro caso), Los estímulos de los cuales se valen los sujetos para anunciar su estatus social o advertir lo que están haciendo, se manifiestan más allá de la corporalidad del sujeto y de sus expresiones físicas, tangibles y observables que son verificadas por los otros. Ahora los estímulos con los que *aparentamos* hacer lo que estamos haciendo, dejando en evidencia el *sí mismo* de los sujetos, tienen un referente virtual o mejor dicho se expresan (o dejan huellas) de diversas maneras a través de estas redes sociales digitales.

Así mismo en Facebook, los usuarios son capaces de evidenciar a través de fotos, contenidos multimedia, música, vídeos, textos, *links* o enlaces, etc. (que fueron también señalados previamente cuando se habló sobre la fachada), sus estatus sociales, sentimientos, posiciones, u acciones de cualquier tipo. Estos estímulos que “informan el estatus social del actuante”, trascienden la corporalidad y referentes físicos observables, que anuncian lo que estamos haciendo o *aparentando* hacer en cualquier situación social. Estos aspectos deben ser tomados en cuenta al momento de analizar las acciones y actuaciones de los jóvenes usuarios de las redes sociales digitales, haciendo un análisis crítico y no superfluo de las inferencias de las acciones de los jóvenes usuarios de las redes, prestando atención al contexto social, cultural y tecnológico dentro del cual se generó el mensaje, para poder así tratar de *aprehender* la apariencia del sujeto.

#### d. Modales

Goffman (1959) consideraba respecto a los modales, que éstos se refieren a aquellos estímulos que funcionan en el momento de advertirnos acerca del rol de

interacción que el actuante esperará desempeñar en la situación que se avecina. Así modales arrogantes, agresivos, pueden dar la impresión de que este espera ser el que inicie la interacción verbal y dirigir su curso. Modales humildes, gentiles, pueden dar la impresión de que el actuante espera seguir la dirección de otros o, por lo menos, de que puede ser inducido a hacerlo.

Existen códigos convenidos para las interacciones o contactos virtuales, que se dan en las redes sociales digitales u otro medio que se utilice a través de internet. Aspectos como el correcto uso de la ortografía y no escribir en mayúsculas, fueron propuestas en un primer momento cuando la interacción se daba en los foros, correos electrónicos y chats, cuando aún no existían las redes sociales digitales. Consideramos a los modales que se usan en las interacciones físicas, cara a cara, como los mismos que usualmente se aplican en las interacciones virtuales. Usualmente los sujetos se adhieren a los mismos estándares de comportamiento en línea que siguen en la vida real.

#### e. Idealización

Hasta este punto Goffman (1959) señaló que la actuación de una rutina presenta a través de su fachada algunas exigencias más bien abstractas sobre el público, exigencias que probablemente le serán presentadas durante la actuación de otras rutinas. Esto constituye una forma de “socializar”, moldear y modificar una actuación para adecuarla a la comprensión y expectativas de la sociedad en la cual se presenta. Este autor considera otro aspecto importante de este proceso de socialización: la tendencia de los actuantes a ofrecer a sus observadores una impresión que es idealizada de diversas maneras.

Si tomamos en cuenta como una forma de “socialización” aquellas interacciones que establecen los jóvenes a través de las redes sociales digitales, podemos ser testigos de cómo se *moldean* y *modifican* las actuaciones de los sujetos adecuándolas para el resto de la sociedad que la observa, en este sentido las redes sociales digitales ofrecen una serie de posibilidades, p.e.: el poder seleccionar a la audiencia que el sujeto desee que lo observe e interactúe con el mismo (control de la privacidad e intimidad).

En su obra *El ritual de la interacción*, Goffman (1971) postula que toda persona vive en un mundo de encuentros sociales, que la compromete en contactos cara-a-cara o mediatizados con otros participantes. En cada uno de estos encuentros se tiende a representar lo que él denominó *línea*, entendido como un esquema de actos verbales y no verbales por medio de los cuales expresa su visión de la situación, y por medio de la misma, su evaluación de los participantes, en especial de sí mismo. No importa que la persona tenga o no la intención de seguir una línea; descubrirá que en la práctica así lo ha hecho. En cuanto a los otros participantes, darán por supuesto que ha adoptado una posición en forma más o menos voluntaria, de manera que si quiere encarar la reacción de ellos frente a ella, deberá también tomar en consideración la impresión que puede haberse formado de ella. El reto para esta investigación es dilucidar si las líneas, los actos verbales y no verbales, la evaluación y las intenciones que se dan en la interacción virtual siguen los postulados de la interacción del mundo *offline*.

Dentro del estudio del sujeto psicosocial y la comprensión de la interacción entre los sujetos, la interacción cara-a-cara y la presentación de sí mismo, desde la perspectiva goffmaniana, se destacan la explicación de conceptos como: *definición de la situación como la presentación de sí mismo*, los cuales no constituyen dos procesos más o menos ligados, sino dos caras de un único proceso social. Esto permite ubicar con mayor precisión el análisis goffmaniano en el trasfondo de la teoría de la acción social, a través de estas cuestiones clave (Herrera y Soriano, 2004):

a. *Goffman reformula el concepto weberiano de acción social dotada de sentido*. Dicho en otros términos, para Goffman el sentido de la acción depende de las características de la situación interactiva y del contexto sociocultural en el que los individuos actúan. Por lo que respecta a las perspectivas interpretativas del actor y del observador, el sociólogo norteamericano señala que pueden divergir, en cuanto que el observador dispone de una doble clave de lectura. No sólo puede reconocer el sentido intencional atribuido por el actor, sino que también puede captar un segundo estrato de significados: aquellos aspectos y comportamientos sintomáticos, inconscientemente vislumbrados, que permiten integrar su interpretación de la acción del otro.

b. *La interacción siempre implica un complejo juego de interpretación de la acción recíproca*, que Parsons había sintetizado en el concepto de *doble contingencia*<sup>12</sup>. Sin embargo, Goffman va más allá del mismo Parsons en la profundización sobre tal concepto.

En el análisis de la conversación, sus aspectos rituales y sus implicaciones para la comunicación, Goffman (1971) se distancia de todos aquellos planteamientos lingüísticos y microsociológicos para los que la comunicación no es una dimensión o una consecuencia de la acción, sino que más bien se constituye como la fuerza productiva. Coherente con su perspectiva «realista», sin embargo considera que es necesario partir de la estructura de la acción social para comprender la estructura de la comunicación.

En conclusión, Goffman (1959) considera que para comprender la acción social es mejor empezar por lo exterior al individuo para, posteriormente, trabajar en lo interior, y no al contrario. Su análisis de la acción social se centra en tres elementos principalmente: el comportamiento del actor social en la escena, la forma en que se presenta en cuanto personaje, el papel que muestra seguir y el contexto interactivo en el que su performance se ubica. Para esta investigación se propone indagar respecto a estos tres elementos para comprender la interacción y la gestión identitaria y las estrategias de presentación de sí mismos en los jóvenes en el contexto social y tecnológico actual:

*1. El comportamiento digital del actor social:* Por medio de la descripción del uso que le dan los jóvenes a las redes sociales digitales (Facebook y blogs), se puede obtener una idea de cómo es el comportamiento de los jóvenes como actores sociales y cómo construyen el *sí mismo* a través de estos artefactos socio-técnicos y la mediación

---

<sup>12</sup> La doble contingencia es una problemática a la que debe poder responder la pregunta por lo social. Dicha problemática hace referencia a la situación interaccional en la que se encuentran dos partes (alter y ego) que poseen alternativas de acción y que reconocen la mutualidad de esa situación, tal como lo define Parsons y Shils (1968): Hay una doble contingencia inherente a la interacción. Por un lado, las gratificaciones del ego son contingentes respecto a su selección entre las alternativas disponibles. Por otro lado, la reacción de alter será contingente respecto a la selección del ego, y resultará de una selección complementaria por parte del alter.

de estos a procesos como los rituales de interacción, la gestión de imagen y;

2. *La forma en que gestiona su imagen, el rol que muestra seguir y la forma en que presenta su sí mismo:* Goffman (1959) consideraba al *sí mismo* representado como un tipo de imagen, por lo general estimable, que el individuo intenta efectivamente que le atribuyan los demás cuando está en escena y actúa conforme a su personaje o rol. Si bien esta imagen era considerada por el autor *en lo que respecta* al individuo, de modo que se la atribuye un *sí mismo*, este último consideraba, no deriva inherentemente de su poseedor sino de todo el escenario de su actividad, generado por ese atributo de los sucesos locales que los vuelve interpretable por los testigos. En esta investigación analizaremos la forma en que los jóvenes realizan su gestión identitaria a través de la presentación de *sí mismos*, en el mundo virtual e indagaremos cuáles son las estrategias de prácticas/acciones sociales de intercambio con los otros.

3. *El contexto interactivo en el que el performance se ubica:* Goffman (1959) consideraba que cuando un individuo aparece ante otros, proyecta, consciente e inconscientemente, una definición de la situación en la cual el concepto de sí mismo constituye una parte esencial. El contexto interactivo se vuelve una parte importante al momento de analizar el *performance* de los sujetos. En esta investigación se analizará las formas cómo se presentan ellos mismos (su imagen, personaje, perfil, etc.) ante los otros.

Una vez establecidos estos tres elementos, se proponen algunas reflexiones finales respecto a la actividad social del sujeto en estas plataformas, cuando se habla/escribe en las redes sociales digitales, se seleccionan recursos para llevar a cabo una actividad, estos recursos están *simbólicamente preestructurados*, dependen y están caracterizados por las capacidades de la interfase, recordemos que éstas han sido descritas en este marco referencial de la investigación. Estas capacidades y posibilidades de la plataforma Facebook y las redes sociales en general, contextualizan la interacción entre los sujetos. Este contexto, implica consecuencias para la gestión identitaria y la presentación de sí mismos, y cuando lo consideramos como un espacio público, una esfera pública en el sentido de Arendt, esto conlleva implicaciones para la identidad:

Ser visto y oído por otros deriva su significado del hecho de que todos ven y oyen desde una posición diferente. Sólo donde las cosas pueden verse por muchos en una variedad de aspectos y sin cambiar su identidad, de manera que quienes se agrupan a su alrededor sepan que ven lo mismo en total diversidad, sólo allí aparece auténtica y verdaderamente la realidad mundana (Arendt, p. 59., 1993).

Este tipo de intercambio, o dominio de la experiencia, es considerado como una interacción informal, que difiere de la clasificación de Goffman cara a cara, en el sentido presencial más no relacional, ya que se encuentra a medio camino entre la *oralidad* y la *escritura*. Debido a los cambios tecnológicos que hemos mencionado, en esta época estamos presenciando un cambio del ámbito privado-intimo de los sujetos, y vemos como éste se está haciendo cada vez más público. Es decir, los sujetos cada vez más interactúan, intercambian, comparten, se comunican, trabajan, negocian a través de estos canales o medios de comunicación que pueden configurarse según el espectro públicos o privados según la forma en que el sujeto se apropie del mismo.

#### **4.8 La identidad no se agota en el *autoconcepto***

Una vez descrito nuestro contexto y los anclajes teóricos, se proceden a realizar algunas consideraciones sobre el tema central de esta investigación, la *identidad* y el *sí mismo*, las cuales serán tomadas en cuenta a lo largo de este trabajo. Consideramos que la gestión de la *identidad* tiene que ver con la gestión de la *alteridad*, en cómo los seres humanos en relación consideramos al otro, es decir cómo cambiamos nuestra propia perspectiva por la del "otro", haciéndonos conscientes de la concepción del mundo a través de otro. Esto se debe en parte a la ontología relacional en la que vivimos, que nos ubica en constante relación con el otro (*alter*), implica que no somos seres aislados, es decir nosotros no existimos dentro (en) de nosotros mismos. Al respecto, Berger y Luckmann (2001) han señalado:

Los hombres producen juntos un *ambiente social* con la totalidad de sus formaciones socio-culturales y psicológicas. Ninguna de estas formaciones debe

considerarse como un producto de la constitución biológica del hombre (...). Así como es imposible que el hombre se desarrolle como tal en el aislamiento, también es imposible que el hombre aislado produzca un ambiente humano. El ser humano solitario es ser a nivel animal (lo cual comparte, por supuesto, con otros animales). Tan pronto como se observan fenómenos específicamente humanos, se entra en el dominio de lo *social*. La humanidad específica del hombre y su socialidad están entrelazadas íntimamente. El *homo sapiens* es siempre, y en la misma medida, *homo socius*. (Berger y Luckmann, 2001, p. 72).

Destacamos el carácter relacional y psicosocial del ser humano, y advertimos la importancia del dominio de lo social en el estudio de la identidad personal, del sí mismo y del yo. Consideramos imposible estudiar estos aspectos del ser humano sin considerar su contexto social y relacional. Las relaciones siempre ocurren en un espacio social específico, sean instituciones, en comunidades de sentido o en otros grupos, con esta investigación se quiere caracterizar y describir cómo se da la gestión de la identidad (*alteridad*) en un espacio social como las *redes sociales digitales*, así como la construcción del sí mismo de los sujetos.

Recordando a Berger y Luckmann (1997), la acción del individuo está moldeada por “el *sentido objetivo* proveniente de los acervos sociales de conocimiento y transmitido por las instituciones a través de las presiones que ellas ejercen para su acatamiento. En este proceso, el *sentido objetivado* mantiene una constante interacción con el *sentido constituido subjetivamente* y con proyectos individuales de acción”, p. 41. En esta misma dirección, el sentido también puede ser adscrito a la *estructura intersubjetiva de relaciones sociales* dentro de la cual el individuo actúa y vive. Por este motivo consideramos que explorar esta *estructura intersubjetiva de relaciones* que se evidencia en estos nuevos espacios sociales de interacción (las redes sociales digitales), como espacios pertinentes para aprehender los sentidos y acciones que se dan en la interacción en las redes, y que pueden inferirse a partir de los textos que son producidos por los jóvenes usuarios en estas plataformas comunicativas.

Sin embargo, el punto que nos parece relevante sobre el *sentido* y las acciones sociales en Berger y Luckmann (1997) y que nos será de gran utilidad tanto como para plantear la pertinencia de la investigación, así como en el análisis del corpus. Es que en lo que respecta al desarrollo primario de la identidad personal en las socializaciones primarias, los jóvenes usuarios desarrollan su identidad personal a partir de “la *comprensión y entendimiento* (cursivas mías) de las acciones de sus contrapartes y se sitúan a sí mismo en relación con las *reservas sociales de sentido* (cursivas mías)”. (p.44). El poder inferir el *sentido* de las acciones y actos nos permite explorar y entender la identidad personal en sus dimensiones subjetivas (el sí mismo asumido) y objetivas (el sí mismo atribuido), siendo posible de esta forma aprehender y caracterizar la gestión identitaria y la construcción del sí mismo.

La identidad personal sus respectivos procesos de gestión y construcción, constituyen un complejo y diverso ámbito de sentido del ser humano. No se tienen definiciones absolutas o corolarios para estos aspectos, sin embargo existen algunas consideraciones que comparten varios autores y son manejadas por la psicología social. En primer lugar se considera que la identidad no se agota en el autoconcepto, entendido éste como la imagen del yo-conocido que tiene cada persona, es decir la percepción que tiene el sujeto de sí mismo. Una definición de identidad o como aparece en las definiciones de Berger y Luckmann (2001) implica considerar que:

La formación del yo debe, pues, entenderse en relación con el permanente desarrollo del organismo y con el proceso social en el que los otros significativos median entre el ambiente natural y el humano. Los procesos sociales que determinan la plenitud del organismo producen el yo en su forma particular y culturalmente relativa (...) Por lo tanto, se da sobreentendido que el organismo y más aún el yo, no pueden entenderse adecuadamente si se los separa del contexto social particular en que se formaron (Berger y Luckmann, 2001, p. 71)

El carácter relacional y social de la identidad, del yo, y del sí mismo del ser humano, puede verse reflejado en la web social y en las redes sociales digitales, y es

aumentado por las capacidades y posibilidades que ofrecen estos artefactos (las cuales serán desarrolladas más adelante). Estos autores con respecto a la identidad personal (considerado como el yo en este caso) han postulado:

En otras palabras, el yo es una entidad reflejada, por que refleja las actitudes que primeramente adoptaron para con él los otros significantes: el individuo llega a ser lo que los otros significantes lo consideran. Éste no es un proceso mecánico y unilateral: entraña una dialéctica entre la auto-identificación y la identificación que hacen los otros, entre la identidad *objetivamente* atribuida y la que es *subjetivamente* asumida. La dialéctica que se presenta en todo momento en el que el individuo se identifica con sus otros significantes, resulta por así decir, la particularización en la vida individual de la dialéctica general de la sociedad, que ya analizamos antes (Berger y Luckmann, 2001, p. 167).

Consideramos imposible dar cuenta de cualquier aspecto relativo a la identidad, el sí mismo o el yo construido, sin tomar en consideración el contexto y la alteridad que caracterizan las interacciones a partir de las cuales se generan.

Las experiencias personales se convierten en *acciones* o *actos*, cuando el individuo las conecta con una motivación o fin determinados (Schütz y Luckmann, 1974, p. 253). Pero el individuo sólo posee acceso a sus propias experiencias. Para que estas experiencias sean identificadas como *actos* y para que éstos puedan ser interpretados por los demás, el individuo muestra una correlación entre un *acto* o *enunciado* y un comportamiento lingüístico determinado. En dicho comportamiento lingüístico se suministran diversos *indicadores* mediante los cuales el *sentido* de un enunciado puede ser *reconocido e interpretado* por los demás de acuerdo a sus propias experiencias tipificadas y los supuestos cognitivos relacionados con ello. De la misma manera, el individuo interpreta el sentido de los actos formulados por los demás participantes por medio de las estrategias de comportamiento seguidas por éstos y a través de las propias experiencias personales y supuestos cognitivos de él. Como consecuencia, el sentido de un *acto* o *enunciado* no es determinado por el propio individuo, sino por los

demás (Schütz y Luckmann, 1974). Con ello la realidad social es constituida de manera *intersubjetiva* y no de manera individual.

Otros autores como es el caso de Giddens (1991), también han hecho algunas contribuciones importantes al concepto de identidad, asumiendo que “la identidad propia no es un rasgo distintivo que posee el individuo. Es el yo entendido reflexivamente por la persona en virtud de su biografía” p.35. Consideramos que una de las mayores inquietudes de esta investigación es el corroborar y contribuir con la concepción relacional y compleja sobre la identidad, en contraposición a la concepción esencialista que existe en la Psicología tradicional sobre identidad. La identidad no se agota en el autoconcepto, es relacional, influenciada por la historia del sujeto y fuerzas sociales que operan sobre el individuo y frente a las cuales el individuo actúa y define su sí mismo.

En este sentido Giddens (1991) afirma que, “ser un ser humano es comprender (...) tanto lo *que* se está haciendo como *por que* se está haciendo (...) el contexto del orden pos-tradicional, el yo se convierte en un proyecto reflexivo” pág. 53. Hemos considerado el carácter reflexivo de la identidad y del ser humano, donde cada actividad que realiza cada sujeto, se muestra como una oportunidad de reflexión que conforma su identidad, y se establecen como estrategias para presentarse ante los otros.

Otro aspecto que hemos considerado es el la influencia de las tecnologías sobre la identidad, según lo expone Giddens (1991), es que uno de los rasgos distintivos de la modernidad es la interconexión creciente entre los dos extremos de la extensionalidad y la intencionalidad: las influencias globalizadoras, por una parte, y las disposiciones personales, por la otra. Cuanto más pierden su dominio las tradiciones y la vida diaria se reconstituye en virtud de la interacción dialéctica de lo local y lo global, más se ven forzados los individuos a negociar su elección de tipo de vida entre una diversidad de opciones. La planificación de la vida organizada de forma reflexiva se convierte en el rasgo central de la estructuración de la identidad propia

Giddens (1991) considera que la construcción de la identidad en el periodo de la “modernidad tardía” impacta sobre los procesos identitarios, consideramos que esta investigación ha permitido verificar el efecto de la globalización en la identidad, el ascenso de la sociedad red ha puesto en tela de juicio los procesos de construcción de

la identidad durante ese periodo, con lo que induce nuevas formas de cambio social. Ello se debe a que la sociedad red se basa en la disyunción sistémica de lo local y lo global para la mayoría de los individuos y grupos sociales. También por la separación en diferentes marcos temporales del poder y la experiencia. Así pues, la planificación reflexiva de la vida se vuelve imposible, excepto para la élite que habita el espacio atemporal de los flujos de las redes globales y sus localidades subordinadas. Y la construcción de la intimidad basada en la confianza requiere una redefinición de la identidad completamente autónoma frente a la lógica interconectora de las instituciones y organizaciones dominantes.

La relevancia de estas consideraciones, no sólo nos enmarca dentro de la perspectiva socioconstruccionista, sino que nos dan luces acerca de qué elementos debemos prestar atención en un espacio social tan complejo como lo son las redes sociales digitales, para explorar y analizar los procesos identitarios que se gestionan en estas redes. Habiendo dejado clara la postura ontológica y epistémica, que brindan algunas ideas que guían nuestra labor reflexiva y analítica en el desarrollo de la misma. Una última reflexión respecto al trabajo en estos nuevos entornos comunicacionales como indica Cuadra (2010) haciendo referencia a los aportes teórico comunicacionales del modelo lingüístico<sup>13</sup> de Roman Jakobson (1975) y la Teoría de la Acción Comunicativa<sup>14</sup> de Jürgen Habermas, que señalan los vectores para pensar la

---

<sup>13</sup> En este modelo el emisor corresponde al que emite el mensaje, el receptor que recibe el mensaje, es el destinatario. El mensaje es la experiencia que se recibe y transmite con la comunicación. Se necesita además de: El código lingüístico que es: “un conjunto organizado de unidades y reglas de combinación propias de cada lengua natural”. Y el canal, que permite establecer la comunicación entre emisor y receptor. Se establecen así, seis funciones esenciales del lenguaje inherentes al proceso de comunicación lingüística. Por lo tanto las funciones del lenguaje son la emotiva, conativa, referencial, metalingüística, fáctica y poética. En Bermeosolo, J. (2007). *Psicología del lenguaje: Capítulo III: Funciones del lenguaje*. Ediciones. PUC. Chile.

<sup>14</sup> El concepto de *acción comunicativa* es una de las bases que estableció Habermas para estructurar su Teoría crítica de la modernidad. Habermas observa cómo la interacción social del ser humano pasa de estar basada en ritos y en lo sagrado a la potencia del signo lingüístico, con la fuerza racional de las verdades sometidas a crítica. Las estructuras de acción comunicativa orientadas a un acuerdo se vuelven cada vez más efectivas tanto en la reproducción cultural

comunicación: los modelos *psicogenéticos* y las teorías comunicativas *sociogénéticas*.

Consideramos que este trabajo requiere de un nuevo vector para pensar el fenómeno comunicacional, como indica Cuadra (2010): una teoría comunicacional en red de índole *tecnogénica*. Donde se resalta el papel constitutivo de la *tekhné* en la fenomenología comunicacional. Sostenemos que la actual convergencia tecnocientífica, tanto logística como de transmisión, ha transformado no sólo los códigos y lenguajes de la comunicación sino el fenómeno mismo de la comunicación, en su dimensión psíquica y social. Deseamos describir el papel cada vez más preponderante de las tecnologías en el ámbito comunicacional, al punto de transformar las dimensiones propiamente *psicogenéticas* el fenómeno así como las prácticas e interacciones sociales asociadas a él.

#### **4.9 La construcción de la identidad y la *alteridad*.**

La construcción de la identidad tiene una estrecha relación con la alteridad, ya vimos en el apartado anterior, existen implicaciones psicosociales. Como sugiere Guerrero Arias (2002) todo proceso de construcción de identidad se inicia con la necesidad de autorreflexión sobre sí mismo, la mismidad, que hace referencia a la imagen o representación de un “*sí mismo*”, que nos permite decir “*yo soy*” esto o “*nosotros somos*”. Esta es la primera fase de este proceso. Hay que entender el proceso de construcción de la identidad en forma dialéctica. Esto implica rebasar la mera “mismidad” para poder ver, que es en relación de alteridad en el encuentro dialogal con el “otro” como se puede reflexionar sobre sí mismo y reconocer y reafirmar su existencia.

La identidad no se construye en el vacío, sino en una situación relacional, en una continua dialéctica de la alteridad. En esta relación de alteridad todo proceso de pertenencia, construye otro de diferencia. Al igual que la mismidad, la otredad es consubstancial a la construcción de la identidad, ya que ésta solo es posible en la alteridad; siempre frente al “yo” está un “alter”, “el otro” y frente al “nosotros” están los “otros. No existe la “mismidad” sin la “otredad”. No existe identidad sin alteridad

---

como en la interacción social o en la formación de la personalidad. En Habermas, J. (1987). *Teoría de la acción comunicativa*. Taurus: Madrid

Guerrero Arias (2002).

La identidad es por tanto una construcción dialógica que se edifica en una continua dialéctica relacional entre la identificación y la diferenciación, entre la pertenencia y la diferencia; esto implica el encuentro dialogal, la comunicación simbólica con los “otros”. Es en las relaciones de alteridad, solo en el encuentro, en el diálogo con un “alter”, con el “otro”, en donde se resuelve lo que nos es propio y lo que nos hace distintos, así como poder saber lo que soy, lo que somos y lo que me o nos hace diferentes.

Esta construcción dialógica de la identidad efectivamente es *dialéctica relacional* en las redes sociales digitales, pero se deben agregar nuevos elementos contextuales, como las características y posibilidades de estos artefactos tecnológicos (sincronicidad, interactividad, ubicuidad, instantaneidad, etc.) que deben ser considerados como elementos que imponen nuevas reglas de juego en el interacción social y que afectan el proceso de construcción de identidad. Con respecto a la gestión identitaria recordemos que es propositiva en las redes sociales digitales, ya que gracias a estas posibilidades los usuarios eligen que elementos simbólicos sobre ellos mismos van a mostrar, en dónde, a cual audiencia, y en qué momento hacerlo.

No se trata entonces de extender los mismos principios de la construcción de identidad que fueron desarrollados observando las interacciones cara a cara, antes de la revolución digital, si no de tener una visión crítica y abierta frente a este nuevo espacio social, donde los significados están intervenidos por el otro y lo privado se ha vuelto público. La red que exploraremos para caracterizar la identidad y el sí mismo (sus gestiones y estrategias) no es la misma que la de los años 90. Se ha hecho transparente, ha madurado, las personas se han atrevido a ser quienes son, como lo son en el mundo real.

Inclusive, refiriéndonos a los cambios tecnológicos que han afectado la vida cotidiana de las personas, podemos decir que se han *empoderado* en el sentido de Reig (2010) en cuanto al aprendizaje de la diversidad, a la liberación favorable de la autoexpresión, al acercamiento entre lo que queremos ser y lo que somos en el viaje que hacemos a través de la red hacia nosotros mismos, es un proceso de madurez. La identidad de individuo conectado está aumentada, somos auténticos en las redes

sociales.

#### 4.10 La hiperrealidad y el Facebook

El filósofo y sociólogo Jean Baudrillard es citado en esta investigación debido a la importancia de sus aportes para entender el contexto de nuestra investigación, ya que mucho antes de la emergencia de las redes sociales digitales, trabajó no sólo analizando la posmodernidad y la filosofía del postestructuralismo, sin embargo nos resulta relevante revisar su ensayo sobre “la precisión de los simulacros” contenido dentro de la obra *Cultura y Simulacro* (1977). Este autor afirmaba que en esta era postmoderna que nos ha tocado vivir, el territorio y su orden geométrico espacial ha dejado de existir, y en su lugar se ha instalado su representación; como si aquel imperio -afamado por sus mapas perfectos, y citado (imaginado) por Jorge Luis Borges en el poema “Del Rigor en la Ciencia”- hubiera tomado posesión de nuestro espacio perceptible, y en aquel lento e inexorable proceso, perdimos la capacidad de distinguir al territorio (realidad) del mapa (representación).

Esta reflexión acerca de la realidad y la representación, entendiendo esta realidad como la vida cotidiana, las interacción cara a cara y la representación como la fachada, *face* interactiva, o sí mismo presentado por medio de las redes sociales digitales por parte de los jóvenes usuarios. Hacen revisar los conceptos de *hiperrealidad*, *mass media*, territorio (realidad), mapa (representación), etc., que pueden ser marcos de referencia y antecedentes útiles para caracterizar y analizar el fenómeno de la redes sociales digitales, y la interacción e información que se intercambian entre los jóvenes usuarios a través de sus actuaciones (escritura de su estado o estatus de Facebook, en nuestro caso).

Los límites entre realidad y representación hace buen tiempo que andan cuestionados, sin embargo, lo que parece ser un signo particular de los tiempos que corren es nuestra dificultad para identificar la representación y separarla de aquello que busca representar (que antaño denominábamos; realidad). Para Baudrillard con la industrialización se produjo una mayor separación entre realidad y representación que, en los últimos años, ha alcanzado cotas insospechadas y la “realidad virtual” no es más una copia de la realidad sino que la antecede y la define. El mapa traza una nueva

topografía que presenta y define el territorio que percibimos.

Jean Baudrillard lo describe con estas palabras:

La abstracción hoy no es ya la del mapa, el doble, el espejo o el concepto. La simulación no es ya la de un territorio, una existencia referencial o una sustancia. Se trata de la generación de modelos de algo real que no tiene origen ni realidad: un “hiperreal”. El territorio ya no precede al mapa, ni lo sobrevive. De aquí en adelante, es el mapa el que precede al territorio, *es el mapa el que engendra el territorio*; y si reviviéramos la fábula (se refiere al poema de Borges) hoy, serían las tiras de territorio las que lentamente se pudren a lo largo del mapa. Es lo real y no el mapa, cuyos escasos vestigios subsisten aquí y allí: en los desiertos que no son ya más del Imperio, sino nuestros. El desierto de lo real en sí mismo. (Baudrillard, 1977, p.6)

Usando la metáfora de Baudrillard, el mapa sería las redes sociales digitales como plataformas de realidad o medios virtuales que definen el territorio, es decir la realidad percibida o dada por hecha por los usuarios de las redes sociales. La posibilidad de explorar esta área de interés psicosocial, sobre cómo los jóvenes gestionan su imagen y construyen (o al menos presentan) su sí mismo en relación a los demás, resulta novedosa y relevante para la investigación psicosocial y en las ciencias sociales en general. Nos encontramos frente un nuevo medio, contextos, formas, generaciones, conocimientos, habilidades y posibilidades que afectan nuestra forma de relacionarnos, de gestión identitaria, la concepción de realidad, y expresarse, por sólo nombrar algunos. Esperemos que estas ideas hayan servido de conectoras con la fundamentación socioconstruccionista, lo real existen por y en la comunicación.

#### **4.11 Las funciones y posibilidades que ofrece la red social Facebook**

Procedemos a describir las funcionalidades, características y posibilidades que poseen las redes sociales digitales (Facebook en nuestro caso), que han sido elegidas como foco en nuestra investigación y que son consideradas como nicho de los recursos

simbólicos preestructurados que sirven en la presentación del sí mismo. A continuación describimos las funciones del FB que serán descritas para tener una visión de las posibilidades y características, así como indagar acerca de cuales son las más utilizadas por las personas en estudio:

**Chat** Es el servicio de mensajería instantánea de Facebook, permite a los usuarios *comunicarse* y *conversar* en tiempo real con sus *amigos* que estén conectados. Aunque esta función no está disponible en todos los equipos móviles y celulares, para los usuarios que poseen *Blackberry* si lo está, ampliando la posibilidad de usar este servicio en cualquier lugar sin necesidad de usar una computadora.

**Amigos** Ser amigo de alguien significa enviar una solicitud de amistad en Facebook, también es posible remover a alguien de esta lista de amigos. Los perfiles de Facebook pueden ser configurados por los usuarios para restringir el acceso a aquellos usuarios que no son amigos, por ejemplo, bloqueando el acceso a las fotos o su información personal. Esto resulta una estrategia de gestión de identidad, ya que el hecho de poder regular la privacidad y la información sobre el sujeto, nos puede indicar si esta persona quiere ser vista por todos (público) o sólo por sus amigos (privado).

**Me gusta**  Los usuarios de Facebook, pueden opinar mediante la función “Me gusta” o “*Like*” en inglés, si les gusta: los estados de estatus o actualizaciones, comentarios, fotos, y enlaces colocados por sus contactos u otros usuarios, así como también la publicidad. Cuando esto sucede automáticamente se le notifica al usuario u amigo que la persona le “gustó” el contenido o información que colocó. La intención de esta función, definida por la empresa Facebook, es “dar un feedback positivo y conectarte con las cosas que a ti te gustan”. Sin embargo algunas personas han mostrado quejas respecto a esta función, puesto que no refleja la totalidad de opiniones o comentarios que una persona puede sentir respecto al contenido que les “gusta”.

**Mensajes y Correo** Esta ha sido una de las funciones que ha estado desde que inició el sitio. Permite a los usuarios enviarse mensajes entre ellos y comunicarse. Es una función que permite más discreción al compartir la información ya que sólo será vista por los usuarios que ha incluido.

**Redes, Grupos y Páginas de Fan** La plataforma permite crear diferentes redes y grupos a los cuales muchos usuarios pueden unirse. También permite controlar las configuraciones de privacidad en estos grupos y redes. Los grupos son usados para discutir, crear eventos, etc. y son una manera de incentivar a que un número indefinido de personas se reúnan de manera *online*, para compartir información y discutir temas específicos. También son usados por el sector público y privado y compañías, para estar en contacto e incentivar la participación de sus contrapartes (ciudadanos, clientes, interesados, empleados, etc). Un grupo incluye: miembros, contenido de las noticias, contenido de muro, fotos, y otros elementos que han sido colocados por los usuarios.

Las páginas de fan son similares a los grupos, pero permite que las personas se reúnan alrededor de una persona, producto, servicio o concepto. Estas páginas se parecen mucho a perfiles, con algunas diferencias, los perfiles públicos están integrados con el servicio de publicidad de Facebook, que permite a los usuarios de estos perfiles promocionarse fácilmente a otros usuarios. También permite enviar actualizaciones a sus “fans”, y también tienen acceso a análisis e información sobre sus fans.

**Noticias** Se trata de una página, donde los usuarios pueden ver una lista que se actualiza constantemente la actividad de sus “amigos”. La información que se publica en las noticias incluyen: cambios de perfil, próximos eventos, y cumpleaños entre otras actualizaciones. Esta función también muestra las conversaciones que suceden en el muro de los otros amigos.

**Notificaciones** Las notificaciones son avisos a eventos como por ejemplo, compartir un enlace en el muro de un amigo o las respuestas a comentarios previamente realizados, éstos aparecen inmediatamente como un mensaje que se despliega al fondo izquierda de la pagina (si el usuario está online), y un contador rojo es actualizado en la barra de herramientas, esto permite al usuario hacerle seguimiento a sus notificaciones más recientes.

**Fotos** Se calcula que existe aproximadamente 5mil millones de fotos de usuarios, y se suben aproximadamente 85 millones de fotos diariamente (según Facebook), por cantidad de número significa entonces que es el lugar de Internet en el mundo donde están guardadas la mayor cantidad de fotos. Una de las capacidades que se ofrecen en la función de “etiquetado” o *tag* a los usuarios, donde a través de esta función el usuario

puede identificar a las personas que son sus amigos en las fotos donde éstos aparecen, aunque muchas veces se etiqueta no porque la persona aparezca en la foto, si no sólo para llamar la atención de éste hacia cualquier fotografía que se coloque.

Las fotografías entonces se muestran como herramientas y estrategias de primera línea que crean y comunican una imagen de la persona que está conformando su perfil. Consideramos en esta investigación que la observación de este contenido que se coloca como fuente de información personal que se comparte de la misma manera que en el mundo real.

**Toque o *Poke*** Esta función tiene la intención de ser un gesto para atraer la atención de otro usuario. Muchos usuarios utilizan esta función para saludar a sus contactos y se trata de una funcionalidad que sólo notifica que has sido “tocado” por otra persona para llamar tu atención, pero no tiene otro propósito más que eso.

**Actualizaciones de estatus o estado** Esta función llamada *status updates* en inglés, Tiene una opción llamada actualizaciones de estatus o estado (*status updates*) que permite a los usuarios colocar mensajes para que todos sus amigos lo lean (también podemos seleccionar el amigo o el grupo a quien se destina el estado). Los amigos a su vez, pueden responder a estos comentarios y presionar el botón de “Me gusta” para demostrar que disfrutaron haber leído el estatus. Cuando un usuario hace esto simultáneamente esto aparece en el muro de la persona y también en la sección de actualizaciones recientes de sus amigos.

Originalmente el propósito de esta opción era permitir a los usuarios informar a sus amigos acerca de su “estado” actual (por ejemplo, sentimientos, vida cotidiana, o acciones) refiriéndose en tercera persona (por ejemplo, Juan está feliz o Daniel está con Roberto en su casa). Sin embargo, los usuarios ya no ven esto y en el 2007 se introdujo la pregunta: ¿Qué estás haciendo ahora? Para volverla a cambiarla en el 2009 a “¿Qué tienes en mente?”

Se han seleccionado los enunciados como una parte importante de nuestro corpus investigativo, como el *texto*, que será analizado como actos de habla y a partir del cual se harán las inferencias sobre la gestión identitaria de los jóvenes usuarios y los recursos que usan para construir el sí mismo que se presentan en el mundo virtual.

Más detalles acerca de los criterios y la justificación podrán ser encontrados en el marco metodológico de este trabajo.

**Muro** Es un espacio en el perfil de cada usuario que permite a los amigos colocar mensajes o para que el usuario pueda ver la hora y la fecha en que el mensaje fue escrito. El muro de un usuario es visible a todo aquel que pueda ver el perfil completo del usuario, así como también la actividad del usuario y lo que coloca en el muro es mostrado en las noticias o news feed de sus amigos o contactos. Muchos usuarios usan el muro de sus amigos para dejar notas temporales y cortas, mientras que las discusiones mas privadas son hechas a través de mensajes que son dejados en el buzón del otro usuario, y son sólo visibles por éste, esta modalidad es muy parecida al email. Desde julio del 2007, Facebook permitió a los usuarios colocar *attachments* o archivos adjuntos (enlaces, videos, fotos, etc.) ya que antes solo estaba limitado a sólo texto.

La forma en que está concebida cada una de las herramientas de esta plataforma está dirigida a fomentar la conversación, la interacción y el contacto entre los usuarios. En este sentido, las capacidades técnicas (inmediatez, sincronidad, y flexibilidad) fomentan de una u otra forma las relaciones entre los sujetos que ya son conocidos como aquellos que son extraños. El reto de la investigación en este campo, es determinar cómo se dan estos procesos dialecticos entre las capacidades técnicas y humanas, y como las personas se adueñan de ellas y si se cumple o no el objetivo de las funciones.

**Eventos** Los eventos son una forma que tienen los usuarios de hacer saber a sus amigos de los próximos eventos en su comunidad y de organizar reuniones sociales. En esta función se puede colocar el nombre del evento, la red a la cual (u organización) pertenece, el nombre de quien lo convoca, el tipo de evento, a qué hora comienza, la locación y la lista de invitados. Estos eventos pueden ser públicos o privados. Los eventos privados no pueden ser encontrados en las búsquedas realizadas por Facebook, y sólo pueden visualizarse si has sido invitado. Aquellos que no han sido invitados no pueden ver la descripción, el muro o cualquier otra información sobre el evento. Es relevante ver, que a diferencia de los eventos del *mundo real*, todos los eventos son tratados como entidades separadas (cuando en la realidad es que algunos

eventos pueden derivar en otros eventos, ir a un evento puede implicar ir a otros).

No se pretende ser exhaustivo en este segmento, ya que es importante conocer las capacidades de las herramientas de esta red social digital, para poder comprender y tener una visión acerca de los objetivos, finalidades y dinámicas que tienen estas herramientas. Tras esta descripción podemos reflexionar acerca de aquellas herramientas y estrategias que emplean y se apropian los jóvenes usuarios para gestionar su identidad. La visión con la cual nos acercamos a este campo exige tener una postura abierta, analítica y crítica respecto a los datos y texto que se van a analizar, a opinión personal se trata de analizar algo que los humanos venimos haciendo por miles de años, pero en un entorno totalmente distinto.

#### **4.12 Los contextos digitales, socio-culturales y el sí mismo: el *facebook status***

Una vez desarrolladas las funciones y capacidades de la plataforma, hemos querido dedicar este apartado a explicar la relación que existen entre los contextos digitales y socioculturales y el sí mismo, expresados en las actividades que realizan los sujetos en estas redes, específicamente el estatus de Facebook. Consideramos los contextos digitales como espacios de comunicación, interacción y expresión de los sujetos usuarios (jóvenes en nuestro caso), y las redes sociales digitales poseen artefactos y posibilidades que permiten estos procesos, se trata también de un contexto tecnológico particular. Dentro de las múltiples funciones y aplicaciones que ofrecen las redes sociales digitales como contexto de construcción y expresión del *sí mismo* de los jóvenes en relación con los otros, hemos decidido observar a los *estados* o *estatus de Facebook*; que no son más que una función que posee la red social Facebook, y también en la red Twitter (pero usada aquí con otros fines).

Si entendemos a las redes sociales digitales como contextos que poseen características y condiciones específicas que influyen en la forma que los jóvenes usuarios se comunican actualmente, podemos considerar a estos contextos como medios y formas de expresión a través de los cuales podemos evidenciar la construcción del sí mismo, a través de las *huellas* o marcas personales particulares con las que se escribe y publica en el *status* o estado de usuario, tanto de Facebook como

Twitter y otras plataformas de intercambio.

Esta función de la red social digital Facebook, es referida en inglés como “*status updates*” o actualizaciones de *estatus* o *estado* como se le conoce en español. Es usada para colocar mensajes para que todos los *amigos*<sup>15</sup> o contactos del usuario lo lean. De esta manera sus *amigos* pueden responder con sus propios comentarios, y también respondiendo si es de su agrado el mensaje leído (botón de *me gusta* o *like* en inglés). Cuando un usuario hace esto aparece en el *muro*<sup>16</sup> y también es notificado al usuario en la sección de “recientemente actualizado” de los otros contactos. Originalmente, el propósito para esta función era permitir a los usuarios que informaran acerca de sus “estatus” actuales (por ejemplo cómo se sentían, circunstancias, o acciones) refiriéndose a ellos mismos en tercera persona (por ejemplo, “José está feliz” o “María está con Roberto en su casa”). Sin embargo actualmente los usuarios no se les solicita que escriban en tercera persona. Esta plataforma eliminó el prefijo: “Usuario está...” y a partir de diciembre del 2007 este requisito fue removido. También fueron introducidas las preguntas: “¿Qué estás haciendo?” y “¿Qué tienes en mente?” donde esta última es la que queda actualmente y es la que sugiere qué colocar a los usuarios.

Los usos que le dan los usuarios a esta función de la red social van más allá de contestar a estas preguntas sugeridas por la aplicación, y se encuentran dentro de uno de los objetivos específicos de esta investigación, se espera que la exploración, inferencia y análisis de todo el corpus investigativo, proporcionen categorías e información valiosa respecto a la construcción del sí mismo en los jóvenes usuarios en las redes sociales digitales (Facebook). Consideramos relevante reseñar algunas investigaciones realizadas por científicos sociales en los contextos digitales y el sí mismo.

---

<sup>15</sup> Es la forma en que son llamados los contactos o conocidos de los usuarios en algunas redes sociales digitales, esto sin embargo no significa que la persona usuaria sea realmente amigo de sus “amigos” usuarios, se conozca o tenga otro tipo de relación.

<sup>16</sup> El *muro* es el espacio en cada página de perfil del usuario, donde los amigos colocan mensajes para el usuario, y simultáneamente es registrado la fecha y hora en la cual fue escrito el mensaje. Al principio permitía sólo colocarse texto, pero actualmente pueden colocarse vínculos y contenido multimedia (fotos, sonido, vídeos, etc).

La especificidad de cada contexto relacional, y con esto nos referimos a cada artefacto tecnológico (en nuestro caso Facebook), posee características y capacidades particulares que definen la experiencia relacional y la interacción entre los sujetos, es decir cada plataforma, cada red social, es diferente. Al acercarnos a la vida de los jóvenes usuarios, ubicada en las intersecciones del mundo *online* y *offline* se debe considerar la importancia y particularidad de cada contexto, prestando atención al estatus social del sujeto. En este aspecto, la investigación de Sunden (2003) citado por Rybas y Gajjala (2007) explora la producción de identidades en las plataformas MOOs<sup>17</sup> (*Multi-user-domain object-oriented* o dominios multi usuarios orientados a objetos), que son comunidades virtuales sincrónicas e interactivas, basadas en texto. Sunden (2003) indica que la distancia (*espacial/física* y la *mente/cuerpo*), es creada por los programadores y los sujetos con quien interactúan en estas interfaces digitales (computadoras), esta investigadora indica:

Esta distancia está introducida en el nivel de los mundos *online* basados en texto, a través del acto de programar, y más adelante reforzado por la tecnología mediada por computadora. Por medio de la programación, uno se introduce en la existencia, pero al mismo tiempo se crea una cierta brecha en esa construcción. La mediación entre estas diferentes esferas, es decir la creación de textos por medio de las computadoras, hace particularmente claro el espacio que existe entre mi persona y la comprensión de este *self*. Consideramos que un sujeto no puede tener un acceso directo e inmediato a él mismo, es decir, lo que él/ella escribe y lo que está por escribir no pueden ser vistos como una unidad, los ciber sujetos son siempre al menos, sujetos dobles (Sunden, 2003, p. 4).

La acción de producir el *sí mismo* en ese ambiente es promulgada por medio de la programación; sin embargo la agencia particular del participante es producida por medio del acto de escribir y la programación que resulta de sus conocimientos

---

<sup>17</sup> MOOs hace referencia a un sistema de realidad virtual basado en texto, en el cual múltiples usuarios (jugadores) están conectados al mismo tiempo.

socioculturales, memorias, historias, patrones y negociaciones corporizadas. En otras investigaciones (Rybas y Gajjala, 2007) se argumenta que la praxis etnográfica en ambientes tecnológicamente mediados incluye tanto la producción, como el consumo de artefactos tecnológicos. Esta posición implica que el comportamiento y las actividades no proceden de las características de este artefacto pero si de las condiciones y contextos socioculturales dentro del cual este artefacto ha sido creado y usado. En estos casos, el investigador se convierte en un usuario y entra en el ambiente que estudia para vivir, trabajar, y hacer cosas dentro y con estos espacios. Esta filosofía de investigación enfatiza hacer tecnología y construir ambientes tecno espaciales.

#### **4.13 Las posibilidades en las redes sociales digitales. ¿Aumenta la sociabilidad entre los seres humanos?**

Para empezar a describir las características y posibilidades que las redes sociales digitales proporcionan a sus usuarios para las relaciones y la interacción entre ellos mismos, tendríamos que hacer una extensa radiografía sobre cada red social digital disponible, puesto que las posibilidades, capacidades, y características son muy numerosas y diferentes entre cada red social. Sin embargo, antes de describir las características y funciones de la red social digital que nos incumbe para esta investigación (ver siguiente apartado), haremos algunas consideraciones que son pertinentes para entender el contexto psicosocial y tecnológico y como éste está afectando nuestra forma de relacionarnos, a los medios a través de los cuales interactuamos, y nuestro comportamiento.

Se han realizado en los últimos años numerosas investigaciones sobre la naturaleza de procesos sociales como el afecto, la confianza y la empatía, y como éstos tienen correlatos biológicos observables gracias a la disponibilidad de técnicas de visualización a través de escáneres y resonancias magnéticas. Por ejemplo, una investigación llevada a cabo por la Royal Society of Biological Sciences, demostró a través de resonancias magnéticas cerebrales, que existe un vínculo directo entre el número de contactos o amigos de Facebook que una persona tiene y el tamaño de ciertas partes del cerebro (Kanai, Bahrami, Roylance y Rees, 2011).

Esta investigación, reconoce que “la ubicuidad creciente de los servicios de

redes sociales en la web, es una característica notable de la sociedad moderna”. Así mismo, considera que el grado en el cual los individuos participan en estas redes sociales digitales varía substancialmente por razones que no están claras. También, se demostraron las bases biológicas de esta variabilidad, ya que pudo comprobarse que la variación cuantitativa del número de amigos que un individuo tiene en una red social digital predecía fiablemente el grado de densidad de materia gris en el surco temporal superior derecho, en la circunvolución temporal media y en la corteza entorrinal. Estas regiones han sido implicadas en la percepción social y en la memoria asociativa, respectivamente (Kanai, Bahrami, Roylance y Rees, 2011).

Así mismo también se demostró que la variabilidad en el tamaño de los grupos de amigos *online* estuvo significativamente correlacionada con el tamaño de las relaciones de amistad íntimas del mundo *real*. Esto no significa que una persona que tenga muchos contactos o amigos en las redes sociales digitales, necesariamente tenga muchos amigos físicos reales. Simplemente demuestra que orgánica y biológicamente las mismas capacidades cerebrales y cognitivas que son usadas en la gestión de relaciones cara a cara y en el mundo físico, son usadas en las relaciones establecidas de forma *online*.

La investigación en esta área supone que desde ambos ámbitos científicos (el clínico-cuantitativo y el social-cualitativo) se está considerando el impacto que tiene la tecnología en nuestra forma de relacionarnos y sobre nuestro cerebro. Aunque esta investigación se enmarca dentro del paradigma socioconstruccionista y cualitativo resulta interesante poder integrar investigaciones que nutren el análisis y amplían nuestro entendimiento sobre la relación y el efecto que produce este cambio en el contexto social y tecnológico en las relaciones humanas y nuestro comportamiento.

Otro experimento fue llevado a cabo por el neuroeconomista Paul Zak<sup>18</sup> donde

---

<sup>18</sup> Paul Zak es un economista de la Universidad de Pennsylvania, se le acredita haber utilizado por primera vez el término “Neuroeconomía” y ha sido pionero en esta nueva disciplina que integra la economía con la psicología, la biología, y la neurociencia. Organiza y administra el primer curso doctoral en Neuro economía del mundo en la Universidad de Claremont. En el 2004 el laboratorio del Dr. Zak descubrió que un químico de nuestro cerebro, la oxitocina, nos permite determinar en quien confiar. Estos aportes están siendo usados para entender cómo funcionan

demonstró que el uso de las redes sociales digitales disparan, del mismo modo que otros entornos de interacción en la vida real, los niveles de oxitocina y a su vez los circuitos químicos de la confianza y la generosidad. En este sentido se considera que en la era de las TICs muchos comportamientos humanos se vuelven medibles y susceptibles de procesamiento, generando la necesidad que los psicólogos los dominemos. Podemos considerar que estos nuevos medios sociales, le otorgan una mayor relevancia y un nuevo campo de acción al trabajo e investigación a disciplinas que habían quedado de cierto modo “estancadas” como la sociología y la psicología social.

Este experimento demostró que la e-conexión o interacción online es procesada por el cerebro del mismo modo que una conexión cara a cara. Este experimento consistió en que a un sujeto se le extrajo una muestra de sangre antes de que empezara a utilizar la red social digital Twitter y a *twittear*. La pregunta de investigación que se quería responder era: ¿podrá la interacción en las redes sociales digitales incrementar sus niveles de oxitocina? ¿su cerebro reaccionará al acto de twittear de la misma manera que en una conversación en una cena con amigos de confianza?

Después de haber utilizado la plataforma durante un tiempo específico (10 minutos) y haber intercambiado y conversado por esa plataforma con sus amigos y conocidos, se le extrajo otra muestra de sangre, dando por finalizado el experimento. Los resultados mostraron que los niveles de oxitocina se incrementaron 13,2%. Así como los niveles de las hormonas de estrés, cortisol y ACTH disminuyeron 10,8% y 14,9% respectivamente. Estos resultados están relacionados, ya que la segregación de oxitocina que se produjo durante la interacción en la red social digital, redujeron el nivel de hormonas de estrés. Es decir el cerebro interpretó los *tweets*, como si estuviera interactuando directamente con la gente que le importa o le produce empatía. Es decir estas e-conexiones son procesadas por el cerebro como las conexiones que se dan en persona.

---

las civilizaciones modernas y sus economías, mejorar las negociaciones, tratar pacientes con desordenes neurológicos y psiquiátricos, y recientemente en la investigación sobre las redes sociales digitales y la solidaridad. Obtenido el 10 de octubre de 2011 de <http://www.cgu.edu/pages/473.asp>

## 5. Marco Metodológico

Nos enmarcamos en la investigación cualitativa, el autor Vasilachis de Gialdino (2006) considera que esta orientación metodológica, la cual abarca distintas orientaciones y enfoques, diversas tradiciones intelectuales y disciplinarias que se fundan, muchas veces, en diferentes presupuestos filosóficos, despliega las mas diversas estrategias de coproducción y análisis de los datos. Esta multiplicidad de concepciones acerca de *aquello* que se conoce, de *lo* que se puede conocer, de *cómo* se conoce y de la forma en la que se han de transmitir los resultados obtenidos, habla de la necesidad de señalar que no hay una sola forma legítima de hacer investigación cualitativa. Sin embargo, es importante poner de resalto que, a pesar de dichas diferencias, se observa un conjunto de marcadas similitudes a la hora de diseñar los rasgos de la investigación cualitativa.

La investigación cualitativa es interpretativa (Densin & Lincoln, 1994; Mason, 1996; Creswell, 1998; Marshall & Rossmann 1999; Angen, 2000; c.p Vasilachis de Gialdino, 2006), hermenéutica, inductiva (Maxwell, 2004 c.p Vasilachis de Gialdino, 2006), multimetódica, reflexiva, profunda, rigurosa, y rechaza el modelo de investigación de las ciencias naturales (Silverman, 2000 c.p Vasilachis de Gialdino, 2006). Emplea métodos de análisis y de explicación flexibles y sensibles tanto a las particularidades de las personas estudiadas como al contexto social en el que los datos son producidos (Mason, 1996; Gobo, 2005 c.p Vasilachis de Gialdino, 2006). Es relacional, se sustenta, fundamentalmente, en la comunicación (Vasilachis de Gialdino, 2006). Se centra en la práctica real, situada, y se basa en un proceso de investigación interactivo en el que intervienen el investigador y los participantes (Flick, 1998; Marshall & Rossman, 1999; c.p Vasilachis de Gialdino, 2006)

El contexto relacional de esta investigación supone, nuevas reglas del juego, y algunas ideas respecto a lenguaje y estrategias en uso por los jóvenes usuarios son sugeridas con la finalidad de aprehender e interpretar las acciones que implican la gestión identitaria en las redes sociales digitales. Esto nos remite a una labor hermenéutica que toma en consideración:

La hermenéutica —afirma Habermas— le interesa el lenguaje tal y como es usado por los participantes con el fin de llegar a la comprensión común de una cosa, o a la intelección común de la misma. Por lo tanto, en la hermenéutica el lenguaje satisface tres funciones: 1) la de la reproducción cultural o actualización de tradiciones. Desde este punto de vista, señala Habermas, elabora Gadamer su hermenéutica filosófica olvidando que el lenguaje también debe satisfacer otras dos funciones. 2) La de la integración social o coordinación de planes de distintos actores en la interacción social. Desde esta perspectiva, Habermas ha elaborado una teoría de la acción comunicativa. 3) La de la socialización o interpretación cultural de necesidades. (Habermas, p. 288, 1988).

Algunas consideraciones son tomadas en cuenta a la hora de interpretar los actos comunicativos, ya que estamos considerando las acciones de los sujetos como *manifestaciones*. Que en contraposición a la observación van a ser *interpretados* por el investigador participante en un proceso de comunicación y sobre la base de una relación intersubjetiva (producida simbólicamente) con los otros usuarios. Retomando el contraste que hace Habermas con la experiencia sensorial, ésta se refiere a la realidad inmediatamente y, en cambio, la experiencia comunicativa se refiere a la realidad sólo mediatamente. En conclusión, hay una disimilitud de nivel entre la realidad perceptible y la realidad preestructurada simbólicamente. Y esta disimilitud se aprecia sobre todo por la última diferencia: la que hay entre un acceso directo a la realidad mediante la *observación* y un *acceso mediado comunicativamente* a través de la comprensión de una *manifestación*.

La propuesta metodológica con la cual nos aproximaremos a la gestión identitaria y las estrategias de presentación de sí mismo, es la de la *ciberetnografía* la cual será descrita más adelante en esta sección, pero nuestro análisis estará enmarcado en los dispositivos interpretativos que nos proporciona el análisis del discurso. Según Garay, Íñiguez y Martínez (2005) existen tres elementos centrales

dentro de la Psicología Discursiva, elementos que justifican y que se consideraron como criterios para seleccionar el corpus de investigación, y para su posterior análisis:

#### *La Psicología Discursiva y la acción en la vida cotidiana*

Este enfoque estudia de qué manera se utilizan las cuestiones y los conceptos psicológicos en la conversación y/o en un texto. Se podría decir, que la Psicología Discursiva trata de explicar procesos habitualmente restringidos al ámbito de estudio de la cognición mediante el recurso al análisis del lenguaje y el estudio de los procesos que se manifiestan en el lenguaje y a través de lenguaje (Edwards, 1997 c.p Garay y cols., 2005).

El enfoque principal, por tanto, se basa en el discurso cotidiano o en las ideas psicológicas populares sobre los estados mentales y las características personales que se utilizan en la vida cotidiana. En este sentido, la Psicología Discursiva se orienta hacia el estudio de la manera en que los diversos temas psicológicos son conceptualizados en la conversación cotidiana y en los textos, y en cómo estos se ordenan interactivamente. A pesar de que el término Psicología Discursiva, haga referencia o, al menos parezca que hace referencia, a un tipo de psicología, se entiende, más bien, como un tipo de ciencia social en la que la psicología es uno de sus temas principales, más que una rama.

La propuesta principal que hace la Psicología Discursiva es desalojar las nociones psicológicas de la cabeza de actores y actrices individuales (prescindiendo con ello de su consideración referencial y/o representacional), y situarlas en la esfera de la *relación*. De este modo, según los propósitos de la Psicología Discursiva, nos estaríamos desprendiendo de la tarea de producción y desarrollo de léxicos psicológicos, ocasionando una apertura hacia el estudio efectivo de cómo las personas comprendemos y utilizamos tales léxicos. Desde este punto de vista, la tarea principal consistiría en la restitución *social* de lo *mental*; en el sentido de que si lo psicológico no se entiende como un producto de las mentes individuales, sino el resultado de la participación en dinámicas y procesos de intercambio; se posibilita la reubicación de lo cognitivo pasando de un locus “mental” a un locus “relacional”, así como también un reposicionamiento epistemológico.

Consideramos acertada esta propuesta metodológica, ya que uno de los términos más “psicologizados” ha sido el de identidad, es decir gran parte de las teorías psicológicas, lo constituyen como una “esencia” interior, y esto es lo contrario con el planteamiento construccionista, del interaccionismo simbólico y de Goffmann.

#### *El lenguaje como constructor de realidad e identidad*

El lenguaje no constituye un simple instrumento para expresar y hacer públicas nuestras ideas, sino más bien tiene una función importante en la constitución misma de estas ideas y en nuestro conocimiento de la realidad. Acotando la idea, el lenguaje construye la realidad, la identidad y el sí mismo. Asumir que el lenguaje construye estos elementos se opone a la asunción de que el lenguaje y el discurso son un reflejo de la naturaleza de las entidades que describe, lo que supone comprometerse con la aceptación de que el lenguaje se conecta y se construye con unos propósitos y para obtener unas consecuencias determinadas. Así la versatilidad del lenguaje permite la construcción de diferentes discursos y explicaciones. Por ello, hablar de construcción supone enfatizar que el discurso está orientado hacia la acción: tiene consecuencias prácticas y, en un sentido profundo, como ya se ha señalado, se puede decir que el discurso construye nuestra realidad vivida. (Wetherell y Potter, 1996 c.p Garay y cols., 2005). Hacemos la advertencia que esto también se aplica no sólo a la realidad del sujeto, sino a la identidad y a su vez al sí mismo.

Los discursos no son ideas abstractas, maneras de decir que poseen una existencia con independencia del mundo real. Precisamente, lo que ocurre con los discursos es todo lo contrario: los discursos están íntimamente relacionados con el funcionamiento de la sociedad. Las tomas de datos, las actividades registradas y los enunciados que forman parte del corpus de investigación, suponen actividades que pueden ser inferidas e interpretadas como *turnos* o *actos de habla*, por este motivo consideramos pertinente esta selección de corpus para describir las estrategias de presentación de sí mismo y conocer sobre la gestión identitaria de este grupo de jóvenes usuarios.

Considerar el discurso como una práctica social supone reconocer su naturaleza constructiva. Es decir, no es que las relaciones de las personas con la naturaleza y con la sociedad estén afectadas o influidas por el lenguaje en que se formulan sino que

están conformadas por él: los significados que construimos mediante nuestras explicaciones no están fijados para siempre sino que están en permanente construcción y abiertos a cambios y desarrollos continuos. Están abiertos porque su origen se encuentra en los intercambios y negociaciones entre las personas, pero también porque dependen del manejo del lenguaje en que se formulan y de la retórica que se despliega (Shotter y Gergen , 1988 c.p Garay y cols., 2005)

### *El lenguaje como práctica social*

Al considerar la identidad como una realización situada, es decir como un *performance* retórico, el actor busca que otros acepten ciertas definiciones de sí mismo. Esto nos lleva a considerar otro aspecto importante de esta perspectiva, que hace referencia a los aspectos *performativos* de nuestras prácticas discursivas. Cuando hablamos, en el transcurso de nuestras interacciones, no sólo hacemos descripciones del mundo sino que nuestros enunciados ejercen funciones específicas y cumplen objetivos determinados. El lenguaje no sólo tiene como función la descripción de la realidad, sino que permite realizar acciones sociales. En la interacción, el lenguaje actúa y es necesario tomarlo en cuenta para comprenderla. La capacidad del lenguaje para hacer cosas es lo que se denomina carácter *performativo* del lenguaje.

Esta característica del lenguaje es fundamental para la Psicología Discursiva ya que su objeto de estudio son las formas convencionales de producción de sentido: es decir, el discurso como proceso social y como práctica social. Enmarcamos nuestra labor de investigación en la descripción y caracterización de las *estrategias y recursos* usados por los jóvenes usuarios para presentar su sí mismo ante los otros, considerando éstos como proceso y práctica social relevante para aportar elementos que nos sirvan para caracterizar y comprender la gestión identitaria de este grupo de jóvenes.

Recordemos también que el lenguaje y estas formas de subjetivación (lo que el sujeto dice sobre sí) y estos significados que produce el sujeto están intervenidos por los otros, por el *alter*, generando importantes repercusiones en la interpretación y análisis de los *textos* producidos por los jóvenes usuarios. No podemos generar inferencias válidas o interpretaciones sin tomar en cuenta la interacción y la influencia recíproca que se da entre las acciones que los sujetos llevan a cabo.

*La Ciberetnografía: Una aproximación desde las ciencias sociales a la investigación en Internet y las RSD*

Dentro de las aproximaciones metodológicas que se han utilizado en la investigación social en las plataformas tecnológicas como Internet y las redes sociales digitales (RSD), se encuentra la *ciberetnografía*, aproximación que guió el acceso al terreno hacia las relaciones y procesos sociales establecidos en las plataformas estudiadas, así como guiar la observación del investigador. La *ciberetnografía* se distingue de otras aproximaciones metodológicas por la implicación del investigador en el contexto de investigación, de manera que debe, como pueda y de la forma más natural posible, integrarse como un miembro más del colectivo que estudia, ya que su objetivo es lograr una aproximación holística que incorpore la perspectiva de los actores. Para ello debe trabajar reflexivamente a partir de su propia experiencia, poniendo en juego su subjetividad y su conocimiento tácito, corporal y sensible. Recordemos que el corazón del método etnográfico es la técnica de la *observación participante*, que implica conocer de primera mano la realidad que investigamos y un trato directo con las personas que intervienen en la misma, de manera que, como veremos, los principios éticos que rigen este tipo de trabajo de campo son difíciles de formalizar y se extienden a lo largo de todo el proceso de investigación hasta la presentación de los resultados (Estalella, A. & Ardèvol, E., 2007). Adicional al análisis del discurso, la *ciberetnografía* formará parte de los principios metodológicos que regirán el diseño de las herramientas que se adoptarán para la búsqueda y reconstrucción de la información relacionadas con la gestión identitaria y las estrategias de presentación del *sí mismo* y de interacción entre los jóvenes usuarios de las redes sociales digitales, así como elemento guiador en la búsqueda y selección de los datos del corpus.

Así mismo, el resultado de este método suele ser una descripción "densa" (Geertz, 1973) teóricamente orientada. Esta descripción, como afirma Kirsten Hastrup (1999) citado en Estalella, A. & Ardèvol, E. (2007) no supone la sustitución del discurso de los sujetos por el discurso científico, ni propone exclusivamente una traducción cultural, sino que en gran parte es el resultado de un proceso creativo en el cual es crucial la relación del etnógrafo o la etnógrafa con la gente que participa en su investigación, los datos que construye y la perspectiva teórica que adopta. Para coproducir sus datos, el etnógrafo se basa en su experiencia durante la observación

participante y en otras técnicas como las entrevistas y las historias de vida. El registro puede ser textual, en audio o utilizando técnicas audiovisuales, así como también puede utilizar otro tipo de inscripciones y objetos (textuales, gráficas, materiales) producidos por los propios sujetos. Como veremos, la investigación en Internet presenta a este respecto unas características especiales, ya que gran parte de los datos del etnógrafo se producen a partir del estudio de los objetos digitales elaborados por los sujetos (*blogs*, texto, fotografías, vídeos), y buena parte de la interacción en el campo queda registrada en los archivos de los usuarios, siendo incluso accesibles a personas que no han participado directamente en la investigación. Así pues, la acción ética no se limita a la interacción directa entre sujetos e investigador, sino que también atañe al tipo de datos que se elaboran y a las técnicas de registro que se utilizan, más adelante se desarrollarán los aspectos éticos de esta investigación.

Ahora bien, ¿qué significa hacer una etnografía de Internet o en Internet? ¿Podemos hablar de una etnografía de foros electrónicos, páginas web, chats o blogs? ¿Podemos aplicar el método etnográfico para el estudio de las redes sociales digitales (Facebook, *blogs*, entre otras)? ¿Cómo adaptar las técnicas de la observación participante o la entrevista a la comunicación mediada por el ordenador? ¿Cómo tratamos la mediación tecnológica en nuestras relaciones en "el campo"? ¿Podemos limitarnos al estudio de las relaciones *online* o debemos incluir también la vida fuera de la pantalla? Diversos investigadores se han formulado estas preguntas al enfrentarse a Internet como objeto de estudio y se han propuesto distintas adjetivaciones para señalar las particularidades que implica adaptar el método etnográfico al estudio de Internet, como etnografía virtual, digitalizada o *hipermediada* (Estalella, A. & Ardèvol, E., 2007).

Se ha considerado elegir la etnografía de Internet o en Internet para observar y registrar en detalle, cómo se utiliza y de qué modos se incorporan, las TICs y las redes sociales digitales, específicamente los jóvenes caraqueños. Actualmente, "etnografía virtual" es un término común y bastante aceptado por investigadoras e investigadores de Internet para referirse a la adaptación de la metodología etnográfica al estudio de las interacciones mediadas por ordenador o de las prácticas sociales y culturales asociadas al uso y la producción de Internet. La obra de Christine Hine *Virtual Ethnography* (2000) consolida el adjetivo "virtual" a partir de una detallada sistematización de lo que supone intentar adaptar el método etnográfico al estudio de foros electrónicos y páginas web.

De hecho, desde los años noventa son muchos los trabajos sobre la interacción social en internet que se basan en la observación participante y en la idea de realizar el estudio de una comunidad virtual como si fuera una comunidad física tradicional, realizando una descripción etnográfica de la vida en la red y de las relaciones sociales que se establecen en entornos electrónicos como foros electrónicos, chats y MUDs (dominios multi usuarios). Contamos pues con un corpus extenso de investigaciones que toman como referencia, aplican y adaptan el método etnográfico al estudio de los fenómenos sociales en internet, como el trabajo pionero de Joan Mayans (2002) en España, autor del libro *Género Chat o Cómo la etnografía puso un pie en el ciberespacio*. (Estalella, A. & Ardèvol, E., 2007).

Considerar al ciberespacio, un espacio donde se desenvuelven las redes sociales digitales, como un lugar plausible para realizar el trabajo de campo es todo un desafío pues implica pensar y plantear bajo nuevos términos varios de los supuestos de la etnografía y otras aproximaciones de las ciencias sociales, como la noción de sujeto, espacio, observación participante, tratamiento de las relaciones de campo o los principios éticos de la investigación, entre otros. “Examinar la comunicación mediada por computador (CMC) inherentemente hoy en intersectada por las redes sociales digitales, requiere un esfuerzo reflexivo constante sobre la metodología cualitativa en uso, en el marco de un enfoque necesariamente tecno-social” (Carmona Jiménez, 2010, citado en Cuadro, 2010, p. 71).

Rybas y Gajjala (2007), consideran que la etnografía típica involucra la observación de un grupo de sujetos en su ambiente natural, así como descripciones de uno o más aspectos de su vida en grupo. Estas descripciones deben desarrollar *insights* en la vida del grupo, y también comprender y apreciar las diversas formas y facetas de la cultura. La etnografía estudia lo familiar haciéndolo extraño o estudia lo extraño haciéndolo familiar. El uso de la tecnología por parte de los jóvenes (específicamente los jóvenes que viven en entornos urbanos), puede ser dado por sentado en un contexto donde las computadoras o los dispositivos móviles con acceso a internet (teléfonos inteligentes, tablets, Blackberry, etc.) están ampliamente disponibles como es el caso de las ciudades, sin embargo concentrar la mirada académica en estas actividades que son al mismo tiempo mundanas y espectaculares, nos permite desafiar y preguntarnos acerca de las “obvias” características de las tecnologías social y culturalmente

construidas.

Con respecto a la etnografía convencional (Maanen, 1998 citado en Rybas y Gajjala, 2007), aquella que no se puede tomar en cuenta para el estudio de la comunicación mediada por las TICs, el investigador se sumerge en la comunidad que desea estudiar. Se vuelve familiar con la gente y participa en actividades rutinarias para poder así ganar la confianza y obtener una comprensión de las experiencias de las personas. Durante la interacción, se intenta aprehender el significado del lenguaje y de las acciones que ocurren en la comunidad estudiada. Los ejemplos actuales de ciberetnografía sugieren la necesidad de involucrarse en los escenarios sociales polifacéticos en donde el internet (u otra tecnología) es parte y parcela de la vida diaria.

### **5.1 Dispositivos de coproducción de datos**

En una etapa exploratoria se utilizó la entrevista a profundidad como estrategia de coproducción de datos que dieron las primeras luces sobre la experiencia, usos, actividades e impresiones sobre las redes sociales digitales y las TICs. De esta forma se obtuvieron categorías e información que abrió camino para el análisis discursivo (categorías analíticas de usos de las posibilidades del FB, actos de habla, roles y posicionamiento atribuidos) de los textos producidos por el grupo de jóvenes usuarios de Facebook. Ha llegado el momento de definir con qué estrategias y con quiénes vamos a realizar esta investigación. Dentro de los dispositivos de co-producción de datos, que son cónsonas con el análisis de discurso, consideramos:

**Análisis del discurso:** En el sentido de la ciberetnografía, el principal objetivo de interpretar el discurso, no sólo se refiere a comprender el contexto de producción del discurso, evento o práctica bajo investigación, ni tampoco lo que significa el evento para los participantes, sino como estos significados son posibles y en cuales condiciones se producen estas prácticas particulares, como lo indica Jones (1999) en Rybas y Gajjala, (2007). Así que se ha querido fijar la atención en los usos de los recursos que ofrece Facebook y que son relevantes en la gestión de identidad y en la presentación de sí mismos frente a los otros. Posteriormente se han seleccionado 40 enunciados escritos por los jóvenes usuarios, que serán analizados según dos categorías: actos de habla (para determinar qué hacen y el propósito comunicativo de sus enunciados) y roles y

posicionamiento (para determinar los roles comunicativos y los papeles sociales atribuidos). Esto se hace con la finalidad de caracterizar estrategias, recursos, y formas que son utilizadas en la gestión identitaria y en la construcción del yo y el tú, que se puede evidenciar en esta acción comunicativa que supone el uso de estos recursos y la escritura del enunciado.

## **5.2 Población**

En cuanto a la población con quien se trabajará para esta investigación fueron escogidas tras revisar tres fuentes, Tendencias Digitales (2010) es la primera, una consultora venezolana, para el año 2009 la penetración de Internet en Venezuela se ubicó en 30,7 % del total de la población, según estos datos, los usuarios de Internet son en su mayoría jóvenes (63% son menores de 25 años de edad). La segunda son de Conatel en donde las cifras preliminares basadas en la Encuesta Trimestral agregada de los Principales Indicadores del Sector Telecomunicaciones indica que para el segundo trimestre el 2010, el 33,98% de la población venezolana usa internet, aproximadamente 9.729.861 personas. La tercera fuente es checkfacebook.com en donde para el 15 de Agosto de 2010, ubica en 9.194.120 usuarios para la red Facebook, de los cuales el 33,6% que son 2.998.280 usuarios tienen entre 18 y 26 años.

El **perfil del sujeto** a investigar sería entonces, jóvenes de ambos géneros, entre 18 y 26 años, usuarios frecuentes de internet (y de las redes sociales digitales al menos una vez a la semana) y que vivan en la ciudad de Caracas, por ser ésta un espacio donde el uso de las redes sociales entre los jóvenes es algo común debido a las características y posibilidades que ofrecen un entornos urbanos como esta ciudad, para facilitar la conexión a internet desde el trabajo, centros educativos o desde dispositivos móviles.

## **5.3 Procedimiento de análisis de información**

El procedimiento de análisis de la información que se ha elegido para esta investigación es el análisis de discurso, en este sentido se revisó un modelo metodológico desarrollado por Salazar (2005) en donde se identificaron los actos de habla y propósitos comunicativos con la finalidad de caracterizar los textos de

autoayuda como práctica social y discursiva, salvando las diferencias entre las dos investigaciones, hemos focalizado la atención en el abordaje metodológico utilizado para analizar la información, y que en nuestro caso formará parte de las categorías pragmáticas que analizarán las acciones de los jóvenes usuarios inferidas a través de los enunciados.

Según Plantin (2002) c.p Salazar (2005), cuando se analizan las acciones públicas de los sujetos, se hace hincapié en el uso de un conjunto completo y complejo de signos semióticos no solamente lingüísticos que actúan coordinadamente con formas de organizar la acción pública. En nuestro caso particular la consideración de estos signos o huellas semióticas formarán una parte importante que nos permitirá llegar a las inferencias respecto a los actos de habla y propósitos comunicativos de los enunciados hechos por el grupo de jóvenes usuarios.

Según Salazar (2005) esta coordinación pragmática y argumentativa de acciones comunicativas puede ser vista teórica y metodológicamente como un conjunto de actos de habla estratégicamente realizados por los hablantes para influenciar el resultado de una discusión o disputa particular a partir de la cual se gestionan opiniones e intereses en conflicto. Consideramos que la siguiente cita de Menéndez (1998) c.p Salazar (2005) contiene elementos relevantes para nuestra labor analítica y constituyen aspectos que podrán utilizarse tanto en la interpretación como en la descripción de las estrategias de presentación del sí mismo como parte de la gestión identitaria:

Un hablante en tanto sujeto discursivo produce un determinado discurso en el marco de una interacción que, a su vez está inscrita dentro de una serie en función de diferentes tipos de relaciones discursivas de las que forma parte. Este sujeto discursivo en su intento comunicativo produce un discurso a partir de la utilización de los recursos que le proveen los diferentes códigos que utiliza.

La combinación de estos recursos es la que permite conformar estrategias discursivas que constituyen el principio de organización que el sujeto discursivo pone en

funcionamiento para la producción de su propio discurso. La reconstrucción de su conformación y de los efectos que pretende lograr es la tarea que el analista del discurso debe llevar a cabo a partir de la descripción de las formas, la explicación de su uso y la interpretación del intercambio discursivo en el marco de una serie determinada (Menéndez, 1999, p. 88 c.p Salazar, 2005).

El análisis de las prácticas discursivas que caracterizan las estrategias de presentación del sí mismo, puede realizarse haciendo explícito cómo los actos de habla desplegados por hablantes y escritores asumen estratégicamente funciones retóricas y argumentativas específicas. En este sentido se espera que a través del análisis de los enunciados o mensajes de los usuarios jóvenes, tomando en consideración el contexto virtual y social dentro del cual se desarrolla como lo es una red social digital como Facebook. Considerado como parte del contexto social y como un marco de referencia donde se desarrollan estos mensajes y significados.

Consideramos el conocimiento relativo a las condiciones de producción/recepción del mensaje que transmiten los usuarios jóvenes de las redes sociales digitales como contexto social a analizar y tomar en cuenta para obtener inferencias que nos puedan dar pistas de cómo los sujetos se presentan ante sus otros, es decir cómo se posicionan o no, se identifican o no frente a lo que escriben y hacen. Como es construido el yo, el *sí mismo*, como parte de la gestión identitaria de los jóvenes a través de estos medios, resulta una de las metas analíticas de esta investigación.

#### **5.4 El Corpus**

Con la finalidad de caracterizar las estrategias de presentación del sí mismo en jóvenes usuarios, que son utilizadas en su gestión identitaria, se propone como corpus de investigación el análisis del discurso de los registros de usos de las herramientas y los enunciados en los estados de Facebook. Considerando el criterio de saturación, donde no se integraron más datos nuevos si no implicaban aportes relevantes para las categorías de resultados, se seleccionaron y registraron entre julio y noviembre de 2011:

- 40 enunciados o *actualizaciones de estado* escritos por los jóvenes usuarios.
- 1 cuestionario donde se le preguntó a los usuarios cual herramienta o estrategia de la red social usaba más.
- Registro de incidencias de actividades digitales: 4 fotografías, 1 vídeo, 1 invitación a evento, 1 perfil de usuario, 2 enlace a páginas externas.

En el marco referencial se argumentó porque las actividades digitales pueden ser consideradas como una actividad simbólicamente estructurada que implica un acto comunicativo que define parcialmente la identidad y el sí mismo de los jóvenes, así como también permite que los otros definan al sujeto a partir de estas huellas simbólicas que se encuentran en los enunciados.

Algunos de los criterios que justificaron la elección de este corpus se resumen:

- Actividades en las cuales los actores sociales establezcan relaciones sociales y comunicativas haciendo uso de símbolos como instrumentos. Es decir, símbolos o huellas lingüísticas, que implican la consideración de una compleja relación social, contextual e históricamente situada, sin las cuales no se puede dilucidar el significado de ninguna manifestación comunicativa como indica Habermas (1990).
- Actividades producidas y/o escritas por jóvenes usuarios frecuentes de la red social digital Facebook, es decir que actualizaran o publicaran este enunciado con una frecuencia semanal o diaria. Incluyen: enunciados pertenecientes a la categoría de *estatus* o *estado*, comentarios, fotografías, vídeos, vínculos, invitaciones, etc.
- Actividades heterogéneas entre sí, pero que usen recursos y elementos genéricos/convencionales, de diversos usuarios jóvenes que demuestren diversas formas o maneras particulares de enunciar, para comparar recursos y estrategias utilizadas en la gestión de la identidad y en la construcción del sí mismo.

### 5.4.1 Características del corpus

El corpus utilizado se refiere a todas las “unidades” de información consideradas para hacer inferencias respecto a la gestión identitaria y las estrategias de presentación de sí mismo, hechas por los usuarios. Primero, se realizó un registro sobre la incidencia de uso y frecuencia de los recursos simbólicos y posibilidades de Facebook, y se seleccionaron algunos elementos que caracterizan la gestión identitaria y a el sí mismo construido por los usuarios., así como los criterios con los cuales se realizó el análisis. El corpus está caracterizado de la siguiente manera:

*Actualización de estado:* Hace referencia a las actualizaciones de estatus o estado que la persona realiza, incluyendo aquellas actualizaciones que tienen información y contenido adjuntado (enlaces a páginas, fotos, etc.) y *tags* (etiquetas) de personas.

*Mensajes:* Son aquellos mensajes, escritos por el usuario a otros usuarios, es decir aquellos que son escritos en el *muro* de los otros usuarios, y son visibles en los registros de la persona.

*Fotos, vídeos y otros:* Son las actividades que incluyen: la colocación de fotos, vídeos, y cualquier otro tipo de contenido (enlaces externos, notas, eventos, etc) que el usuario coloque directamente o haya compartido a través de lo que colocó otro usuario (usualmente sucede con el contenido *viral* que se esparce a través de las redes). Estas acciones pueden ir a su vez acompañadas de texto o comentarios por el usuario.

*Comentarios:* Comentarios que el usuario hace a: actualizaciones, otros comentarios, fotos, vídeos, enlaces, otros tipos de contenido u evento que haya sido comentado por el usuario.

Con respecto a los 40 enunciados se registraron los datos de identificación del los textos a analizar nos brindan información sobre el contexto en el cual fue producido el enunciado, es decir: los usuarios (sus iniciales), ubicación geográfica. Esta descripción del contexto de aparición, se considera una importante “pista” que ayuda a inferir el propósito comunicativo del enunciado.

La información que se utilizó para el registro de cada uno de los enunciados a analizar fue la siguiente:

*Usuarios.* Se identificó cada enunciado con las iniciales de los jóvenes usuarios que escribieron el estatus o estado de Facebook analizado, con la finalidad de identificarlos. Así como la edad de cada sujeto en caso de que estuviera disponible en el perfil de usuario.

*Ubicación geográfica.* Se colocó la ciudad desde la cual el usuario escribió el enunciado. Aunque se delimitó a la ciudad de Caracas como lugar de origen de los usuarios para este estudio, algunos de los mismos se encontraban en otras ciudades al momento de escribir el enunciado, la misma fue puesta entre paréntesis para diferenciarla de su lugar de origen, si así fuera el caso. La información geográfica se obtuvo o bien de los perfiles de los usuarios, o de los mismos enunciados que eran geo posicionados<sup>19</sup> por la plataforma.

**Cuadro 1. Identificación de los enunciados pertenecientes al corpus, usuarios y ubicación geográfica correspondientes.**

<b>Enunciado</b>	<b>Usuario</b>	<b>Ubicación Geográfica</b>
I	AC – 26	Caracas
II	HT – 26	Caracas
III	RN – 25	Caracas
IV	CO – 23	Caracas
V	JG – 26	Caracas
VI	AA – 26	Caracas
VII	CC – 26	Caracas
VIII	HT – 26	Caracas
IX	VM – 24	Caracas
X	AM – 25	Caracas (Londres)
XI	JGL – 26	Caracas
XII	AC – 26	Caracas
XIII	DC - 24	Caracas (Porlamar)

<sup>19</sup> Por geoposicionamiento nos referimos a la capacidad o función que está *activada* en el enunciado, que permite identificar de manera automática, si así lo desea el usuario, la ubicación geográfica desde donde el usuario está escribiendo el mensaje.

XIV	MIC – 25	Caracas
XV	DL – 25	Caracas
XVI	RN – 25	Caracas
XVII	AG – 26	Caracas
XVIII	JP – 25	Caracas
XIX	IM – 22	Caracas
XX	JGB – 25	Caracas
XXI	JG – 23	Caracas
XXII	JAB - 25	Caracas
XXIII	EP – 25	Caracas
XXIV	DC – 24	Caracas
XXV	ML – 24	Caracas
XXVI	JGB – 25	Caracas
XXVII	MFM – 24	Caracas
XXVIII	AC – 26	Caracas
XXIX	DS – 27	Caracas
XXX	GT – 24	Caracas
XXXI	HR – 26	Caracas
XXXII	JR – 26	Caracas
XXXIII	JR – 26	Caracas
XXXIV	DF – 25	Caracas (EE.UU)
XXXV	ER – 25	Caracas
XXXVI	ER – 25	Caracas
XXXVII	IM – 22	Caracas
XXXVIII	IM – 22	Caracas
XXXIX	DL – 25	Caracas
XL	DL – 25	Caracas

### 5.5 Categorías de análisis

Considerando los aportes de Salazar (2005), estos textos o enunciados pueden ser considerados como actos comunicativos, ya que implican procesos de intercambios entre los jóvenes usuarios y sus receptores de información (en este caso serían sus *contactos* o *amigos* de la red social digital). Estas categorías de análisis nos permitirán ubicar el posicionamiento del usuario frente a lo que dice, la relación con los usuarios, como se establece esta relación, los recursos simbólicos y estrategias que son utilizadas por los jóvenes. Al poder identificar el uso comunicativo de los enunciados, se pueden caracterizar el o los roles comunicativos, el posicionamiento y los actos que implican la gestión de la identidad de los usuarios y la presentación de su sí mismo.

Lo dicho anteriormente corresponde con los objetivos específicos de esta investigación, que permiten llegar a una caracterización de la gestión de la identidad de los jóvenes usuarios de las redes sociales digitales. Los enunciados de esta investigación se analizaron tomando en consideración las siguientes categorías analíticas.

### **5.5.1 Categoría - Uso de recursos simbólicos y posibilidades de FB en la gestión identitaria de los usuarios**

Esta categoría tiene como finalidad describir las actividades que realizan los usuarios, en cuanto a su frecuencia y utilidad, y que a su vez sirven para *gestionar la identidad y presentarse a sí mismos* frente a los otros en la red. Se considera importante, antes de proceder el análisis específico de los enunciados (actos de habla, roles y posicionamiento), indagar respecto a las funciones y posibilidades que más usan los jóvenes usuarios, que fueron descritas en el marco teórico de esta investigación (ver sección 4.11 *Las funciones y posibilidades que ofrece la red social Facebook*). Para esto, primero se ha considerado emplear una tabla de incidencias de frecuencia de uso de las herramientas (actualización de estado, mensajes, fotos, vídeos y otros, comentarios) y se ha preguntado públicamente a través de la misma red social a estos usuarios con la finalidad de corroborar esta primera observación.

Esta categoría pretende reconocer el campo social, se quiere generar un conocimiento particular, que nos de luces sobre cómo la gente se relaciona, se identifica (la identifican), se presentan ell@s mismos en las redes sociales digitales y se apropian de estos recursos y estrategias ofrecidas por el FB. Debe tenerse en cuenta, que hay algunas herramientas cuyo registro es público (aquellas que se registran en el muro de los usuarios) y que son las que se han seleccionado para su registro, mientras que otras son de carácter privado y sólo pueden ser vista entre los usuarios que se ha establecido esa interacción, por lo tanto han sido descartadas para este estudio. Existe una gran cantidad de información que es inaccesible para el *ciberetnógrafo*, son aquellas que pertenecen al mundo virtual privado de los usuarios, aquellos mensajes restringidos y que sólo son accesibles a otro o un grupo específico de usuarios. Evidentemente, se ha elegido la información que es pública para esta investigación.

Debido al carácter complejo y denso de la información que se coloca en las redes sociales digitales, definiremos “operacionalmente”, a partir de la caracterización del corpus que se hizo en el marco metodológico, que significan e implican las herramientas que hemos elegido para registrar las incidencias de uso de los usuarios, debido a que esta parte del análisis tiene una finalidad exploratoria y descriptiva, hemos registrado las incidencias de uso de los participantes por un mes, con la finalidad de tener una delimitación temporal razonable que nos permita observar, describir y explorar el comportamiento y las acciones *online* de los jóvenes usuarios.

- a. *Actualización de estado*: Se registran las incidencias de actualización de estatus o estado que la persona realiza.
- b. *Mensajes*: Son aquellos mensajes que son escritos por el usuario a otros usuarios.
- c. *Fotos, vídeos y otros*: Colocación de fotos, vídeos, y cualquier otro tipo de contenido (enlaces externos, notas, eventos, etc.) que el usuario coloque directamente o haya compartido a través de lo que colocó otro usuario (usualmente sucede con el contenido *viral* que se esparce a través de las redes).
- d. *Comentarios*: Son todos aquellos comentarios que el usuario hace a: actualizaciones, otros comentarios, fotos, vídeos, enlaces, otros tipos de contenido u evento que haya sido comentado por el usuario.

### 5.5.2 Categoría Actos de Habla

Se identificaron los actos de habla que cada usuario implicaba con cada enunciado que escribía, con la finalidad de determinar el propósito comunicativo y las acciones que los jóvenes realizan con los enunciados analizados. Es importante aclarar que aunque son enunciados escritos, el contexto dentro del cual se generan los ubican a medio camino entre la clasificación oral y escrita, debido a las posibilidades que esta plataforma supone para el intercambio comunicativo: sincronidad, accesibilidad, inmediatez, y ubicuidad geográfica.

La identificación de los actos de habla de los usuarios supone la determinación de la fuerza ilocutiva de el o los actos de habla que se realiza en cada oración

ortográfica enunciada (Levinson, 1989). Esto supone inferir e interpretar a partir de: los verbos que se usan, el modo de las oraciones y el contexto en el que aparecen los enunciados. Tras analizar estos elementos y relacionarlos entre sí se llegaron a conclusiones sobre la fuerza ilocutiva de los actos de habla de cada enunciado. Sin embargo antes del análisis es pertinente conocer la propuesta de Searle (1969) respecto a la fuerza ilocutiva de los actos de habla. Según Searle, cada ilocución puede describirse en términos de lo que está intentando hacer. De esta forma una aseveración pretende que algo realmente es el caso. Una pregunta es un intento de elucidar cierta información. Agradecer pretende ser una expresión de gratitud. Este intento del hablante, o *intencionalidad* de una sentencia es lo que se analizó en los enunciados hechos por los usuarios. A continuación, una descripción de los tipos de actos de habla que se usaron en el análisis de los enunciados seleccionados.

### **5.5.2.1 Identificación de la fuerza ilocutiva de los actos de habla**

Searle (1969) propone considerar 5 tipos de actos de habla genéricos con los cuales podemos clasificar la gran variedad de acciones lingüísticamente mediadas que hacen los hablantes. Estos actos son:

*Actos representativos*, aquellos que establecen o aseveran un estado de cosas en el mundo. Aquí se incluyen las aserciones, las descripciones y las constataciones.

*Actos directivos*, en los que el locutor dice a los otros lo que se espera que éstos hagan. Estas demandas que realizan los hablantes, pueden ser muy leves expresándose como peticiones, ruegos y súplicas. Pueden tener una intensidad moderada, tomando la forma de consejos, sugerencias u exhortaciones. Y finalmente pueden tener un grado muy alto de obligatoriedad expresándose como imperativos categóricos, órdenes y mandatos.

*Actos compromisivos o compromisorios*, que expresan la voluntad del hablante de realizar en el futuro ciertas acciones o que anuncian la ocurrencia condicionada de ciertos eventos. Entre los actos compromisivos tenemos las promesas, los juramentos, las amenazas y las advertencias.

*Actos expresivos*, que manifiestan la posición emocional del hablante en torno a un

evento. Entre ellos tenemos, los agradecimientos, las disculpas, pero también los saludos y las despedidas.

*Actos declarativos*, son enunciados por medio de los cuales el locutor produce cambios en el mundo y en el estatus de los participantes. Generalmente se encuentran insertos en algún contexto institucional que les confiere validez. Condenar, casar, bautizar, divorciar, execrar, son algunos actos que entran dentro de esta categoría.

Según Salazar (2005) estos actos de habla pueden ser directos, cuando se expresan a través de un verbo performativo por medio del cual el hablante señala explícitamente la acción que lleva a cabo, o indirectos en los que el hablante usa fórmulas de habla convencionales o semiconvencionales para realizar una acción que sólo puede interpretarse adecuadamente prestando atención al contexto situacional de emisión del enunciado. Según Lo Cascio (1998) en Salazar (2005), a mayor indexicalidad y particularidad del enunciado, menos convencional es su forma de expresión.

Para el análisis de los actos de habla en los enunciados del corpus, primero se identificó en cada oración ortográfica el o los tipos de acto habla genérico realizados y luego se estableció su fuerza ilocutiva. Procedemos con un ejemplo de cómo se llevó a cabo el análisis con el siguiente enunciado:

**Ejemplo 1: XII (1-2)**

Quiero unos patines en línea!(1) Estúpido régimen  
cambiarío, estúpida inflación :@(2)

Para este enunciado la oración **XII (1)** está refiriéndose a la intención por parte del usuario de *desear* unos patines en línea, si consideramos el verbo performativo “*Quiero*”, así como el signo de exclamación, puede considerarse como una *petición* (acto *expresivo*), ya que esta persona está *deseando* tener este objeto. Sin embargo cuando analizamos la fuerza ilocutiva de la oración **XII (2)** aunque no contiene un verbo que indique directamente la intención de la acción que la persona pretende hacer, se puede inferir que la persona está *dando a conocer* su posición en el mundo (ya que el régimen cambiarío es aplicado en Venezuela) y expresando de forma negativa la razón

por la cual no puede tener los patines.

Es interesante analizar como la persona relaciona lo que no puede tener con la situación económica, específicamente con el régimen cambiario y la inflación, pudiendo inferir que le causa malestar ya que los caracteriza la situación con el adjetivo negativo de “*estúpido*”. En principio, un acto *expresivo* que sólo *asevera* la intención de deseo de un objeto, se convierte en un acto *representativo*, que remite a la situación y el contexto socioeconómico nacional, demuestra la posición emocional del usuario frente a esta situación. También se puede considerar que este usuario está *quejándose* o *protestando* frente a las políticas económicas (régimen cambiario) y a la situación económica (inflación).

Cuando se analiza la fuerza ilocutiva de las oraciones, éstas no se pueden elaborar considerándolas por separado, sino sólo en relación con el enunciado en su conjunto o totalidad. Se trata entonces de una labor que debe hacerse de forma relacional y contextual, tomando en cuenta la relación entre el texto-cotexto-contexto. Para este caso podemos considerar que las acciones de *petición* y *deseo*, son verbos que implicarían la solicitud de algo o una dirección a una persona, sin embargo éstas acciones quedan subordinadas a la *expresión* de molestia por la causa (régimen cambiario e inflación) que impide a la persona poder tener el objeto que desea, pero que al mismo tiempo está diciendo cosas sobre la realidad del país.

Es importante para alcanzar los objetivos analíticos de esta categoría, considerar que todo acto ilocutivo incluye un aspecto intersubjetivo; conecta dos centros de experiencia de una forma determinada (Rusell y Stiles, 1979, p. 80 citado en Stiles, 1993). La fuerza ilocutiva intersubjetiva de una emisión describe la cualidad particular del impacto de un centro de experiencia sobre otro, es decir, el aspecto intersubjetivo de un acto ilocutivo es el que define la relación del hablante con otro por esa emisión.

En este análisis consideramos como hablante a los jóvenes usuarios que estamos estudiando, y el otro serían los *contactos* o *amigos* del usuario, dependiendo del grado de privacidad o exposición que haya definido cada usuario para su perfil que puede ir desde ser público (cualquier usuario que observe su perfil público) hasta restringido sólo a sus lista de *contactos*.

Sin embargo mucho de los receptores de los mensajes e información que se emiten, pueden ubicarse fuera del alcance social del usuario, es decir, a través de las redes sociales digitales pueden realizarse *pseudodenuncias*, *quejas*, *entre otras expresiones* respecto a *personas, instituciones o grupos* que probablemente no recibirán el mensaje, pero el hecho de que esta plataforma sea pública, abierta y accesible a otros usuarios en la red ofrece posibilidades de difusión, expresión, y comunicación como ningún otro medio. Pero advertimos que muchas veces este mensaje se diluye, debido a que no siempre el mismo llega a quien está dirigido, por medio de otras redes sociales como Twitter, la interacción es más directa, localizada, pública e insitucional debido a que los mensajes son más acotados y muchas instituciones poseen una cuenta en esa red social digital.

### **5.5.3 Categoría roles comunicativos y posicionamientos sociales atribuidos**

En esta categoría, se determinaron los roles comunicativos y posicionamientos, que asumieron los jóvenes usuarios (escritores) al escribir el enunciado en el primer caso y el posicionamiento de los *lectores*, es decir, permitió definir los tipos de intercambios comunicativos que los usuarios establecían con sus *contactos* o *amigos*, a partir de las relaciones establecidas entre los contactos y el enunciatario. Los aportes de Halliday (2004) c.p Salazar (2005) pueden dar luces sobre esto, ya que concibe que en cada uso del lenguaje los hablantes establecen una transacción en la que se *intercambia información o bienes y servicios*, asumiendo para ello dos roles comunicativos fundamentales, *dador* y *demandador*.

En el acto de hablar, al presentar algo, los participantes adoptan para sí mismos un rol particular de habla y asignan a los otros un rol complementario, el cual desean que el otro asuma al llegar su turno. Por ejemplo, al preguntar algo el hablante toma el rol de alguien que busca información y requiere que el oyente tome el rol de suplidor de la información demandada. Para Halliday (2004) c.p Salazar (2005) existen dos tipos de roles fundamentales de habla que subyacen a todos los demás tipos específicos que pueden ser eventualmente reconocidos: *dador* y *demandador*. Es importante señalar que en la ejecución de ambos roles el hablante no está sólo haciendo algo por sí mismo sino que está requiriendo algo del oyente. En consecuencia, cualquier acto de comunicación debe ser considerado como un “inter-acto”, esto es, un intercambio en el

cual dar algo implica recibir y demandar implica una respuesta. En otras palabras, cada acto establece una definición recíproca de los participantes que se encuentra abierta a negociación.

Por ejemplo, en el análisis de los roles y posicionamientos atribuidos en los enunciados se elaboraron los siguientes análisis:

**Ejemplo: II (1-2)**

“Iban firmando franelas y gorras, fiesta ingenua pero auténtica..(1) La mano peluda pierde su tiempo.(2)”

La oración **II (1)** el usuario o *escritor* está construido como *dador de información*. Esta *aseveración* referida al regreso de la selección de fútbol nacional después del triunfo de la Copa América, construye al usuario como testigo de este hecho. Así mismo en la misma oración, opina sobre el evento al calificarlo como una “fiesta ingenua pero auténtica”, está opinando positivamente sobre este hecho. Sin embargo en la oración **II (2)** está *dando* una información, en forma de opinión, *aseverando* a través de este acto representativo que, “La mano peluda pierde su tiempo”, comúnmente esta expresión está relacionada con el conjunto de acciones inescrupulosas que son llevadas a cabo por el gobierno. En este sentido podemos inferir que el usuario está *denunciando* indirectamente, que frente a esta “fiesta ingenua pero auténtica”, el grupo de representantes del gobierno que acompaña a esta caravana de la selección “pierde su tiempo” al intentar politizar este evento.

Concluyendo este ejemplo de análisis, el usuario asume el rol de *denunciante* y coloca al gobierno como *denunciado*. Pero debemos dejar claro que la denuncia está dirigida a sus contactos concebidos como “co-denunciantes”, en vez de al gobierno. Puede observarse también como este análisis está estrechamente relacionado con el tipo de acto de habla (*acto representativo*) y con el contexto social y político dentro del cual está inmerso el usuario. Es por este motivo que para esta categoría analítica también se ha tomado en consideración la categoría de actos de habla para poder caracterizar los roles y posicionamientos que implican el enunciado que escriben (considerado como acto de habla) los jóvenes usuarios de las redes sociales digitales, se establece una relación dialéctica entre estas dos categorías que ayudarán a

caracterizar *las estrategias, recursos y herramientas* con que se gestiona la identidad y se construye el sí mismo de los usuarios estudiados.

## **5.6 Consideraciones éticas**

Antes de iniciar el análisis consideramos importante presentar algunas reflexiones sobre los aspectos éticos que se tuvieron en cuenta durante el acceso al terreno en esta investigación. La primera reflexión ética que el investigador debe realizar le obliga a procurar que sus acciones no perjudiquen a aquellos que forman parte de su estudio. Si este es un principio de aplicación general en las ciencias sociales y humanas, tanto o más lo es para la investigación etnográfica (dentro de la cual se enmarca esta investigación), en tanto ésta se realiza a través de la convivencia íntima con aquellos a quienes se estudia. Esta relación de confianza que se establece entre investigadores y sujetos reclama no sólo que los sujetos no sufran daño, sino que estén informados y sean conscientes de que participan en un proyecto de investigación (Estalella, A. & Ardèvol, E., 2007).

Estas consideraciones éticas así como las consideraciones éticas postuladas en el Código de Ética Profesional del Psicólogo en Venezuela, específicamente el artículo 8 dispone que: “Son deberes éticos esenciales de la profesión del Psicólogo, la probidad, la independencia, la generosidad, la objetividad y la imparcialidad. También lo son la fraternidad, la libertad, la justicia y la igualdad, más el respeto por los Derechos inherentes a la persona humana consagrados en la Carta de los Derechos Humanos y en la Declaración de Principios de los Colegios Profesionales Universitarios (Código de Ética Profesional del Psicólogo, 1981)”. Consideramos que éste es uno de los principales artículos regidores de la práctica profesional, la investigación y las acciones del investigador se acoplarán a estos principios establecidos.

Al tratarse de una investigación de corte etnográfica, y aplicada al ámbito de las relaciones mediadas por las tecnologías, específicamente en Internet, existen algunas consideraciones éticas especiales que serán expuestas a continuación. Como indica Estalella, A. & Ardèvol, E. (2007), el trabajo de campo etnográfico supone un contacto prolongado con los sujetos que participan en la investigación, creándose relaciones de confianza y vínculos de amistad que muchas veces se extienden más allá de la

finalización del estudio, por lo cual, el compromiso ético atañe también al retorno que el etnógrafo o la etnógrafa pueda ofrecer a las personas que han colaborado, algunas de ellas intensamente, en su investigación.

Estas recomendaciones, indistintamente que se realice el trabajo en Internet o con grupos humanos en el mundo físico, serán tomadas en consideración. Pero existen algunas recomendaciones específicas para el trabajo con sujetos en Internet. En el documento de consideraciones éticas para la investigación de las ciencias sociales y humanas en internet, de la *Association of Internet Researchers*, una asociación internacional de investigadores, se dispone de una serie de recomendaciones diseñadas para apoyar e informar a los responsables de tomar decisiones éticas en la investigación en Internet. Este documento considera que: "El internet ha abierto una amplia gama de formas para examinar las interacciones humanas en nuevos contextos y desde una variedad de aproximaciones disciplinarias e interdisciplinarias. Así como su contraparte *offline*, la investigación *online* también levanta problemas críticos relacionados con el riesgo y la seguridad del sujeto con quien trabajamos. Por lo tanto, los investigadores *online* pueden encontrar conflictos relacionados con los requisitos de la investigación y sus posibles beneficios, por un lado, y por otro, los derechos del sujeto y sus expectativas de autonomía, privacidad y el consentimiento informado de la investigación (*informed consent*)" (Ess, 2002).

El conocimiento de la perspectiva del otro se convierte pues en el punto de partida para el desarrollo de lo que se propone como una ética dialógica y situacional (Allen, 1996 citado por Estalella, A. & Ardèvol, E., 2007). Situacional porque las propiedades contextuales de todo dispositivo tecnológico nos obliga a situar nuestras decisiones y nuestras respuestas éticas en cada contexto singular, tomando en consideración no sólo a los dispositivos sino también a las personas; y dialógica porque no se reduce a la solicitud de un consentimiento informado, sino que se trata de un proceso de continuo diálogo con nuestros corresponsales en el campo.

Asumir esta posición nos obliga a que nuestras valoraciones éticas se orienten desde una actitud reflexiva que puede variar sobre la marcha, en función de cada nuevo contexto de investigación, y que evoluciona al contrastar nuestras percepciones con nuestros corresponsales. La sensibilidad del investigador cobra un papel crucial durante

el transcurso del estudio y no se parte de una delimitación inicial, que fije de antemano y para todo el desarrollo de la investigación, cuestiones como qué es público o privado (Estalella, A. & Ardèvol, E., 2007). Se considerará entonces la propuesta de ética dialógica y situacional para llevar a cabo la investigación y las técnicas de co-producción de datos que requiera la participación ya sea virtual o física de los jóvenes que median sus relaciones a través de las redes sociales digitales, con el fin de alcanzar los objetivos propuestos, tratando de alinearse a estas consideraciones éticas propuesta.

## 6. Análisis y resultados

En este apartado se presentan los resultados de los análisis realizados en función de los objetivos de investigación planteados. En la primera parte se registró y analizó la información relativa a la frecuencia de uso de las 4 herramientas de la plataforma, con la finalidad de explorar cuáles son los hábitos y comportamiento *online* de los usuarios y así poder seleccionar un *texto* o un producto (en este caso los elementos del corpus: enunciados, tomas de fotografías, videos, enlaces, comentarios, etc.) para analizar su contenido y generar las inferencias que permitieron caracterizar la gestión identitaria y el sí mismo presentado ante los otros. Posteriormente se desarrollaron análisis correspondientes a los actos de habla y propósitos comunicativos que se infirieron a partir de los enunciados *escritos/dichos* por los jóvenes usuarios, tomando en consideración la fuerza ilocutiva de cada oración enumerada. Esto permitió, conocer y describir lo que lo hicieron (o lo que *implicaba* el enunciado como acto comunicativo) los jóvenes al momento de actualizar su estado o estatus del Facebook, que son consideradas como unidades significativas dotadas de un sentido completo.

La descripción e identificación de los actos de habla fue realizada en función de los objetivos específicos de esta investigación, ayudaron a caracterizar la gestión identitaria de los jóvenes usuarios. En la última categoría analítica se analizaron los roles y posicionamientos atribuidos en estos enunciados que permitieron caracterizar el *yo* y el *tú* construidos en los enunciados, así como los posicionamientos identitarios derivados de los enunciados. Es importante destacar que la interpretación realizada es más cualitativa que cuantitativa. Esto supone valorar y tomar en cuenta la diversidad de

los recursos, prácticas, estrategias y actividades presentes en los *textos* del corpus, con la finalidad de poder alcanzar la caracterización de la gestión de la identidad y la presentación del sí mismo de los jóvenes usuarios.

Esta labor interpretativa-hermenéutica, que implica la caracterización de los usuarios, y las estrategias de presentación de sí mismos a partir de las inferencias hechas por la información seleccionada para este estudio. Atiende a dos criterios a mencionar, primero el hecho de que los datos están delimitados por el tipo de informante, se trata de los contactos del investigador que ocupan un espacio social determinado y que efectivamente tienen un *vínculo* (que puede ser o no anterior a la red FB) con el investigador, el cual será tomado en cuenta al momento de realizar las inferencias para evitar la *homogenización de las experiencias*, y más bien particularizar las descripciones de la situación comunicativa (presentación de sí mismo y gestión identitaria). El segundo criterio analítico corresponde a la consideración de la información y texto producido como una *propuesta identitaria* de los usuarios, es decir el centro de construcción de su experiencia, el cual será aprehendido por el investigador, la cual la entendemos desde la perspectiva de Turkle (1997), donde la identidad es múltiple y descentralizada, y no es el núcleo de los rasgos o aspectos relativamente estables y definidos, de manera más o menos innata, sino más bien un constructor complejo y multifacético, sujeto a la construcción y reconstrucción continua. Se compone entonces de múltiples dinámicas, que están a nuestra disposición según los contextos culturales e instrumentos (tecnológicos, plataformas, artefactos) disponibles.

Cabe destacar que el análisis de las actividades del corpus permitió la inferencia de los usos y temas relativos a las condiciones de producción/recepción del contexto social del mismo, hemos considerado para realizar el análisis estas categorías:

*Uso.* El uso está referido a para qué es usado el enunciado o la toma de datos escrito por el usuario. Esta inferencia nos permite hacer una pre categorización, que además de caracterizar la acción comunicativa, complementará el análisis de los actos de habla que se realizará posteriormente.

*Tema.* El tema se refiere a qué contiene o de qué habla el usuario al escribir el

enunciado o la actividad, es considerado como un indicador de la identidad del sujeto. Nos permite aprehender elementos y recursos importantes en la construcción del sí mismo del sujeto, al poder identificar las huellas simbólicas y significativas que son utilizadas por los usuarios en los enunciados y en las actividades online que realiza. Así mismo complementa el análisis del rol y posicionamiento atribuido al usuario.

A continuación se presentan en el Cuadro 2 de forma resumida los usos y sus enunciados que corresponden, así mismo en el Cuadro 3 los temas y sus enunciados respectivos:

**Cuadro 2. Usos de las unidades de información del corpus (enunciados y actividades).**

<b>Usos</b>	<b>Enunciados o Actividades</b>
Opinión.	I, II, VI, VII, IX, X, XI, XIII, XIX.
Convocatoria.	III, XXXII, XL.
Expresión.	IV, VIII,
Venta/Actividad económica/Oferenda de bien o servicio	V, XX
Pregunta abierta.	VI
Consejo.	VII
Reflexión.	VIII, XIII, XIV, XVII, XXIV, XXV, XXVI, XXVII, XXX, XXXV
Denuncia/Demanda/Protesta	XII, XV, XXXIV
Afirmación/Aseveración/Aserción	XVIII, XXXVIII, XXXIX
Monólogo.	XXI
Comunicación Pública de Acciones	XXII
Posicionamiento.	XVI, XXXVI
Crítica.	XXXIII, XXIX
Indignación/Resignación/Queja	XXXVI, XXIX
Discriminación.	XXIX
Amenaza.	XXXVII

**Cuadro 3. Temas de las unidades de información del corpus (enunciados y actividades).**

<b>Temas</b>	<b>Enunciados o Actividades</b>
1. Deportes	I,II, XI
1.1 Fútbol Nacional (la vinotinto).	I, II
1.2 Deportistas nacionales (Juegos panamericanos).	XI
2. Política	II, III, VI, X, XVI, XVIII, XXIX, XXXIII,XXXIX
2.1 Política Nacional.	XXIX, XXXIII
2.2 Política Internacional.	VI
2.3 Paro Universitario.	III
2.4 Postura política.	XVI
2.5 Contexto Social (protesta).	X
2.6 Campaña Electoral	XXXIX
3. Amor.	IV, VIII
4. Reflexiones personales.	VII, XIII, XIV, XVII
5. Redes sociales digitales. Amor.	IX, XXI
6. Servicios.	XX
7. Economía. Protesta por la situación económica.	XII, XIX
8. Filosofía. Filosofía y política.	XVIII
9. Inmigración	XVII
10. Denuncia. Vegetarianos.	XV
11. Intercambio cultural.	XXII
12. Patriotismo.	XXIII
13. Estado de ánimo.	XXIV
14. Estilo de vida.	XXV, XXVI
15. Familia y raíces.	XXVII
16. Salud y clima.	XXVIII

17. Historia.	XXX
18. Universidad/ Vandalismo y Violencia	XXXVI, XXXVII
18.1 Autonomía Universitaria.	XXXII
19. Música.	XXXV
20. Transporte Público/ Metro de Caracas.	XXXVIII

Se han presentado estos dos cuadros con los usos y temas y sus enunciados correspondientes, se advierte que para cada categoría propuesta, pueden corresponder con más de un enunciado a la vez, es decir, estas categorías no son excluyentes. Esto también es debido a que muchas veces los actos realizados a través de los enunciados pueden implicar varios microactos a la vez. Por ejemplo, en un enunciado puede inferir que una persona está criticando al gobierno, cuando también realiza un acto de discriminación o clasismo. De igual manera sucede con los temas, un enunciado puede tratar sobre filosofía por ejemplo, y simultáneamente tocar el tema de la política.

Consideramos que la relación entre usos y actos es relevante, ya que un uso es un macro acto que conglomerar o puede integrar varios actos, a la vez los temas permiten ubicarnos al ámbito de experiencia social referido y construido por los usuarios (Salazar, 2005). Cada uno de estos usos permite que se realicen micro actos, que al poder inferirlos y analizarlos permiten proponer los actos y posicionamientos identitarios que se encontrarán más adelante.

### **6.1 El uso de recursos simbólicos y posibilidades de FB en la gestión identitaria de los usuarios**

En esta sección se mostrarán las incidencias (frecuencia) de las actividades y estrategias que quedan registradas en el muro de los usuarios durante un mes, desde el 23/10/11 hasta el 23/11/11, la elección de este periodo obedece a criterios prácticos y es mas reducido que el periodo que abarca el registro de los enunciados. A través de este registro se pudo dar cuenta del uso de los *recursos simbólicos preestructurados* y las posibilidades del Facebook, en cuanto a su frecuencia y significancia. Las actividades tomadas en consideración se definieron operacionalmente en el apartado 4.2.1 *Categoría Uso de recursos simbólicos y posibilidades de FB en la gestión identitaria de los usuarios*, y también se explicitaron los criterios teóricos y analíticos que se

mantendrán en el análisis de estas estrategias y usos, con la finalidad de obtener información sobre como se gestiona la identidad y se presentan frente a los otros los jóvenes usuarios pertenecientes a la muestra.

Es importante señalar que esta parte del análisis tuvo un carácter exploratorio y descriptivo de las acciones de los sujetos en la red social Facebook, para posteriormente centrar la atención en el análisis de los enunciados seleccionados. Con esta tarea se quiso profundizar y complementar la comprensión de las gestiones identitarias y la presentación del sí mismos frente a los otros. También retomando la idea del análisis del discurso, que estudia la lengua y los símbolos *en uso* con la finalidad de inferir el proceso social que implican las prácticas y acciones humanas, consideramos que estas interfases sociocomunicativas ofrecen funciones y recursos simbólicos preestructurados *en uso* por los usuarios, dejando huellas semióticas que son de nuestro interés, ya que nos permitirán inferir propósitos comunicativos, permitiéndonos conocer acerca de su gestión identitaria y la manera en que se presentan frente a sus contactos. Procedemos entonces, a presentar la tabla de incidencias de uso de las herramientas y recursos simbólicos de FB en la gestión identitaria:

**Cuadro 4. Frecuencia de usos de las herramientas y posibilidades del FB**

Persona	Actualización	Mensajes	Fotos, vídeos y otros	Comentarios
AC	9	4	20	5
HT	6	2	48	1
RN	155	7	23	1
CO	25	12	12	7
JG	7	6	49	15
AA	11	3	11	1
CC	112	56	234	112
AM	23	23	120	25
JGL	45	45	70	67
DC	21	32	23	20
MIC	14	15	21	12
DL	12	19	54	10
RN	45	24	32	13
AG	67	32	78	12
JP	65	22	54	16
IM	45	12	42	5
JGB	12	4	23	4

Como puede observarse se registraron las incidencias de actividades en cada renglón, que aparecen registradas en el Muro de los usuarios, y los promedios de cada categoría resultaron en 64 para los Fotos, Vídeos y otros; 39 para las actualizaciones de estado, 20 para los comentarios y 18 para los mensajes que los usuarios.

Estos resultados de las frecuencias nos indican que la herramienta o función más utilizada en la interacción entre los sujetos en FB (y la gestión de su identidad) se basa en el intercambio de información multimedia, compuesta por fotos, vídeos y enlaces a otros sitios. En segundo lugar, se compone por la actualización de estado (hemos seleccionado algunas muestras que serán analizadas posteriormente). En tercer lugar, se ubican los comentarios hechos por los usuarios a fotos, estados, enlaces, vídeos o fotos y en último lugar los mensajes directos que le dejan los otros usuarios o que estos usuarios le dejan a los otros en sus *muros*.

Adicionalmente, se utilizó una de las herramientas de cuestionario que posibilita al usuario realizar preguntas en línea, para que los contactos respondan de forma electrónica. La pregunta que se realizó fue: ¿Cuál de estas funcionalidades de Facebook usas más?, esta pregunta fue respondida por 77 usuarios. La cantidad de votos según la funcionalidad más usada fueron los siguientes:

Para el Toque o Poke (1), Eventos (1), Muro (6), Redes, Grupos y Páginas de Fan (8), Actualizaciones de estatus o estado (9), Me gusta o Like (9), Mensajes y buzón (9), Fotos (13), Chat (21). Estos resultados colocan a la función de Chat como la funcionalidad más usada por los participantes, seguidas de la funcionalidad de Fotos, y posteriormente Me gusta, Mensajes y buzón y Actualizaciones con la misma cantidad de votos, ubicándolos como la tercera función más usada. Las otras opciones que siguen son Redes, grupos y páginas de fan y de último Eventos y Toques. A continuación se aprecia la imagen del cuestionario realizada:

Por favor para que ayuden en mi tesis y así contribuyen a la investigación en la UCV ¿Cuál de estas funcionalidades de Facebook usas más? ✕

<input type="radio"/>	Chat		+15
<input type="radio"/>	Me gusta		+4
<input type="radio"/>	Mensajes y buzón		+4
<input type="radio"/>	Redes, Grupos y Páginas de Fan		+4
<input type="radio"/>	Fotos		+7
<input type="radio"/>	Toque o Poke	...	
<input checked="" type="radio"/>	Actualizaciones de estatus o estado		+5
<input type="radio"/>	Muro		+2
<input type="radio"/>	Eventos		

Asked by 76 votes · 17 followers

 Gustavo Torres  
about a month ago · ✨ · Share · Delete · Unvote

[Ask friends](#)

Imagen 1. Cuestionario sobre la frecuencia de uso de las funcionalidades de Facebook.

Consideramos que la observación del comportamiento *online* de los jóvenes usuarios, y la realización de este cuestionario, proponen dos fuentes confiables y válidas que apoyan la selección de los enunciados de Facebook, como corpus válido y pertinente para analizar la gestión identitaria y las estrategias de presentación del sí mismo. Por un lado observamos que cada vez más se usan recursos icónicos y otros recursos multimedia (vídeos, fotos, enlaces, etc.) para compartir y comunicar información, consideramos que esto requiere una investigación a parte que focalice la atención en el uso de estos recursos. El haber realizado la observación de lo que la gente *hace*, dentro de lo que la gente *deja visibilizar*, como es el caso de las actualizaciones de estado, comentarios, fotos y enlaces más no es el caso de datos privados como lo son los mensajes privados o el chat, nos otorga validez significativa en la elección del corpus de investigación

Las muestras que seleccionamos se encuentran en el apéndice 1, y se han colocado en esta tabla con la finalidad de resumir la información mostrada. En la primera columna, se identifica la herramienta (en negrita) utilizada y una breve

descripción del contenido de la huella simbólica producida por el usuario, y en la segunda columna se ha contestado la pregunta: ¿Qué dice sobre el que ha dejado esta huella? Con la finalidad de relacionar la producción de estos textos con la identidad del usuario.

**Cuadro 5: Recursos y estrategias utilizadas en la gestión identitaria de los jóvenes usuarios de FB.**

Huella semiótica – <b>Recurso y/o herramienta</b>	¿Qué dice sobre el que ha producido esta huella? <i>Si mismo</i> presentado
<p><b>1. Actualización</b> de estado colocado por el usuario donde se manifiesta el resultado de una actividad de protesta política opositora al gobierno nacional.</p>	<p>Al hablar sobre el resultado de la protesta realizada en oposición al gobierno, ha compartido con sus contactos que “a pesar de la represión” han actuado con firmeza en sus acciones y resalta, hablando en nombre de su grupo, que nadie los ha obligado. Es decir sus acciones de protesta son legítimas y motivadas por su propia voluntad. <i>Ciberactivista.</i></p>
<p><b>2. Fotografía</b> del grabado del nombre del prócer venezolano Miranda en el Arco del Triunfo en París.</p>	<p>Esta fotografía fue tomada para otros usuarios, y se etiquetaron varios miembros de los contactos de esta persona (inferimos que con intereses políticos comunes), donde se manifiesta el orgullo y la identidad nacional que emerge al ver el nombre del prócer Miranda en este monumento extranjero. Se muestra como <i>ciberactivista</i> e interesado por los temas políticos.</p>
<p><b>3. Imagen</b> del logo que emula el logo oficial del gobierno venezolano, tratando de parodiar al original. Protesta política</p>	<p>Esta usuaria, ha enviado al muro de otro usuario esta imagen. Se muestra como <i>ciberactivista</i> al colocar el logo que es una</p>

opositora.	parodia del logo oficial del gobierno venezolano, llama la atención el mensaje que antecede donde aparece una cuenta regresiva contando los días para “desinstalar el gobierno castrocomunista”, la cual es una huella simbólica evidente de su posición política. Cuando observamos el logo, se distinguen las figuras de dos militares (o fuerzas de orden público) atacando a un manifestante, de esta manera con esta imagen se protesta en contra de la represión y la violencia oficial. Es una Ciberactivista.
<b>4. Enlace a vídeo</b> de la toma simbólica hecha por activistas estudiantiles al canal oficial del estado VTV.	El usuario actúa como un <i>ciberactivista</i> al colocar el enlace sobre la reseña televisiva respecto a la toma simbólica la cual realizó con sus otros compañeros estudiantes en el canal del estado (VTV). Se muestra como un activista político que “pidió respeto para el pueblo venezolano”.
<b>5. Fotografía</b> denunciado las condiciones del comedor universitario por parte de los ciberactivistas estudiantiles.	A través de esta fotografía, el <i>ciberactivista</i> se convierte en un denunciante de las condiciones del comedor universitario. Tiene expectativas de que sea vista y atendida por sus contactos, aun cuando el destinatario final son las autoridades universitarias, al colocar la fotografía en su muro, solo sus contactos son quienes recibirán la denuncia.
<b>6. Fotografía</b> de un artículo periodístico donde reseñan el trabajo como artista del usuario.	Al compartir la reseña hecha a su labor y exposiciones artísticas, se muestra ante los otros como artista, así como también

	<p>agradece el apoyo que le han dado sus amigos, con una nota que antecede a la fotografía, y estos a su vez han respondido con <i>Like</i> o <i>Me gusta</i> (para ese momento 52 personas respondieron positivamente a esta entrada). Podemos observar que el usuario ha tomado esta foto por el mismo y la ha colocado en su muro desde un dispositivo móvil. Se muestra ante los otros como <i>artista</i>.</p>
<p><b>7. Registro del evento e invitación</b> al mismo, anunciando que el usuario se presentará.</p>	<p>Este es un ejemplo del uso de la herramienta de invitación a eventos. A este usuario lo han invitado a una exposición y ha respondido a la misma aceptándola, quedando comprometido frente a quien lo ha invitado y sus otros contactos, se genera así la expectativa de asistencia. Anuncia que irá al evento artístico. También realiza una invitación indirecta a todos sus contactos. Se muestra entonces como <i>artista</i> interesado en el evento, así como miembro del grupo de personas del medio artístico.</p>
<p><b>8. Perfil de usuario</b> o página principal con información personal de una de las usuarias.</p>	<p>Este es un ejemplo de cómo esta usuaria organiza, edita y diseña el encabezado de su página de perfil, que es la primera información que ven sus contactos y extraños sobre ella. Su foto de perfil son unos lentes de sol, mientras que las otras cinco fotos se muestra un retrato de ella, junto con escenas de la calle en Barcelona y con su novio, a pesar de toda la información que puede colocar (ubicación, email, creencias, etc.), esta</p>

	<p>usuaria sólo ha decidido mostrar su fecha de nacimiento (sin el año), nivel educativo y estado civil. Las imágenes que la representan y que son su carta de presentación en ese momento, la muestran como una persona comprometida con su pareja y la cual comparte sólo cierta información sobre ella frente a sus contactos (fotografías, información personal seleccionada, etc.).</p>
<p><b>9. Enlace</b> colocado por el usuario a una pagina externa donde se critica a uno de los candidatos opositores de la oposición</p>	<p>Este usuario, se muestra como partidario al gobierno ya que critica a uno de los candidatos presidenciales de la oposición, calificándolo de ultraderecha, de esta manera también define su posición política al compartir este enlace de la pagina globoterror.com que es un blog de periodismo critico a los opositores del gobierno. Es un <i>ciberactivista</i>.</p>
<p><b>10. Enlace externo</b> colocado por el usuario a una pagina donde se concientiza a no dar limosnas a la gente de la calle.</p>	<p>El usuario no está de acuerdo en dar limosnas en la calle, se muestra como una persona con conciencia social y ciudadana, queriendo compartir el enlace para concientiar sobre el problema social de la indigencia a sus contactos. Cuando se colocan los enlaces a páginas externas, no sólo se puede inferir el interés del usuario, sino también inferir y analizar las acciones que conlleva el colocar ciertos contenidos y el efecto que genera en los otros. Se muestra como un <i>ciudadano consciente</i> o inclusive pudiera estar actuando como <i>insensible</i> frente al problema.</p>

## 6.2 Actos de habla y propósitos comunicativos de los enunciados

Posterior al análisis del uso de estrategias y recursos de la plataforma Facebook, de las cuales se pudo aprehender las propuestas identitarias de los usuarios, como parte de su gestión identitaria, procedemos a presentar los 40 enunciados que fueron tomados en cuenta, antes de identificarlos, y analizar los actos de habla y propósitos comunicativos.

**Cuadro 6: Enunciados seleccionados para analizar los actos de habla y propósitos comunicativos**

Número	Enunciado
I	De 4tos en la Copa, subimos 29 puestos en el ranking FIFA, nos enamoramos de una selección que lo dio todo y reflejo de una personalidad... Después del despecho, se siente como una victoria. Mundial 2014, allá vamos!
II	"Iban firmando franelas y gorras, fiesta ingenua pero auténtica. La mano peluda pierde su tiempo."
III	"1 y 2 de junio paro nacional de trabajadores universitarios"
IV	"Enamorado en silencio a pesar de ser un secreto que se recita a gritos"
V	"Vendo una camilla para masajes, plegable, color negro, prácticamente nueva, si están interesados, escriben por aquí para enviarles fotos y hablar de negocios"
VI	"En la guerra, ¿quién vende las armas? ¿Por qué los cinco países que más se lucran por el negocio de la guerra, son los que velan por la paz mundial?"
VII	"La ventaja de procurar salir de los caminos trazados y empezar el recorrido propio...es que no existe tal cosa como "desviarse del camino". Píldoras toto para Facebook..."
VIII	"No hay millones de hormigas, no hay millones de hojas de árboles, no hay millones de copos de nieve, no hay miles de millones de granos de arena. Todos son únicos y distintos entre sí. Ahí se entiende lo que dice Borges sobre el amor. Cómo no maravillarse de saber que eso que parece repetido es millones de veces únicos :)"
IX	La cosa es así: "tengo facebook, luego existo"
X	Malandros hay en todos lados y malandros son los chamos que están causando toda esta violencia en Inglaterra. Si, los pacos mataron a una persona injustificadamente y la gente salió a protestar pacíficamente, pero luego han salido todos los oportunistas a robar y destruir. Que hay causas sociales que han generado todo esto si y que hay mucha desigualdad en el Reino Unido también. Pero eso no justifica estas acciones que estan ocurriendo. Y puedo decir que ese es el sentimiento colectivo aquí acerca de lo que está ocurriendo.

XI	Me encanta que Venezuela traiga medallas a casa (basta ya de coronas).
XII	Quiero unos patines en linea! Estúpido régimen cambiario, estúpida inflación :@
XIII	De las cosas que uno se entera por facebook...El alma de los hipócritas y de los mentirosos no vale ni medio, pues éstos viven una ficción de la realidad.Un show mediatico de apariencias y tristezas disfrazadas de alegría, y no ponen más esfuerzo a otra cosa que a complacer su ego, y a demostrar a todos (o a los que les conviene) que su existencia es mejor de lo que realmente es. Después se preguntan (en secreto, claro está) que porqué será que les va tan mal en la vida... La autenticidad y la honestidad no tienen precio. El autoengaño es una enfermedad mortal.
XIV	Ha llegado el momento de dejar de ser nosotros, para ser alguien más...
XV	Algunas personas se sienten mejores seres humanos sólo porque son vegetarianos... #DatoPaLosDemas sabían que Hitler era vegetariano?
XVI	Epa @RoberterraPSUV la juventud, NO está resteeda con Chávez
XVII	Mi vida en dos maletas
XVIII	Soy un animal político... Me lo acaba de decir Aristóteles...
XIX	Uno juega Monopolio y dice: "Sí!!!, me compré el Paseo Tablado", un jeque arabe juega Monopolio y dice: "Sí!!!, me compré el Manchester City". Qué fácil es el mundo con petrodólares.
XX	Te da vergüenza afinar tu guitarra antes de arrancar el show? Te apena que tus amigos te vean cargando tus peroles y digan "que pela bola, no tiene Roadie". Necesitas una multi-herramienta y nadie tiene una? LISTO PAPA! Llama al 0412(...)y tendrás mas tiempo para emborracharte y ser mas Estrella.
XXI	El facebook esta en mi contra. Cuando lo abro, siempre me muestra las noticias de quienes menos quiero saber en mi vida(2). Y me pregunto: "Juan, pero porque no las borras???" y me contesto "no se, pero se que eres patético"
XXII	Seguimos trabajando por la construcción de nuevos espacios de intercambio cultural!!! CEEP
XXIII	De nuevo en mi país, mi gran país, la tierra que me vió nacer :D
XXIV	Cuando me siento sola, me abrazo a mi misma, y ya no existe la soledad
XXV	Se sufre pero se goza jajaja brindemos por ello! ML (25)
XXVI	Llegando de San Felipe, saliendo a Valencia, regreso de Valencia, salgo a Barquisimeto... REGRESO de Barquisimeto, y tengo mas trabajo en Ccs. como mierda puedo tener una vida normal? pero bueno... yo la escogí.
XXVII	Que lindo es volver a las raíces. Soy el conjunto de huellas que cada uno ha dejado en mi. Me encantan mis familias! :)
XXVIII	Tengo gripe y tengo hambre. Como está lloviendo, si salgo a comer me da más gripe. Si no, pues muero de hambre. Oh mundo cruel!
XXIX	Por los huesos del Angel de la muerte!!! Ahora, además de casas, le vamos a regalar dinero a un montón de marginales por traer más

	miseria a este mundo. Así se incentiva el progreso en esta maldita revolución...
XXX	Comprender que ciertas cosas son a tiempo determinado... Siglo XXI, interesante época.
XXXI	Alguien tiene un medidor de glucosa que me preste/alquile/venda/done/facilite u otro termino beneficioso para ambas partes?
XXXII	El lunes 12/12, a las 9am, profesores y demás miembros del frente de defensa de la autonomía convocan a una concentración en la Plaza del Rectorado de la UCV en desagravio por la violencia contra nuestra universidad. Los invito a participar
XXXIII	Luego de días y días de análisis Stalin González llega a esta lapidaria conclusión: "Calidad de vida de los caraqueños mejoraría si mejora la vialidad"
XXXIV	Hoyo de la puerta NECESITA ayuda nos estamos incomunicados muchos de nuestros vecinos se estan quedando sin casa y nadie Nos ha prestado ayuda aqui pueden ver algunas fotos de lo que esta sucediendo.. Por favor colaboren con nosotros reenvien este mensaje para ver si nos ayudan... HOYO DE LA PUERTA S.O.S DF
XXXV	La música es el llamado a la cordura en el caos de todos los días ER
XXXVI	esa burbujita que obstruye mi aire. que no se rompe con el ardor entre mis ojos. que no rompen mis pies inquietos. que no rompen los golpes de pecho. esa burbuja que se infla. que estrecha mi cuello, mi espalda, mi cuerpo, cuando no puede encoger más mi espíritu. a la que que ni la costumbre, ni la manía, ni el sueño, ni la música, ni el color me permiten ignorar... Me dueles UCV...EM RIV
XXXVII	No me interesa del bando que seas, si haces eso mereces que te echen vivo al fuego que ignorante y salvajemente creaste en tu casa de estudios
XXXVIII	Y el metro terminó siendo lo mejor del día. Pusieron Let It Be, fui sentado... y en un vagon con a/c echenle bola'...
XXXIX	Saben cuál es el estado venezolano con más población? Facebook con 8.300.000 venezolanos suscritos. Qué político será el pionero en emprender su campaña desde ahí? El 70 % de los facebook.users son de la clase D y E...
XL	La alcaldesa del Hatillo MYRIAM DO NASCIMENTO ORGANIZÓ UNA CORRIDA DE TOROS. Cosa que me molesta enormemente y no vengan conque es una tradición y por eso si es valida, porque si es así sacrificar a una virgen para que pararan las lluvias también lo era. MAÑANA A PROTESTAR

A continuación se muestra el resumen del análisis preliminar de usos y temas de cada uno de los 40 enunciados que han sido seleccionados, tal y como se mencionó al principio del marco metodológico de esta investigación, con el fin de identificar los actos de habla (para determinar qué hacen y el propósito comunicativo de sus enunciados) y

roles y posicionamiento (para determinar los roles comunicativos y los papeles sociales atribuidos). Esto se hace con la finalidad de caracterizar *estrategias, recursos, y formas* que son utilizadas en la gestión identitaria y en la construcción del yo y el tú, que se puede evidenciar en esta acción comunicativa que supone el uso de estos recursos y la escritura del enunciado. Se presenta entonces, el cuadro que compila los datos de identificación de los 40 enunciados que forman parte del corpus.

**Cuadro 7: Resumen de datos de identificación, usos y temas de las unidades de información pertenecientes al corpus de investigación.**

Enunciado	Usuario	Ubicación Geográfica	Uso	Tema
I	AC – 26	Caracas	Opinión	Fútbol Nacional
II	HT – 26	Caracas	Opinión	Fútbol Nacional/Política
III	RN – 25	Caracas	Convocatoria	Protesta/Política
IV	CO – 23	Caracas	Expresión	Amor/Enamoramiento
V	JG – 26	Caracas	Publicación/Venta	Intercambio comercial.
VI	AA – 26	Caracas	Opinión/Pregunta abierta	Política internacional
VII	CC – 26	Caracas	Opinión/Consejo	Reflexión personal
VIII	HT – 26	Caracas	Expresión/Reflexión	Amor
IX	VM – 24	Caracas	Opinión	Reflexión/ Redes sociales digitales
X	AM – 25	Caracas (Londres)	Opinión	Política/Contexto Social/Protesta
XI	JGL – 26	Caracas	Opinión	Deporte-Concursos de Belleza
XII	AC – 26	Caracas	Demanda/Protesta	Economía/Contexto económico
XIII	DC - 24	Caracas (Porlamar)	Opinión/Reflexión	Reflexión personal
XIV	MIC – 25	Caracas	Reflexión	Reflexión personal/Solidaridad
XV	DL – 25	Caracas	Denuncia	Denuncia/Vegetarianos
XVI	RN – 25	Caracas	Toma de Partido/Posición	Política/Posición Política

			namiento	
XVII	AG – 26	Caracas	Reflexión	Reflexión personal/ Viajes
XVIII	JP – 25	Caracas	Afirmación	Filosofía/Política-Aristoteles
XIX	IM – 22	Caracas	Opinión Personal	Economía/protesta
XX	JGB – 25	Caracas	Publicación/ Venta	Oferta de servicios
XXI	JG – 23	Caracas	Monólogo	Redes Sociales
XXII	JAB - 25	Caracas	Comunicación pública de acciones	Intercambio cultural
XXIII	EP – 25	Caracas	Comunica retorno a la patria	Patriotismo
XXIV	DC – 24	Caracas	Reflexión Personal	Estado de animo/ Soledad
XXV	ML – 24	Caracas	Reflexión/ Invitación	Estilo de vida/ Refranes (Sufrimiento y gozo)
XXVI	JGB – 25	Caracas	Reflexión personal/ Resignación	Estilo de vida
XXVII	MFM – 24	Caracas	Reflexión personal	Familia/Raíces
XXVIII	AC – 26	Caracas	Queja	Salud y clima
XXIX	DS – 27	Caracas	Critica políticas de estado/ Discriminación	Política Nacional
XXX	GT – 24	Caracas	Reflexión histórica	Historia/ Tiempo
XXXI	HR – 26	Caracas	Pregunta/Solicitud	Préstamo/Alquiler/Venta de Equipos Médicos
XXXII	JR – 26	Caracas	Convocatoria	Autonomía Universitaria
XXXIII	JR – 26	Caracas	Crítica Política	Política/ Calidad de Vida
XXXIV	DF – 25	Caracas (EE.UU)	Denuncia	Viviendas y Vialidad en riesgo
XXXV	ER – 25	Caracas	Reflexión	Música

			Personal	
XXXVI	ER – 25	Caracas	Indignación/Posicionamiento	Universidad, vandalismo y violencia
XXXVII	IM – 22	Caracas	Amenaza	Universidad, vandalismo y violencia
XXXVIII	IM – 22	Caracas	Aseveración	Transporte Público/Metro de Caracas
XXXIX	DL – 25	Caracas	Aserción/Pregunta	Política/Campaña Electoral
XL	DL – 25	Caracas	Convocatoria	Corrida de Toros/Protesta

Se han presentado los 40 enunciados que se han seleccionado entre mayo de 2011 y octubre de 2011. Los números romanos indican el orden cronológico según el cual fueron recuperados de la red social digital y se corresponde con la numeración asignada en el cuadro anterior. La edad de los jóvenes que escribieron dichos enunciados se ubica entre los 22 y 27 años, los cuales los ubica en la clasificación de *nativos digitales* que se consideró como criterio de elección para esta los jóvenes de esta muestra.

Una vez presentado esta parte del análisis procedemos a clasificar los enunciados con su acto de habla correspondiente, esto es con la finalidad de poder tener un panorama más claro de las clasificaciones según la fuerza ilocutiva de los actos de habla y entre paréntesis se ubica el verbo o la acción inferida a partir de la intención del hablante. Es importante señalar que no sólo se tomó en consideración la frecuencia de aparición de los elementos, sino también en la relevancia y singularidad de ocurrencia, y en su función. No sólo la recurrencia y repetición fueron el único parámetro a tomar en cuenta, es decir predominó la reflexión de lo significativo por sobre la frecuencia numérica.

**Cuadro 8: Enunciados y su correspondencia con los actos de habla analizados.**

Enunciado	Acto de Habla
I	Expresivo (Reconoce)
II	Representativo (Opinión)

III	Compromisivo (Convoca)
IV	Representativo-Expresivo (Describe-Expresa)
V	Directivo (Exhorta)
VI	Representativo (Acusa)
VII	Representativo (Constata)
VIII	Directivo-Expresivo (Invita indirectamente-expresa)
IX	Representativo (Asevera)
X	Representativo (Acusa)
XI	Expresivo (Agradece)
XII	Expresivo (Desea)
XIII	Directivo (Acusa, sugiere y exhorta)
XIV	Directivo (Manda indirectamente)
XV	Directivo (Exhorta , acusa indirectamente)
XVI	Representativo (Asevera-Responde)
XVII	Expresivo (Despedida indirecta)
XVIII	Representativo (Afirma)
XIX	Compromisivo (Advierte indirectamente)
XX	Directivo (Manda-Promete)
XXI	Expresivo (Reflexión)
XXII	Representativo (asevera)
XXIII	Expresivo (Notifica-Asevera)
XXIV	Expresivo (Asevera)
XXV	Representativo (Asevera/ Exhorta)
XXVI	Expresivo (Notifica-Asevera)
XXVII	Expresivo (Asevera)
XXVIII	Compromisivo (Asevera)
XXIX	Expresivo -Representativo (Crítica)
XXX	Representativo (reflexiona)
XXXI	Directivo (Petición)
XXXII	Compromisivo (Convoca)
XXXIII	Representativo (Crítica)
XXXIV	Directivo (Petición)
XXXV	Expresivo (Reflexión)
XXXVI	Expresivo (Indignación)
XXXVII	Compromisivo (Amenaza)

XXXVIII	Representativo (Aserción)
XXXIX	Representativo (Aserción)
XL	Expresivo (Expresa/Convoca)

### **6.3 Análisis de los roles comunicativos y posicionamientos sociales atribuidos en los enunciados**

Existe un planteamiento tradicional en la psicología no conductista que nos habla acerca de que la “identidad” y el “ser” actúan como organizadores y determinantes en el “hacer” de las personas (Shotter, 2002). Opuesto a este planteamiento, desde el construccionismo social se propone que lo que “somos” es producto de lo que hacemos comunicativamente y como lo que hacemos está siempre cambiando, la “identidad” debe considerarse más como un proceso en continua fluctuación que como un producto acabado (Gergen, 1996).

El énfasis y centro de acción de nuestros análisis son las "relaciones" y los roles y posicionamientos que se establecen a partir de éstas, que serían el principal producto que permitiría la construcción del yo en la interacción social. Un individuo nace dentro de una relación y a la vez que es definido por ella, la define. Cuando uno muere lo que perece es una pauta de relaciones. Por este motivo, consideramos a los enunciados, productos de los jóvenes usuarios, como actos comunicativos y situaciones donde se evidencia la gestión de la identidad a partir de las interacciones y los actos que se dan entre los enunciatarios y su audiencia. Advertimos también que este carácter de situación implica que el enunciado es un proceso finito, determinado y momentáneo, ya que el análisis producido no implica que se debe generalizar los actos, roles y posicionamientos atribuidos a toda la identidad personal de la persona estudiada. Los individuos por sí mismos no pueden significar nada: sus actos carecen de sentido hasta que se coordinan con los otros (Gergen, 1992).

Para esta categoría de análisis, se tomaron en consideración el análisis previo que derivó de la caracterización de los actos de habla de los enunciados. Los actos de habla que caracterizan y definen a los enunciados analizados son: acusar, advertir, exhortar, mandar, afirmar y describir. Retomando a Halliday (2004) c.p Salazar (2005) los actos de habla definen al mismo tiempo unos roles comunicativos y una relación

social entre el productor textual (*enunciario*) y su audiencia (sus *contactos* o *amigos*). Cuando analizamos los roles comunicativos y las relaciones que se construyen se pudo dar cuenta de que:

Las *acusaciones*, *advertencias* y *descripciones* han sido expresadas a través de aseveraciones y sugerencias indirectas que al ser intercambiadas con los contactos, el enunciario asume el rol de dador de información, colocando a sus amigos en el rol complementario de receptor.

Los *mandatos* y *exhortaciones* han sido propuestas (algunas veces indirectas) en donde se demanda al otro que realice o no determinadas acciones, cuando se exhorta o manda, el rol comunicativo que se le asigna a los contactos es de alguien a quien se demanda una acción particular (demandado o exhortado), mientras que el enunciario aparece como demandador.

A continuación un cuadro donde se sintetiza lo encontrado en los análisis de los enunciados, la fuerza ilocutiva aparece entre paréntesis en la columna del rol.

**Cuadro 9: Construcción del Rol del Yo y posicionamientos del Tú (el otro)**

<b>Enunciado</b>	<b>Rol (Yo)</b>	<b>Posicionamiento (Tú) El otro</b>
I	(Expresa) Reconoce	Reconocido
II	(Opina) - Critico	Criticado
III	(Convoca) - Convocador	Convocado
IV	(Expresa indirectamente) - Enamorado	Receptor(a) del mensaje
V	(Exhorta) Director	Dirigido
VI	(Acusa) Acusador	Acusado
VII	(Constata) Consejero	Aconsejado
VIII	(Invita indirectamente-expresa) Invita	Invitado
IX	(Asevera) Confirma	Confirmado
X	(Condena) Condenador	Condenado
XI	(Agradece) Hace el agradecimiento	Agradecido
XII	(Expresa deseo) Aspira	Es visto como inalcanzable
XIII	(Acusa, sugiere y exhorta) Sugiere,	Aconsejado, Acosado

	Acusador	
XIV	(Manda indirectamente) Director	Dirigido
XV	(Exhorta , acusa indirectamente) Acusador	Acusado
XVI	(Asevera-Responde) Dador de información	Receptor de información
XVII	(Despedida indirecta) Se despide	Receptor de la despedida
XVIII	(Afirma) Demuestra	Los otros son afirmados como animales políticos
XIX	(Advierte indirectamente) Denunciador	Denunciado
XX	(Manda-Promete) Ofrece servicios	Clientes potenciales.
XXI	(Reflexión) Reflexivo	Espectadores de la reflexión (Sugeridos Indirectamente).
XXII	(Asevera) Afirmador/Comunicador	Receptores de información/Comunicados
XXIII	(Notifica-Asevera) El que notifica	Notificados
XXIV	(Asevera) Reflexivo	Espectadores de la reflexión (Sugeridos Indirectamente).
XXV	(Asevera/ Exhorta) Invita	Invitado
XXVI	(Notifica) Resignado	No son mencionados, sólo son observadores de su experiencia.
XXVII	(Asevera) Reflexiva/Aprecio	Apreciado/reflexionado (la familia).
XXVIII	(Asevera) Adolece	Causantes del malestar (salud personal y clima).
XXIX	(Crítica) Discrimina.	Discriminados
XXX	(Reflexión) Reflexivo	Lo reflexionado (el tiempo).
XXXI	(Petición) Pregunta	Posibles colaboradores o proveedores del bien pedido.
XXXII	(Convoca) Convocador	Convocados
XXXIII	(Crítica) Crítico	Criticado
XXXIV	(Petición) Pide ayuda - Denunciador	Denunciado (Situación)
XXXV	(Reflexión) Reflexivo	Reflexionado (Musica)
XXXVI	(Indignación) Indignado	Causante de la indignación
XXXVII	(Amenaza) Amenazador	Amenazado

XXXVIII	(Aserción) Afirma	Afirmado
XXXIX	(Aserción) Exhorta/Pregunta	Interrogados/Exhortados
XL	(Expresa/Convoca) Convocador	Convocados

### 6.3.1 Posicionamientos identitarios de los jóvenes usuarios (enunciarios) derivadas del análisis de los enunciados

En esta parte del análisis hemos realizado una interpretación hermenéutica, en donde hemos considerado estos textos como válidos para interpretar, generando una aproximación válida sobre los posicionamientos identitarios de los jóvenes usuarios que hemos estudiado. Una vez más destacamos el carácter situacional y contextual de cada acto de enunciación para cada caso, con esto queremos dejar claro que no se trata de una definición absoluta y general de su identidad, sino más bien lo que podemos inferir sobre la gestión identitaria de los jóvenes usuarios y como han construido su sí mismo ante los otros en el momento específico del evento comunicativo que ha sucedido y el cual hemos analizado.

Algunas ideas de Ricoeur (1969) son tomadas en consideración de la “hermenéutica de la distancia”, ya que este autor plantea que lo que hace que surja una interpretación es el hecho de que haya una distancia entre el emisor y el receptor. De esta hermenéutica surge una teoría cuyo paradigma es el *texto*, es decir, todo discurso fijado por la escritura. Al mismo tiempo este discurso sufre, una vez emitido, un *desarraigamiento* de la intención del autor y cobra independencia con respecto a él. El *texto* ahora se encuentra desligado del emisor, y es una realidad metamorfoseada en la cual el lector, al tomar la obra, se introduce. Pero esta misma realidad metamorfoseada propone un “yo”, que debe ser extraído por el lector en la tarea hermenéutica. Para Ricoeur interpretar es extraer el ser-en-el-mundo que se halla en el texto. De esta manera se propone estudiar el problema de la “apropiación del texto”, es decir, de la aplicación del significado del texto a la vida del lector.

Estos aportes nos sirvieron para considerar las actividades de los jóvenes de las redes sociales digitales como *textos* a interpretar, pudiendo aprehender aspectos relativos a su identidad, gestión identitaria (estrategias y recursos) y personalidad que

nos ayuden a alcanzar e interpretar el significado que tienen estos actos para la vida del lector. El rescate de este aporte metodológico e interpretativo, que aunque ha surgido en un contexto social y tecnológico anterior, no ha perdido vigencia, más bien consideramos que estos enfoques son pertinentes para el tipo de labor interpretativa sobre las actividades que son realizadas por los jóvenes usuarios de las redes sociales digitales.

Durante el ejercicio analítico surgieron algunas interrogantes respecto a la autenticidad de la información y el texto que los usuarios han comunicado a través del medio que hemos analizado. Esto nos remitió a pensar sobre el tema de la autenticidad de la identidad, de la información y sobre el sí mismo que se relata en los perfiles personales y lo que se coloque. Existen algunos casos en que los perfiles en redes sociales crean y comunican una imagen *idealizada*<sup>20</sup> (Manago, A.M., Graham, M.B., Greenfield, P.M., y Salimkhan, G., 2008), en donde de algún modo fingimos en Internet lo que no somos. De acuerdo a esta hipótesis, la identidad virtual vendría siendo idealizada, los propietarios de perfiles reflejarían características idealizadas (siendo ésta la principal estrategia de gestión identitaria), pero no reflejarían sus identidades reales.

Para este análisis hemos considerado la perspectiva opuesta, donde consideramos que sí presentamos nuestras verdaderas identidades en Internet, ya que las redes sociales constituyen ya parte de nuestro contexto social extendido en el que expresamos características de personalidad e identidad reales (la red y los usuarios han madurado), capaces de transmitir percepciones interpersonales donde el engaño resulta una de las posibilidades menos probable, debido al costo social que esto implicaría.

De hecho, lo que se transmite en las redes sociales digitales es una integración y complementación de varias fuentes de información personal similares (o incluso más reveladoras) a las que compartimos en el mundo no virtual: pensamientos privados,

---

<sup>20</sup> Según Goffman (1959) este concepto tiene que ver con lo que hace un actor al tratar de ajustarse al desempeño ideal de un rol. Se subrayan aquellas partes del desempeño que se ajustan a la imagen ideal del rol y se ocultan aquellas que no se ajustan. Este microacto era considerado como característico de las actuaciones de los sujetos en los chats (IRC) y foros virtuales en las primeras etapas del Internet, como hemos señalado, las TICs y los cambios introducidos por la web social (2.0) y las redes sociales digitales han cambiado este panorama.

imágenes de la cara, relatos de nuestro comportamiento social, y muchas otras cosas que contienen información válida acerca de nuestra personalidad.

Hemos querido considerar dos aspectos relativos a la gestión identitaria y la construcción del sí mismo que realizan los jóvenes en las redes sociales digitales, que nos guiaran en el análisis:

- Es difícil crear identidades idealizadas en el estado actual de la web social, sobre todo si recordamos que no somos los dueños exclusivos de esta, que como dice Bauman (2005), “La construcción de identidad implica el triple desafío (y riesgo) de confiar en uno mismo, en otros y también en la sociedad”.
- La propia relación que establecemos en Internet, donde no nos vemos las caras, donde la confianza, elemento esencial en el que basar nuestros juicios y decisiones debe traducirse a lo virtual, provoca que exijamos responsabilidad sobre sus perfiles a nuestros contactos, que además pueden conversar, interactuar con nuestras auto-definiciones para también ajustarlas a la realidad.

#### **Cuadro 10: Enunciados e implicaciones identitarias con la identidad del enunciatario**

<b>Enunciado</b>	<b>¿Qué dice sobre el que enuncia?</b>
I	Expresivo ( <i>Reconoce</i> ) Este enunciado indica que esta persona conoce las estadísticas de la FIFA, siente orgullo por la selección nacional de fútbol. Se muestra como fanático del fútbol venezolano.
II	Representativo ( <i>Critica</i> ) Demuestra indirectamente su posición política, como opositor al gobierno.
III	Compromisivo ( <i>Convoca</i> ) A través de la convocación abierta a sus contactos a un paro, esta persona ha fijado una postura política al utilizar su <i>estado</i> como medio de difusión y se identifica con los trabajadores universitarios que han convocado a paro.
IV	Representativo-Expresivo ( <i>Describe-Expresa</i> ) Esta persona ha anunciado que está enamorado.
V	Directivo ( <i>Exhorta</i> ) Este enunciado nos dice que la persona está ofreciendo un bien en venta, es decir asume un rol de vendedor(a) transitoriamente.
VI	Representativo ( <i>Acusa</i> ) El enunciado nos dice que esta persona asume una posición crítica respecto al discurso tradicional que coloca a los países desarrollados/ industrializados como promotores de la

	paz, siendo éstos los principales productores y vendedores en el negocio mundial de las armas. Esta persona se muestra como preocupada, crítica y reactiva frente al tema de la guerra.
VII	Representativo ( <i>Constata</i> ) Este enunciado nos dice que esta persona ha tenido experiencia “recorriendo caminos trazados” en su vida, es decir ha emprendido planes y hecho cosas que siente como “trazadas”. Sin embargo, se ha dado cuenta que empezar su propio camino (planes y emprendimientos) no significa desviarse el camino. Es una reflexión personal que indica que la persona, con lo que ha vivido, ha adquirido experiencia y madurez en su vida.
VIII	Directivo-Expresivo ( <i>Invita indirectamente-expresa</i> ) Es una persona interesada en la literatura latinoamericana, en este caso en particular de Borges, así como del tema del amor. En esta ocasión este usuario ha querido compartir con sus contactos su posición frente al amor. Se muestra como sensible y reflexivo ante sus contactos.
IX	Representativo ( <i>Asevera</i> ) Este usuario es asiduo de la red social Facebook, está constatando un estado de realidad para él, considera que el no pertenecer a la red social digital puede traer repercusiones en la vida social de los sujetos.
X	Representativo ( <i>Acusa</i> ) Es una persona crítica y reaccionaria frente a los hechos políticos y sociales que afectan a su contexto. No está de acuerdo con la violencia exacerbada que venga por parte de las fuerzas de seguridad oficiales ni por parte de cualquier sector de la sociedad.
XI	Expresivo ( <i>Agradece</i> ) Interesado por los éxitos deportivos que han tenido los atletas venezolanos en el exterior. Polémico e irreverente, al contrastar dos temas totalmente diferentes (deportes vs. Concursos de belleza).
XII	Expresivo ( <i>Deseo</i> ) Está interesada en los deportes alternativos (patinar). Expresa su posición en el mundo, el objeto que aspira y su molestia por la inflación y el control cambiario, que impide que obtenga lo que quiere.
XIII	Directivo ( <i>Acusa, sugiere y exhorta</i> ). Esta persona se denomina auténtica y honesta, resalta estos valores personales contrastándolo con “los hipócritas” y “mentirosos”. Está desahogándose a través de su estado, también está indignada por las cosas que ha vivido a través de las relaciones en la red social.
XIV	Directivo ( <i>Manda indirectamente</i> ) Es solidaria, exhorta a los demás a que sean participes a cambiar y “dejar de ser nosotros mismos” y está dispuesta/o a dejar de ser ella/él para ser alguien más.
XV	Directivo ( <i>Exhorta, acusa indirectamente</i> ) Es crítico, polémico e irreverente. Llama a la reflexión a los vegetarianos que se sienten superiores sólo por serlo.
XVI	Representativo ( <i>Asevera-Responde</i> ) Es una persona que es opuesta al pensamiento de los jóvenes estudiantes afectos al gobierno. Está respondiendo a una aseveración hecha por su oponente político. Se

	asume y se posiciona como opositor al gobierno.
XVII	Expresivo ( <i>Despedida indirecta</i> ) Esta persona se va de viaje, comparte este hecho con sus contactos de manera indirecta. Nos dice que en dos maletas está “su vida”, es decir sus pertenencias más importantes y esenciales.
XVIII	Representativo ( <i>Afirma</i> ) Muestra interés por el conocimiento clásico antiguo. Especialmente la obra de Aristoteles, <i>Política</i> , de donde cita a este autor, definiéndose como “animal político”. Es un ser social que concientiza su capacidad de comunicarse a través del lenguaje.
XIX	Compromisivo ( <i>Advierte indirectamente</i> ) Crítico respecto al sistema capitalista, definiéndolo como monopolístico. Es irreverente y usa su sentido del humor para reflexionar respecto a lo fácil que es para los jeques obtener cosas materiales y hacer negocios por tener ingresos petroleros.
XX	Directivo ( <i>Manda-Promete</i> ) Ofrece un servicio específico ( <i>roadie</i> : persona que ofrece sus servicios de producción musical y asistencia técnica musical para toques), es músico, pertenece al contexto social de los jóvenes músicos del género rock. Se muestra como experto y conocedor del servicio que ofrece, es promotor del servicio generando confianza e identificación por parte de los jóvenes a través de lo que dice.
XXI	Expresivo ( <i>Reflexión</i> ) Está hablando en forma de monólogo, y reflexiona acerca de los contactos que posee en Facebook, si debe borrarlos o no, y por qué aún no los ha borrado. Se autovalora negativamente, considerándose como patético.
XXII	Representativo ( <i>Asevera</i> ) Está dando a conocer sus actividades como promotor de actividades de intercambio cultural en nombre del Centro de Estudiantes de la Escuela de Psicología. Actúa como vocero.
XXIII	Expresivo ( <i>Notifica-Asevera</i> ) Anuncia que llega a su país y esto le causa satisfacción y eleva su sentimiento patriótico por el mismo.
XXIV	Expresivo ( <i>Asevera</i> ) Esta persona reconoce su soledad, pero al mismo tiempo reconoce tener la solución la misma. Considera que su auto compasión y sus propias acciones son suficientes para no sentirse sola.
XXV	Representativo ( <i>Asevera/Exhorta</i> ) Reconoce la ambigüedad de la vida, al considerar que cuando se sufre se goza, identificándose con el dicho el cual ha escrito. Así mismo, invita a celebrar esta dualidad.
XXVI	Expresivo ( <i>Notifica/Asevera</i> ) Esta persona se muestra como muy ocupada y con una carga laboral que le hace reflexionar sobre su rutina. Se pregunta si puede tener una vida normal, pero después se resigna y muestra que la acepta, ya que después de todo, él mismo la ha escogido.
XXVII	Expresivo ( <i>Asevera</i> ) Indica la valoración positiva que la persona le da a su familia, así como reflexiona acerca de la relación que tiene sus raíces con su familia, expresando agrado y felicidad. Es una persona

	que valora a sus familiares.
XXVIII	Compromisivo ( <i>Asevera</i> ) Indica que la persona está enferma y tiene hambre, pero que no quiere salir a buscar comida, debido a las condiciones climáticas, está quejándose de su situación y exagerando, ya que dice que morirá de hambre si no logra salir.
XXIX	Expresivo-Representativo ( <i>Critica</i> ) Una crítica respecto a una medida gubernamental, se convierte en un espacio de discriminación, al calificar de marginales a un grupo social, esta persona muestra no tener cuidado ni le da importancia a la manera en que se expresa respecto a otros grupos sociales.
XXX	Representativo ( <i>reflexiona</i> ) Esta persona realiza una retrospectiva histórica sobre el tiempo, y se asombra a sí misma de lo interesante que ha sido el siglo XXI
XXXI	Directivo ( <i>Petición</i> ) Indica que la persona necesita un medidor de glucosa, y por otro lado que está dispuesta a establecer varios tipos de intercambio en beneficio de ambas partes, con la finalidad de tener acceso a este bien. Se muestra como solicitante y abierto a negociar.
XXXII	Compromisivo ( <i>Convoca</i> ) Convoca a una concentración en desagravio por los actos de violencia y vandálicos que sucedieron en la UCV. Se muestra como consciente e interesado por realizar acciones que respondan a los hechos sucedidos.
XXXIII	Representativo ( <i>Critica</i> ) Realiza una crítica irreverente respecto a los aportes que ha calificado de “lapidarios” respecto a las declaraciones sobre la calidad de vida y la vialidad que ha hecho uno de los candidatos a alcalde. Se muestra como interesado y crítico en los temas de actualidad política.
XXXIV	Directivo ( <i>Petición</i> ) Esta persona ha colocado una petición de ayuda a las autoridades debido a la situación de riesgo que sufren viviendas y vialidad en una zona de la ciudad. Indica que ha tomado la iniciativa de utilizar medios alternativos para llamar la atención de las autoridades.
XXXV	Expresivo ( <i>Reflexión</i> ) Indica que es una persona que le gusta y disfruta la música, puesto que está siempre presente en su vida cotidiana.
XXXVI	Expresivo ( <i>Indignación</i> ) Se muestra como indignado debido a los actos de violencia y vandalismo que fueron hechos en la UCV. Así mismo, de una forma casi metafórica y utilizando recursos retóricos, relata la experiencia subjetiva y el significado que posee la Universidad para él, marcando una posición en contra de la violencia.
XXXVII	Compromisivo ( <i>Amenaza</i> ) Esta persona amenaza directamente a los responsables del hecho, condenándolos a que se quemen en el mismo fuego que fue ocasionado por ellos. Indica que está molesto por lo que ocurrió.
XXXVIII	Representativo ( <i>Aserción</i> ) Esta persona indica que disfrutó el viaje en el sistema de transporte público, de forma casi inesperada, puesto

	que terminó siendo lo mejor que le sucedió durante el día.
XXXIX	Representativo ( <i>Aserción</i> ) Inicia un debate respecto a las estrategias de campaña electoral que deben desarrollar los candidatos en vista de las próximas elecciones. Se muestra como un ciberactivista bien informado y crítico, ya que acompaña sus aserciones con estadísticas.
XL	Expresivo ( <i>Expresa/Convoca</i> ) la molestia que le produce que una autoridad local haya organizado una corrida de toros, así mismo convoca a una protesta en contra de esta actividad. Se muestra así como opositor a las corridas de toros y como ciudadano participativo.

Hemos podido observar las inferencias sobre las estrategias de presentación de sí mismo y de la identidad personal que han resultado a partir del análisis hermenéutico de los enunciados que han escrito los jóvenes usuarios, esto ha sido posible al poder responder la pregunta: *¿qué dice sobre el que enuncia?* Estas respuestas nos han remitido a la identidad personal que se puede inferir a partir de este momento comunicativo específico y temporal, que es el acto comunicativo de actualizar el estado de FB.

A través de estos enunciados es posible dilucidar las huellas o pistas semióticas, los actos de habla, los roles y posicionamiento que en conjunto nos pueden ayudar a inferir las gestiones identitarias como el conjunto de estrategias y recursos que construyen el sí mismo que es presentado por los jóvenes usuarios frente a los demás en este momento comunicativo que hemos elegido analizar. A continuación hemos querido colocar las huellas semióticas que nos han permitido identificar a los enunciatarios, y a partir de las cuales hemos hecho el enlace que nos han permitido generar los resultados y las categorías que se presentarán como las estrategias de presentación del sí mismo, como parte de la gestión identitaria. Al responder cómo se definen (su identidad personal y forma de presentación ante los otros) los usuarios a través de la función de actualización de estado estaríamos respondiendo al objetivo principal de nuestra investigación, al poder generar categorías de caracterización de gestión identitaria a partir de los actos comunicativos analizados previamente.

#### **Cuadro 11: Huellas semióticas que permiten identificar al enunciatario**

<b>Enunciado</b>	<b>Huellas semióticas</b>
I	Expresivo ( <i>Reconoce</i> ) “Nos enamoramos de una selección” y “Después del despecho, se <i>siente</i> como una <i>victoria</i> ”

II	Representativo ( <i>Denuncia Indirectamente</i> ) “La mano peluda pierde su tiempo”
III	Directivo ( <i>Convoca</i> ) “Paro nacional”
IV	Representativo-Expresivo ( <i>Describe-Expresa</i> ) “Enamorado en silencio”
V	Directivo ( <i>Ofrece</i> ) “Vendo una camilla...” “Si están interesados...”
VI	Representativo ( <i>Acusa</i> ) “En la guerra, ¿quién vende las armas?”
VII	Representativo ( <i>Constata</i> ) “...no existe tal cosa como desviarse el camino. Píldoras Toto para Facebook...”
VIII	Directivo-Expresivo ( <i>Invita indirectamente-expresa</i> ) <i>Cómo no maravillarse de saber que eso que parece repetido es millones de veces únicos :)</i> ”
IX	Representativo ( <i>Asevera</i> ) “...tengo facebook, luego existo”
X	Representativo ( <i>Acusa</i> ) Pero eso <i>no justifica</i> estas acciones que están ocurriendo.(4) Y puedo <i>decir</i> que ese es el <i>sentimiento colectivo</i> aquí acerca de lo que está ocurriendo
XI	Expresivo ( <i>Agradece</i> ) “Me encanta que Venezuela traiga medallas a casa ( <i>basta ya de coronas</i> )”
XII	Expresivo ( <i>Deseo</i> ) “Quiero unos patines en línea!”
XIII	Directivo ( <i>Acusa, sugiere y exhorta</i> ). ) El alma de los <i>hipócritas y de los mentirosos no vale ni medio</i> , pues éstos viven una ficción de la realidad. La <i>autenticidad y la honestidad</i> no tienen precio.
XIV	Directivo ( <i>Manda indirectamente</i> ) “...de dejar de ser nosotros, para ser alguien más...”
XV	Expresivo ( ) “ <i>se sienten mejores seres humanos sólo porque son vegetarianos</i> ” “...sabían que <i>Hitler era vegetariano?</i> ”
XVI	Representativo ( <i>Asevera-Responde</i> ) “...la <i>juventud, NO está resteeda con Chávez</i> ”
XVII	Expresivo ( <i>Despedida indirecta</i> ) “Mi vida en dos maletas”
XVIII	Representativo ( <i>Afirma</i> ) “Soy un <i>animal político</i> ”
XIX	Representativo ( <i>Advierte indirectamente</i> ) “ <i>Qué fácil es el mundo con petrodólares</i> ”
XX	Directivo ( <i>Manda-Promete</i> ) Te apena que tus amigos te vean cargando tus peroles y digan “ <i>que pela bola, no tiene Roadie</i> ”.
XXI	Expresivo (Reflexión) El <i>facebook esta en mi contra</i> . Cuando lo abro, siempre me muestra las noticias de quienes menos quiero saber (...) “Juan, pero porque no las borras???” y me contesto “no se, pero se que eres patético”
XXII	Representativo ( <i>Asevera</i> ) <i>Seguimos trabajando...nuevos espacios de intercambio cultural!!!</i> CEEP
XXIII	Expresivo ( <i>Notifica-Asevera</i> ) De nuevo en mi país, <i>mi gran país</i>

XXIV	Expresivo (Asevera) Cuando me <i>siento sola</i> , me <i>abrazo a mi misma</i>
XXV	Representativo (Asevera/ Exhorta) <i>Se sufre pero se goza</i>
XXVI	Expresivo (Notifica –asevera responde) <i>¿Cómo mierda puedo tener una vida normal? pero bueno... yo la escogí.</i>
XXVII	Expresivo (Asevera) Que lindo es <i>volver a las raíces</i> . Soy el <i>conjunto de huellas</i> que cada uno ha dejado en mi
XXVIII	Compromisivo (Asevera) <i>Tengo gripe y tengo hambre</i>
XXIX	Expresivo -Representativo (Crítica) Le vamos a <i>regalar dinero a un montón de marginales</i> por traer más miseria
XXX	Representativo (reflexiona) <i>Siglo XXI, interesante época.</i>
XXXI	Directivo (Petición) <i>¿Alguien tiene un medidor de glucosa que me preste/alquile/venda/done/facilite...</i>
XXXII	Compromisivo (Convoca) <i>...convocan a una concentración</i> en la Plaza del Rectorado de la UCV en <i>desagravio por la violencia</i> contra nuestra universidad
XXXIII	Representativo (Crítica) Luego de <i>días y días de análisis</i> Stalin González <i>llega a esta lapidaria conclusión</i>
XXXIV	Directivo (Petición) <i>Hoyo de la puerta NECESITA ayuda</i> estamos <i>incomunicados</i> muchos de nuestros vecinos <i>se estan quedando sin casa</i>
XXXV	Expresivo (Reflexión) <i>La música</i> es el llamado a la <i>cordura en el caos</i>
XXXVI	Expresivo (Indignación) <i>Me dueles UCV</i>
XXXVII	Representativo (Amenaza) <i>Mereces que te echen vivo al fuego</i>
XXXVIII	Representativo (Aserción) <i>Y el metro terminó siendo lo mejor del día...</i>
XXXIX	Representativo (Aserción) <i>¿Qué político será el pionero en emprender su campaña desde ahí? El 70 % de los facebook.users</i> son de la clase D y E
XL	Expresivo (Denuncia) La alcaldesa del Hatillo MYRIAM DO NASCIMENTO <i>ORGANIZÓ UNA CORRIDA DE TOROS</i> . Cosa que <i>me molesta enormemente</i> .

## **7. Discusión. Una aproximación a la construcción identitaria y la presentación del sí mismo en las redes sociales digitales**

En este apartado se ha reflexionado y analizado los datos previamente procesados del corpus seleccionado producidos por los jóvenes usuarios de la red social Facebook. Posterior al análisis de frecuencia de uso, se procedió a su análisis obedeciendo a las tres categorías analíticas de: *Uso de recursos simbólicos y posibilidades de FB en la gestión identitaria de los usuarios*; *Actos de habla*; y *Roles comunicativos y posicionamiento sociales atribuidos*, con la finalidad de determinar las estrategias de presentación de sí mismo, el *propósito comunicativo de sus enunciados*, y *las identidades de los jóvenes a través de los enunciados*. Recordando el objetivo principal de esta investigación, que es la caracterización de la *gestión identitaria* de los jóvenes usuarios a través de la red social digital, se agruparon los datos derivados del análisis para conformar categorías organizadas y agrupadas de acuerdo a sus particularidades y generalidades, que faciliten la comprensión de las actividades, estrategias, y recursos empleados para gestionar su identidad y presentar a su sí mismo en la red, en el momento comunicativo y relacional específico y finito que significa las actividades digitales del joven usuario.

Como postura reflexiva e interpretativa hemos considerado las ideas de Potter (1998) representada a través de la metáfora de la construcción en donde las descripciones y los relatos construyen el mundo, o por lo menos versiones del mundo. También se postula que estos mismos relatos y descripciones están contruidos (construcción sugerida como montaje, fabricación, expectativa de estructuras diferentes como punto final, y la posibilidad de emplear materiales diferentes en la fabricación). Es decir, las descripciones son prácticas humanas y pueden ser diferentes entre sí.

Aunque nuestro objetivo no fue realizar una descripción de la realidad propiamente dicha, esta postura otorga validez a los enunciados y a la labor interpretativa y reflexiva subsecuente que será sintetizada en este apartado. Las categorías que se presentan, intentan ser lo más exhaustivas e inclusivas respecto a lo que hemos denominado como gestión de la identidad, que no es más que el conjunto de *estrategias, recursos, actos, roles comunicativos y posicionamientos sociales* que pueden ser legitimadas a partir de las marcas identitarias o *huellas semióticas* que

producen los usuarios y el contexto que lo rodea.

Así mismo cabe destacar que hemos considerado los enunciados como *macroactos* de habla que según van Dijk (2005) es un acto de habla que resulta de la realización de una secuencia de actos de habla linealmente conectados (aún cuando algunos enunciados sólo se componen de una oración). Hemos tomado en consideración las funciones globales del discurso o de los enunciados, es decir su propósito pragmático o intención.

Este mismo autor nos proporciona elementos útiles que han sido tomados en consideración en la presentación de análisis y resultados, van Dijk (2000) considera al discurso como un fenómeno *práctico, social y cultural*, consideramos que los aportes de van Dijk respecto al lenguaje y sus usuarios son pertinentes para nuestra labor reflexiva/analítica/interpretativa. El autor considera que los usuarios del lenguaje realizan *actos sociales* y participan en la *interacción social*, como la conversación y otras formas de diálogo. Una interacción de este tipo está, a su vez, imbricada en diversos contextos sociales y culturales. Consideramos a nuestros *enunciatarios* como usuarios del lenguaje, que participan en una *interacción social virtual* como lo es el actualizar su estado o estatus en la red social y que están ubicados en un contexto específico como lo es la red social digital.

Adicionalmente, van Dijk (2000) indica que los usuarios de lenguaje (enunciantes) al hablar implican actos comunicativos (que pueden ser de narración u argumentación) realizados por usuarios reales en situaciones reales, y así hemos considerado nuestros enunciados, jóvenes usuarios que se comunican y realizan *actos sociales* con la finalidad de expresar y comunicar públicamente (al menos a sus contactos) situaciones reales y específicas. Al considerar a los usuarios como activos frente a los textos y el habla, no sólo como hablantes, escritores, oyentes o lectores, sino como miembros de categorías sociales, grupos, profesiones, organizaciones, comunidades, sociedades o culturas, podemos dar cuenta y aprehender muchos aspectos relativos a la caracterización de la gestión identitaria y la construcción del sí mismo.

En nuestros enunciados, interactúan personas que se posicionan como:

estudiantes, escritores, fans de equipos de fútbol, emigrantes, activistas políticos, críticos políticos y sociales, denunciantes, indignados, discriminadores, personas reflexivas, vendedores, usuarios que ofrecen servicios, músicos y enamorados, amigos y enemigos, y acusadores, todos ellos en complejas combinaciones. Consideramos este espacio social como uno donde se puede dar cuenta de estos *roles* y *identidades sociales y culturales*. Y como menciona van Dijk (2000) de modo recíproco, al producir el discurso en situaciones sociales, los usuarios del lenguaje al mismo tiempo construyen y exhiben (gestionan) activamente esos *roles e identidades*.

Existe una última consideración que debe ser tomada en cuenta, hecha por van Dijk (2000) respecto al habla y el texto escrito, ya que usualmente se relaciona la naturaleza interactiva y práctica del discurso asociado a la interacción oral. Sin embargo, la escritura y la lectura son también formas de acción social, y la mayor parte de las consideraciones hechas hasta ahora pueden aplicarse a la producción y comprensión de textos escritos.

La primera categoría de la discusión es llamada *La red social digital y el fortalecimiento los vínculos entre los sujetos*, donde se agrupan los enunciados relacionados con los agradecimientos públicos y reforzamiento de vínculos sociales que hacen los usuarios y que sienten la necesidad de expresarlo a través de esa vía para que sean leídos (o escuchados) por sus contactos, que están dirigidas a personas o entidades específicas, en esta categoría se pudo dar cuenta del los gustos o posiciones personales frente a situaciones que vivieron los jóvenes usuarios.

La segunda categoría recibe el nombre de *Actividades Políticas, el ciberactivista*, la cual está subdividida en *Convocador a eventos políticos; denuncias y protestas, y posicionamiento político* como subcategorías. En este apartado se analizarán las acciones y expresiones políticas que los usuarios le dan a este *espacio público global*. Consideramos que este tema es tan complejo que pudiera dedicarse una investigación aparte sólo al *ciberactivismo* y las acciones políticas en las web. Recordando a Lozada (2001) donde problematizaba las supuestas “virtudes” de este espacio público local nos habla de un fenómeno que venía sucediendo en Venezuela desde entonces y que aún puede verse expresado, con todos los cambios que han supuesto la emergencia de las RSD, tanto en las dinámicas sociales y políticas a nivel macro y en las interacciones

entre los sujetos a un nivel micro. El trabajo en este apartado se centrará en analizar cómo se presentan los *convocadores*, *denunciadores* y aquellos que se *posicionan* políticamente y lo expresan y demuestran en estos nuevos espacios sociales.

La tercera categoría es llamada *La actualización de estado como medio para la reflexión y la crítica*, esta función de la red social digital es utilizada como espacio reflexivo y catártico por algunos usuarios, tras analizar los propósitos comunicativos, los roles asumido y el contenido de los enunciados de los jóvenes usuarios, se pudo dar cuenta de este uso. Así mismo, es construida una identidad personal de una persona *reflexiva* que quiere *compartir* con sus contactos pensamientos y disertaciones personales, aunque otras veces se utiliza como espacio para desahogarse o hacer catarsis respecto a una situación vivida dentro o fuera de las redes sociales digitales.

Por último la categoría *Ofrecimiento/Petición de bienes o servicios – El vendedor, dador, o solicitante de bienes o servicios* hará referencia al rol de vendedor/solicitante y a las estrategias que usaron los jóvenes usuarios para vender u ofrecer un servicio en particular. Consideramos que al dar cuenta de estas actividades y la gestión identitaria que conlleva, podemos presenciar cómo se han apropiado los usuarios de un medio que originalmente es sólo para relacionarse con sus contactos, como un medio para vender, promocionarse u anunciar la venta u oferta de algún servicio.

Procedemos a presentar los resultados de la caracterización de las gestiones identitarias hechas por los jóvenes usuarios, que fueron inferidas a partir del análisis previo a sus enunciados. A través del análisis de la variedad de enunciados, donde cada uno son entendidos como un conjunto de *actos sociales* que participan en la *interacción social*, expresan una variedad de situaciones comunicativas informales de las cuales hemos inferido *estrategias, recursos, actos, roles comunicativos y posicionamientos sociales*, las cuales serán descritas y hemos agrupado en las categorías mencionadas.

### **7.1 La red social digital y el fortalecimiento de los vínculos entre los sujetos**

La red debe considerarse como un espacio en donde la *hipersociedad* se comunica cada vez más, y con posibilidades y características cada vez mas interactivas,

sincrónicas, inmediatas y eficaces. El ser humano es un ser social y empático por naturaleza y no es que estas posibilidades de las TICs y sus artefactos generen que seamos mas o menos sociables, sino que actúan como un medio que favorece e incentiva el fortalecimiento de los vínculos preexistentes entre los usuarios. La red usualmente es utilizada para estrechar los vínculos entre los sujetos, según la investigación de Rainie, L., Purcell, K. y Smith, A. (2011), sobre socialización en las redes sociales digitales, reconociendo que fueron realizados en la población estadounidense (ya que no existen estudios de este tipo en poblaciones nacionales o latinoamericanas), se encontró que el uso de las redes sociales digitales, está asociado a tener vínculos más estrechos:

- El 14% de los usuarios frecuentes de Internet son más *confiados* al relacionarse con gente extraña que los que no usan.
- Aquellos que utilizan algún servicio de mensajería instantánea (como el chat de Facebook) resultan ser 12% más confiados que los otros usuarios de Internet o 25% más *confiados* que aquellos que no usan Internet.
- El uso de las redes sociales digitales en general, no tiene una relación negativa con el número total de vínculos estrechos que tenga una persona. Sin embargo los usuarios de Facebook, tienen grandes redes sociales con relaciones más fuertes. Por ejemplo, alguien que usa Facebook varias veces al día, tiende a tener 9% más vínculos estrechos.

A modo de conclusión, estas investigaciones no encontraron que el uso de las plataformas de redes sociales digitales, estén asociadas con tener una red social más grande o más pequeña. Sin embargo, si se encontró que los usuarios de Facebook son más propensos a tener un gran número de vínculos sociales percibidos estrechos. Al parecer, Facebook favorece la intimidad, en vez de socavarla (aunque creemos a diferencia del autor, que la sobrepone). Consideramos que esto tiene implicaciones en las relaciones entre los sujetos, y a su vez en su gestión identitaria y en la manera que se presentan a si mismos frente los otros. Desde hace mucho tiempo el estudio de la socialización, ha considerado aspectos microsociológicos como la asociación entre los sujetos. Por ejemplo, haciendo referencia al trabajo de Simmel, Waiter (2005) indica que las formas de socialización se apoyan sobre contenidos que no son sociales; forman parte de la constitución de relaciones psíquicas que permiten a los hombres actuar

juntos o unos contra otros, y al hacer esto forman asociaciones, uniones, sociedades.

Consideramos, que al analizar las acciones de los usuarios, podemos dar cuenta de estas actividades a través de los agradecimientos, opiniones o desencuentros que se han inferido en las interpretaciones sobre las acciones sociales que han llevado a cabo los usuarios estudiados. Se trata de una sobrevisibilización de la intimidad, el desdibujamiento de la frontera entre lo público y lo privado, la “socialización” en las redes se concibe por algunos autores como una extensión de las redes sociales previamente establecidas, como se ha mencionado. Así mismo Watier (2005) citando a Simmel, indica que el rol de sentimientos psicosociales tales como confianza, la fidelidad, el reconocimiento, la piedad, la fe en el otro, en el interior de las formas de socialización son elementos preponderantes.

Efectivamente consideramos que las redes sociales digitales, proporcionan medios que incentivan el desarrollo de las relaciones, esperamos entonces que las muestras de texto provenientes de los usuarios, sean considerados como prueba de esto.

La actualización de estado de esta red social, usualmente es utilizado para colocar información relativa a los sujetos, sus sentimientos, sucesos que le han ocurrido o que ha sido testigo, en fin, una gran diversidad de hechos e información con la finalidad de compartirla, así mismo como se señaló en el marco referencial de esta investigación, se han realizado investigaciones donde se demostró que el uso de las redes sociales digitales disparan, del mismo modo que otros entornos de interacción en la vida real, los niveles de oxitocina y a su vez los circuitos químicos de la confianza y la generosidad, tomando en consideración lo dicho anteriormente procedemos a observar como se expresa en el siguiente enunciado:

**Ejemplo: I**

De 4tos en la Copa, subimos 29 puestos en el ranking FIFA (1). Nos enamoramos de una selección que lo dio todo y reflejó personalidad (2)... Después del despecho, se siente como una victoria. Mundial 2014, allá vamos!(3)

En el ejemplo I, puede observarse como la persona manifiesta estar “enamorado” de la selección de fútbol por el desempeño de la misma, así como su sentimiento de “victoria”, también puede inferirse que es fanático del fútbol venezolano, sin embargo lo que hemos querido caracterizar es como este usuario se ha apropiado de esta herramienta para expresar su actitud de *reconocimiento* y agradecimiento. Aunque no se trata de un mensaje directo a una persona sino a un grupo en específico (la selección de fútbol) y que probablemente no será leído por la selección, el efecto de compartir la alegría y la emoción, a través de este medio no es menos legítima ni menos válida que aquella que se comparte en el mundo físico.

Según Reig (2003), a través del uso las TICs se puede observar un efecto que favorece de empatía en la interacción entre los sujetos, advirtiéndolo que se hacía referencia a la tecnología del año 2003, rescatamos algunos aspectos que se mantienen todavía:

Como hemos visto, la ausencia de claves comunicativas objetivas, favorece la proyección, a veces con el objetivo de entender o ponerse en el lugar del otro como forma de profundizar en la relación. Podríamos decir también que el *cyborg* (cursivas más) será un ser humano más sensibilizado hacia lo emocional (Reig, p.34 , 2003).

En nuestro ejemplo, podemos entender la ausencia de claves comunicativas objetivas, como aquellas claves y formas tradicionales, que usualmente se dan en las interacciones físicas que permiten identificar y validar al sujeto emisor por parte del receptor, este aspecto podemos considerarlo como la acción que tiene que hacer el receptor o receptores del mensaje, de ponerse en el lugar de quien emite el mensaje, para entenderlo. Se trata de un ejercicio de proyección que favorece el entendimiento o comprensión del otro, de esta manera se resalta el carácter *sensible* y *emocional* que implica las interacciones entre los sujetos en las redes sociales digitales.

Otro de los ejemplos donde se demuestran sentimientos de reconocimiento a través de la actualización del estado es el siguiente enunciado **XI**:

**Ejemplo: XI**

Me encanta que Venezuela traiga medallas a casa (basta ya de coronas).

El propósito comunicativo de ese enunciado era expresar reconocimiento a los deportistas venezolanos en el exterior, así mismo también podemos dar cuenta que esta persona esta “harta” de que los premios con los cuales se reconoce Venezuela en el exterior, sean coronas ganadas en certámenes de belleza. El uso de recursos retóricos como “basta ya de coronas”, nos permite inferir sobre la forma polémica e irreverente que se presenta el si mismo de este usuario, también el usuario refuerza la pertenencia a este grupo de personas que reconocen los logros deportivos por encima de los de los certámenes de belleza. Es decir los valores expresados ponen en contraste la prevalencia y valoración los logros conseguidos por algo que se trabaja vs. Algo que se posee (como un atributo de belleza).

Consideramos que estos textos **I** y **XI** generadas por los usuarios nos permiten dar cuenta de los sentimientos psicosociales de reconocimiento y agradecimiento en estos casos en particular y que caracterizan la forma de socialización que se da entre los usuarios de las redes. Constituye una parte generadora de la identidad personal (fans de fútbol e interesados por el deporte nacional) y es empleado en la presentación de sí mismo frente a sus contactos (uso de elementos retóricos y metafóricos), por los usuarios de las plataformas. El uso de estas estrategias, conjunto a los otros elementos que muestra el sujeto, es una prueba de que la identidad del sujeto en las redes sociales digitales, es aumentada, es potente, y no se agota en lo que se relata cómo auto-concepto ni en la auto-expresión del sujeto.

Existen otras consecuencias psicosociales para la interacción en la red y la identidad y es el *pensar como la máquina* Turkle (1997) en Reig (2003), afirma que la red está en proceso de cambiar, no solamente la forma de trabajar, sino la forma de pensar sobre nosotros mismos y finalmente, quienes somos. En este sentido el usuario: “integrará en sus esquemas mentales los modos de procesamiento de la información de la misma red. Sería así un modo de pensamiento menos lógico-analítico que integrador, comprensivo, constructivista, emocional, intuitivo o femenino...” p. 34.

Al observar los siguientes enunciados **IV**, **VIII** y **XVII**, cuyos propósitos comunicativos son expresar el estado sentimental de enamoramiento e invitar indirectamente a reflexionar respecto al amor y las cosas cotidianas de la vida, así como una despedida indirecta de un emigrante:

**Ejemplo: IV**

Enamorado en silencio a pesar de ser un secreto que se recita a gritos

**Ejemplo: VIII**

...Como no maravillarse de saber que eso que parece repetido es millones de veces únicos :)

**Ejemplo: XVII**

Mi vida en dos maletas

**Ejemplo XXIII**

De nuevo en mi país, en mi gran país, la tierra que me vio nacer :D

Estamos frente a dos enunciados que se relacionan con el tema del amor y uno que funciona como despedida indirecta, donde el primero (**IV**) funciona como una expresión de amor abierta, y es probable que este dirigida a una persona en específico pero no se menciona en este caso. En el segundo caso (**VIII**), el usuario ha compartido frente a sus contactos, una cita de Borges referida al amor, para después invitar indirectamente a su audiencia a “maravillarse de saber que eso que parece repetido es millones de veces únicos”. En el tercer (**XVII**) caso nos encontramos frente a un sujeto que emigrará del país, inferencia hecha tras revisar el contexto y los comentarios que rodearon a esta actualización de estado. En el cuarto caso (**XXIII**) de manera casi opuesta al tercero, nos encontramos con una persona que expresa la satisfacción que le produce regresar a su país (Venezuela) de una forma elocuente, presentándose ante los demás como un *patriota*, es decir está reforzando su identidad nacional frente a los demás.

En concordancia con la posición asumida, donde consideramos las relaciones, identidades y sí mismos presentados en las redes sociales digitales como extensiones del espacio social y de las relaciones sociales reales de estos sujetos. Se generan las estrategias de presentación de identidades como *enamorado*, *intelectual-sensible*, *emigrante* y *patriota*, que son consideradas como estrategias de presentación de sí mismos usadas por los usuarios en estos casos específicos.

Hemos considerado las recientes investigaciones sobre la forma en que es percibida y vivida la socialización en la red por los usuarios, donde estos medios proporcionan condiciones que incentivan el fortalecimiento de los vínculos sociales preestablecidos, hemos visto como los *fans* de fútbol y el deporte agradecen a sus selecciones, los *enamorados* e *intelectuales sensibles* declaran su amor e invitan a reflexionar sobre el mismo, y como los *emigrantes* se despiden indirectamente de sus amigos. Consideramos cerrar este apartado con las reflexiones de Reig (2003) respecto al carácter animista de la comunicación textual, donde la considera como una limitación estimular pero asumimos una posición contraria, ya que hemos considerado la comunicación en Facebook como a medio camino entre la oralidad y la textualidad. Sin embargo, rescatamos los aportes de la autora al caracterizar la comunicación textual en Internet, como parecida a la socialización *offline*. Principalmente debido al estímulo del propio silencio. La ilusión de magia, de sujeción a fenómenos emotivos que la racionalidad no puede aprehender, así se ve favorecida. Este entorno, favorece la aparición de la imaginación disociada Suler (1998) en Reig (2003), se percibe como *onírico* y también indica que la interacción a lo largo del tiempo en la red favorece la *sensación* de intimidad según Harris y Turkle (1997) en Reig (2003).

## **7.2 Actividades políticas - El ciber activista**

En esta categoría se evidenciaran las actividades e identidades que gravitan en torno a las actividades políticas de *convocación*, *denuncia*, *posicionamiento* y *protesta* que se han inferido a partir del análisis de los textos y sus respectivos propósitos comunicativos en las redes sociales digitales. Hemos querido relacionar estos aportes con las investigaciones anteriores, realizadas en el 2001 y que se remitieron a dilucidar el ciberactivismo político en nuestro país. Algunos de los aspectos que se investigaron entonces y del cual nutrieron el análisis de las actividades políticas que se estudiaron

incluyen: gobernabilidad, participación ciudadana, poder, ciudadanía, democracia, desarrollo, son algunas de las múltiples opciones en el menú de conectores hipertextuales, que remiten a eventos, artículos y debates (y redes sociales digitales) que abordan críticamente el impacto de las nuevas tecnologías de la información en el ámbito público, y cuestionan la ilusión de la democracia virtual (Lozada, 2001).

Hemos querido colocar este ejemplo de ciberactivismo, realizado por un usuario, para iniciar el análisis de las estrategias de presentación de sí mismos de los ciberactivistas:

**Ejemplo: XXXIX**

Saben ¿cuál es el estado venezolano con más población? Facebook con 8.300.000 venezolanos suscritos. Qué político será el pionero en emprender su campaña desde ahí? El 70 % de los facebook.users son de la clase D y E.

Con esta pregunta, llama al debate respecto a quienes serán los políticos *pioneros* en la campaña electoral, mostrando cifras de la cantidad de venezolanos que utilizan esta plataforma comunicativa (y su segmentación socioeconómica), está exhortando e iniciando un debate respecto las nuevas formas de activismo político que los políticos deben tomar en cuenta en su campaña. Se presenta ante sus contactos como una persona interesada por la política y que es consciente de las nuevas reglas del juego político en las *cibersociedades*.

Consideramos que estos temas superan los alcances de nuestra investigación, donde sólo nos remitiremos a los recursos empleados en la construcción identitaria y a la presentación frente a los otros como *ciberactivistas* políticos. Así mismo advertimos que reconocemos el cambio tecnológico y contextual que ha transcurrido desde entonces, lo cual pone en evidencia la relevancia de estos resultados para esta línea de investigación, ya que aporta nuevas perspectivas a este tema. Así como también reconocemos el constante cambio que caracteriza las actividades, las formas de relación y la interacción política en Internet.

Para empezar a hablar sobre la identidad y la forma en que se presenta a sí mismo frente a los otros, del ciberactivista, consideramos comenzar con el tema del anonimato; el cual sigue sucediendo en los foros electrónicos pero no en Facebook. Consideramos esto, puesto que en esta red se muestra el perfil del sujeto, la identidad personal del sujeto, la cual es accedida a través de información sobre el sujeto (ocupación, trabajo, estudios, fotografías, etc.), que “validan” la identidad del sujeto offline. Así que en esta red social la posición política, la responsabilidad por lo que se dice y hace, las expectativas y contrincantes son afrontadas de manera personal y son consideradas como sujetos reales en espacios reales. De alguna manera, la legitimación del perfil por parte de los contactos del usuario, y otros círculos de usuarios virtuales, hace que el perfil sea reconocido e identificado públicamente con la identidad de la persona en el mundo físico (*real*).

Sí a principios de esta década Lozada (2001), hablaba refiriéndose a los ciberactivistas y sus interacciones en Internet sobre “la impresión de identidad, de responsabilidad, de sujeto concreto, localizable, definible, aquel de quien se puede decir que “da la cara” dentro del juego de identidades de usuarios anónimos” p. 137. Para actualizar esta afirmación, podemos decir que se mantiene el juego de identidades pero debe agregarse que estos usuarios, estas impresiones de identidades no son anónimas, si no más bien son identidades personales construidas y presentadas ante los otros de una forma cada vez más *visible* pero no necesariamente más *transparente* y *sincera*, gracias a la maduración de las redes sociales digitales y sus usuarios. Consideramos que van surgiendo formas de responsabilidad y atribución por lo dicho y lo hecho que antes no existían.

En el año 2001, Lozada también afirmaba en sus investigaciones de ciberactivistas, que la presencia en ese espacio de las comunidades interactivas virtuales sólo es verificable por la *huella* que dejan los usuarios, es decir, por su opinión en un foro o por su respuesta a una encuesta. El sujeto aparece como una entidad remota que sólo se manifiesta por los signos que deja, por su *rastro textual* en una breve opinión personal. Lozada (2001) en ese entonces señalaba que son escasas las señas de identidad individual, y lo que cada cual es supone toda una estrategia del ocultamiento. De allí que los foristas virtuales adopten un apelativo como modo predilecto de identificación. Los menos comunes utilizan nombre y apellido. Se ignora si

son reales o apócrifos, pero dan la impresión de identidad, de responsabilidad, del sujeto “concreto”, localizable, definible, aquel de quien se puede decir que “da la cara” dentro del juego de identidades de usuarios anónimos, condición propicia para la libertad de opinión. El ser anónimo habla libremente porque las respuestas no son recibidas por él, sino por una suerte de Otro a quien se dirige la réplica. Hoy en día presenciamos una espectacularidad y enriquecimiento de la puesta en escena en contraposición de la importancia del anonimato en ese entonces.

Consideramos entonces que el anonimato es un elemento que en el ciberactivismo descrito a través de las acciones de nuestros usuarios, no está presente. Estamos observando cómo los usuarios de las redes sociales digitales están madurando, como hemos dicho su condición de internautas, y por su parte la Internet se ha vuelto y se vuelve cada vez más social. Es la evolución hacia la sociedad de la visibilidad (no necesariamente transparencia), donde en un primer momento como se señalan en las investigaciones anteriores, se percibían los foros electrónicos, y espacios de debate, como mundos paralelos, como escenarios (como Goffman diría) y por tanto un lugar seguro en el que podíamos experimentar roles o identidades ficticias. Esto se ha dejado atrás y tanto en cada uno de las actividades descritas de *convocación*, *denuncia*, *posicionamiento* y *protesta* los sujetos asumen sus responsabilidades y se presentan a sí mismos frente a los demás como convocadores, denunciadores, o protestantes según sea su intención.

### **7.2.1 Convocador a eventos políticos**

Dentro de las identidades que se han caracterizado está la que hemos llamado *convocador a eventos políticos*, producto del análisis de la siguiente toma:

#### **Ejemplo: XVII**

“1 y 2 de junio paro nacional de trabajadores universitarios”(1)

#### **Ejemplo: XXXII**

El lunes 12/12, a las 9am, profesores y demás miembros del frente de defensa de la autonomía convocan a una

concentración en la Plaza del Rectorado de la UCV en desagravio por la violencia contra nuestra universidad. Los invito a participar.

Los propósitos comunicativos de ambos enunciados es *convocar*, de esta forma los usuarios espera a que este llamado sea atendido. Como acto de habla es *expresivo*, puesto que se espera que los otros se unan a este paro de trabajadores y a la concentración contra la violencia universitaria. A través de la convocación abierta a sus contactos a un paro y a una concentración, estas personas también han fijado indirectamente una postura política al utilizar su *estado* como medio de difusión e identificándose con los trabajadores universitarios, y profesores en el otro ejemplo, que han convocado a paro.

Consideramos que la red de alguna manera, empodera a los usuarios al disponer de los medios para realizar este tipo de actividades. Se trata de una experiencia donde se aumenta las posibilidades de convocar y llegar a otros, donde la identidad del individuo se ve aumentada, y es capaz de lograr y generar grandes cambios. Esto lo hemos visto con el poder de convocatoria y organización que se le otorga los ciudadanos (especialmente a los jóvenes) con estas herramientas en todo el mundo, desde la primavera árabe hasta las revoluciones sociales en Europa y el resto del mundo, hemos sido testigo de como estas redes sociales digitales cuando son aprovechadas por diferentes sectores sociales que usualmente no tenían voz ni posibilidad de actuar, les otorga fuerza, participación, y capacidad de respuesta y maniobra.

Como implicaciones en la gestión identitaria y en la presentación de los sujetos frente a los otros, estos se ven afectadas por estos procesos, puesto que estas plataformas permiten a los activistas políticos, volver públicas, comunicables, y significativas sus intenciones y propósitos. Según Lozada (2001), así como podemos verificar en los procesos identitarios, la identificación que usualmente se sitúa en un referente cultural, corporal, espacio-temporal, geográfico-político, estos se ven trastocados en la estructura del ciber espacio, y la multiplicidad de interacciones que allí se establecen, como sucede actualmente.

### 7.2.2 Denuncias y protestas al gobierno, instituciones u otras instancias de poder.

Los *denunciadores* y *protestantes* que hemos caracterizado en esta categoría, no siempre tuvieron la intención primaria de hacer una denuncia o protestar, en algunos casos (textos **II** y **XII**) se trataban de anécdotas o comentarios sobre otros temas que derivaron en *denuncias* y *posicionamientos indirectos*, mientras que en otros (textos **VI** y **X**) si se ha podido inferir la intención directa de protestar por medio de *acusaciones* y *condenas directas* y dirigidas a situaciones y actores específicos. Lozada (2001) considera que las TICs, y nosotros agregaríamos las *redes sociales digitales*, extienden su acción a la elaboración de representaciones sociales en el seno de las cibercomunidades. El inmenso potencial de participación que se atribuye a la realidad virtual presupone imaginarios compartidas. Son estas representaciones una condición no solamente a la comunicación, sino a la permanencia y fortalecimiento de estas redes comunicantes. Estas representaciones compartidas se refieren a ámbitos objetivos de discursos políticos que circulan y son manifestados por los usuarios en las redes sociales digitales, consideremos entonces los siguientes ejemplos:

#### **Ejemplo 26: II**

Iban firmando franelas y gorras, fiesta ingenua pero auténtica. La mano peluda pierde su tiempo.

#### **Ejemplo 27: XII**

*Estúpido régimen cambiario, estúpida inflación...*

#### **Ejemplo XL**

La alcaldesa del Hatillo MYRIAM DO NASCIMENTO ORGANIZÓ UNA CORRIDA DE TOROS. Cosa que me molesta enormemente...MAÑANA A PROTESTAR

En el primer texto **II** el usuario está comentando una anécdota sobre lo que atestiguo al observar la firma de franelas y gorras por parte de la selección de Fútbol nacional, pero al utilizar el recurso retorico de “La mano peluda pierde su tiempo” denuncia indirectamente la presencia de los entes gubernamentales en la actividad, y

sus intenciones de querer politizar el evento, también demuestra indirectamente su posición política, como opositor al gobierno.

En el otro texto **XII** se realiza un comentario con una fuerza ilocutiva expresiva, cuyo propósito comunicativo es de *deseo*. Al principio, la usuaria estaba expresando un deseo de tener unos patines en línea, pero después el usuario expresa su frustración de la imposibilidad de tenerlos, atribuyéndole directamente a la situación económica (inflación) y al régimen cambiario (CADIVI) y los tilda de estúpidos a ambas situaciones.

Finalmente, en el ejemplo **XL** se ha denunciado la organización de una corrida de toros en el municipio del Hatillo por parte de la autoridad municipal mayor, de esta manera el usuario demuestra su molestia y posición contraria frente a las corridas de toros. Así mismo, tras denunciar y expresar su molestia, aprovecha la ocasión para *exhortar* y *convocar* a protestar a todos aquellos que se sientan identificados con esta causa.

Aunque no estamos vinculando o comparando las acciones de estos sujetos con la democracia electrónica en su sentido estricto, consideramos que estos ambientes tecnológicamente mediados, ofrecen la posibilidad de libre expresión, construcción identitaria, y presentación del sí mismo de los sujetos, sin que tengan el temor de ser sancionados o censurados. Las posibilidades fomentan la participación, el debate, la denuncia, la protesta, y el posicionamiento político de los usuarios. Lozada (2001) citando a Echeverría (1999) indica que la verdadera democracia electrónica consiste para en fortalecer al máximo, gracias a las formas de comunicación interactiva ofrecidas por el ciberespacio, la expresión y elaboración de los problemas de las ciudades por los propios ciudadanos, la autoorganización de las comunidades locales, y la *participación* en las deliberaciones por parte de los grupos verdaderamente afectados.

Aunque los ejemplos aquí citados no se corresponden estrictamente con las actividades mencionadas de la democracia electrónica, podemos ver en los siguientes ejemplos (**VI**, **XXXVII** y **X**) *acusaciones* y *amenazas* más directos que se corresponden con un uso que se relaciona al incentivo del debate y a la opinión pública, sobre temas políticos y sociales más específicos, como lo son el negocio de las armas y la guerra,

los hechos de violencia en la UCV y las protestas sociales y actos vandálicos en Inglaterra (vistas desde la perspectiva de una venezolana que vive en ese país):

**Ejemplo: VI**

En la guerra, ¿quién vende las armas? ¿por qué los cinco países que más se lucran por el negocio de la guerra, son los que velan por la paz mundial?”

**Ejemplo: XXXVII**

No me interesa del bando que seas, si haces eso mereces que te echen vivo al fuego que ignorante y salvajemente creaste en tu casa de estudios

**Ejemplo: X**

Malandros hay en todos lados y malandros son los chamos que están causando toda esta violencia en Inglaterra...Que hay causas sociales que han generado todo esto si y que hay mucha desigualdad en el Reino Unido también. Pero eso no justifica estas acciones que están ocurriendo. Y puedo decir que ese el sentimiento colectivo aquí acerca de lo que esta ocurriendo

En estos ejemplos, podemos ver como en el texto **VI** la persona asume una posición crítica respecto al discurso tradicional que coloca a los países desarrollados como promotores de la paz, siendo estos los principales productores y vendedores en el negocio mundial de las armas. Está construyendo y presentando un si mismo critico, preocupado y reactivo frente al tema de la guerra, así mismo realiza su intervención en forma de pregunta para generar un debate público entre sus amigos sobre este tema.

El ejemplo **XXXVII** se perfila como una condena directa a los agresores o perpetradores de los actos vandálicos sucedidos en la UCV, asumiendo el rol de estudiante y condenador, este estudiante evalúa que por haber hecho estos actos vandálicos “mereces que te echen vivo al fuego que ignorante y salvajemente creaste en tu casa de estudios”, se trata así de una amenaza directa a los perpetradores de los

actos vandálicos que son asumidos aquí como otros estudiantes, sin importar el bando al cual pertenecen. Se asume de esta manera como un estudiante sensible y reaccionario frente a lo ocurrido.

En cuanto al otro ejemplo **X**, se trata de una expresión que acusa frente a sus contactos, los hechos sociales que afectan su contexto próximo. No está de acuerdo con la violencia y el vandalismo proveniente por parte de los “chamos que están causando toda esa violencia”, así mismo reconoce que hay desigualdades y causas sociales que generaron los disturbios, pero indica que eso no justifica a la violencia. Está construyendo una imagen de persona crítica y reaccionaria al opinar respecto a este hecho. También llama la atención que se trate del comentario sobre un hecho social de un país extranjero, pero al cual esta persona siente la necesidad de fijar una posición, como venezolana, como extranjera respecto a estos hechos aunque la persona no sea inglesa (pero estuvo presente en los hechos).

Existe un ejemplo (**XXIX**) que va más allá de la *crítica* o *acusación*, donde más bien se puede inferir un acto de *discriminación* o *clasismo*, más allá del posicionamiento político que se quiso establecer en este enunciado:

**Ejemplo: XXIX**

(...)Ahora, además de casas, le vamos a regalar dinero a un montón de marginales por traer más miseria a este mundo. Así se incentiva el progreso en esta maldita revolución.

Este ejemplo (**XXIX**), cuando el sujeto hace referencia a una solución gubernamental, donde se quiere criticar u oponer la misma, este sujeto realiza un acto de discriminación al tildar de “un montón de marginales” que traen “más miseria a este mundo”, a los sectores populares a los cuales va a dirigido esta ayuda económica. Aunque el propósito comunicativo original suponía hacer una crítica o marcar una posición frente a esta solución gubernamental, y de esta manera criticar al gobierno, inadvertidamente el usuario se deslegitima al comentar de esta manera y usando descalificaciones hacia otros: *marginales* y *maldita revolución*. Por este motivo, no hemos considerado este enunciado como una denuncia o amenaza.

Una vez analizados estos enunciados, consideramos que el hecho que estos espacios sean vistos como espacios virtuales democráticos tiene implicaciones sobre la gestión identitaria y la presentación del sí mismo de los sujetos, ya que implica características particulares. Lozada (2001) nos advierte que aunque estos espacios multiplican de manera exponencial la masa de información disponible, la desigual difusión y apropiación de la información, esto tiene consecuencias sobre la conformación de instancias plurales de comunicación y debates, consideramos entonces a estos sujetos como promotores indirectos de estas instancias de comunicación y debate, debido a como se han apropiado de estos medios.

Así mismo, las funciones participativas, deliberativas, representativas y decisionales de un espacio público democrático se evidencian cada vez más, al empoderar y otorgar estas posibilidades a los actores sociales y políticos que hacen vida en las redes sociales digitales, repercutiendo en la identidad y en el sí mismo que se presenta a través de estas plataformas. Cada vez hay más intercambios puntuales, rápidos, privados y públicos que se realizan en la red, sin embargo, como dice Lozada (2001) la advertencia resulta en entender de lo que está en juego no es la cantidad de información disponible, sino la capacidad de opinar, debatir argumentaciones diversas y contradictorias, y decidir responsablemente sobre el mundo en común.

### **7.2.3 Posicionamiento político – demostración directa u indirecta de la postura**

Sin desligarnos de los resultados que hemos presentado, los cuales también implican un posicionamiento, en esta categoría se presenta un texto producido donde se evidencia la postura política de la persona que ha construido esta identidad de *ciberactivista*, en el siguiente texto, se responde a la afirmación de un contrincante político, a través de la actualización del estado de este usuario:

#### **Ejemplo: XVI**

Epa @RobertserraPSUV la juventud, NO está restanda  
con Chávez

Este ciberactivista, esta respondiendo con una aseveración que confronta o establece una realidad diferente y opuesta a la que su contrincante ha mencionado.

Cuando responde a @RoberterraPSUV (nombre de usuario de Twitter un líder estudiantil afecto al gobierno) diciendo que “la juventud, NO está resteeda con Chávez”, está marcando y asumiendo su posición como opositor al gobierno. Está hablando en nombre de la juventud, ya que como se comprobó en la información del perfil del usuario, este usuario es un líder estudiantil juvenil de la UCV, y aunque esté o no legitimado por la *juventud*, siente que debe pronunciarse frente a una expresión de realidad que le causa ruido. Para esta persona la juventud no está “resteeda” con Chávez como declara su contrincante, esta es la imagen como cibeactivista opositor que construye y presenta constantemente frente a sus contactos en las redes sociales digitales.

Cuando se posiciona una persona frente a lo que dice, hay una consideración importante que surge y es la relación entre la identidad del hablante/escritor y la factualidad de la versión que produce, y esta consideración es lo que Goffman (1981) en Potter (1998) denomina «posicionamiento» (*footing*). Este concepto hace referencia a la gama de relaciones que hablantes y escritores (usuarios en este caso en particular) mantienen con las descripciones, aseveraciones y declaraciones que comunican. Por ejemplo, las personas pueden hacer afirmaciones propias o pueden comunicar afirmaciones ajenas: y cuando comunican afirmaciones pueden mostrar diversos grados de distancia en relación a lo que comunican. Así como existe un interés fundamental en las conveniencias y los intereses, también existe un interés en la neutralidad, es decir, en demostrar la ausencia de conveniencias. La posición es fundamental cuando abordamos informes factuales, porque los hablantes/escritores (usuarios de las redes sociales) administran su responsabilidad personal o institucional hacia tales informes mediante la parafernalia de la posición. Como veremos, la posición proporciona un conjunto de distinciones que orientan la asignación de culpas, elogios, escepticismo, etc. En este caso se asume responsabilidad personal por lo que se dice y se muestra incredulidad frente a la realidad que el otro ha establecido, respondiéndola con un posicionamiento y cambiando la realidad.

Una parte importante de los jóvenes usuarios de las redes forman una generación de ciberactivistas políticos que están redefiniendo las reglas del juego y la interacción política en varias sociedades en el mundo, y consideramos que la identidad personal se encuentra en medio de estos importantes cambios. Como indica Fernández (2009),

estamos en plena fase Internet 2.0 y hoy es el usuario el que decide sobre los usos y contenidos de la red, decide si moviliza, si invita a otros, si carga sus fotos y videos y dónde prefiere hacerlo, vota virtualmente, envía chistes y recomendaciones en comunidades sociales. Todo ello crea fuertes conexiones interpersonales e interacciones entre círculos sociales que se yuxtaponen y que de otra manera no sería posible (al menos en el grado de complejidad, inmediatez y variedad que se encuentran en las redes sociales digitales). Los efectos sobre la identidad personal, la gestión identitaria, y las posibilidades de actuar políticamente, están siendo afectadas por estos cambios que implican la difusión y uso de estas plataformas comunicativas y consideramos que apenas es que estamos empezando a comprender lo que está ocurriendo tanto en los niveles microsociales, como es el caso de esta investigación.

### **7.3 La actualización de estado como medio para la reflexión, la crítica, la indignación y la resignación.**

Los usuarios que se han tomado en consideración para inferir estas caracterizaciones de gestión identitaria relacionadas con las reflexiones y críticas que se analizaron, han *constatado, aseverado, mandado, advertido, sugerido y exhortado*. En cada caso particular sus enunciados implicaban los propósitos comunicativos e intenciones previamente mencionados, que tienen que ver con diversos aspectos personales, reflexionando en público, descargando sus frustraciones, haciendo aseveraciones sobre su persona, el mundo y los otros. Así como contraponiéndose a valores, posiciones, creencias y formas de ser que sean opuestas o amenacen a las suyas propias. Nos fijamos también en ver como construyen al otro, elemento que ha sido señalado como imprescindible en la construcción de la identidad y del si mismo, debido a la importancia de la alteridad para la conformación de la identidad personal.

La noción de utilizar las redes sociales digitales o las plataformas, no sólo como un medio para criticar abiertamente, sino como vía de escape (bien sea de la frustración o de la realidad cotidiana), ha sido expresada por un sujeto que se entrevistó en las etapas iniciales de la investigación cuando se le preguntó: “¿Pudieras decirme cuales TICs usas frecuentemente, si es celular o Blackberry, si accedes a Internet por PC, y cómo las usas?”, la cual respondió:

**Ejemplo 39:**

HRG: El celular es una bendición para mí. Aun mientras estoy en el trabajo y no debería navegar, el celular me permite hacerlo. Es como una válvula de escape (...)

La expresión “válvula de escape” no puede ajustarse mejor a esta categoría, ya que el sujeto indica que el estar “navegando” en Internet, le otorgan una experiencia subjetiva de escape de su trabajo o entorno, aquí vemos como la disponibilidad y acceso permanente a estos entornos y plataformas constituye parte de la vida cotidiana de la misma, otorgándole una valoración positiva al servir como vía de escape. Podemos considerar entonces que estas actividades analizadas se relacionan con la ética individualista, donde se valora positivamente el tiempo libre. Está relacionada con los valores de la *época del posdeber* de Lipovetsky (1994) donde se disuelve socialmente el mismo deber. Las personas no ensalzan las órdenes superiores, sino que las difumina y las desacredita, desvaloriza el ideal de la abnegación y estimula los deseos inmediatos, la pasión del ego, la felicidad intimista y materialista. No hay expresión de los imperativos del deber, sino el del bienestar personal y la dinámica de los derechos subjetivos. En esta sociedad posmoralista se repudian los discursos sobre el deber austero, integral “y, paralelamente corona los derechos individuales a la autonomía, al deseo, a la felicidad”.

**7.3.1 El usuario reflexivo**

Hemos considerado como construcciones de usuarios *reflexivos* a aquellos que han reflexionado sobre ellos mismos o han hecho reflexionar a otros. En los textos **VII**, **IX**, **XVIII** y **XIV**, se reflexiona sobre “el camino trazado” y “el camino propio”, la presencia personal en la red social Facebook y su relevancia social, la calidad social del ser humano como “animal político” y se anima a solidaridad “dejando de ser nosotros mismos”. Como vemos cada enunciado supone un contenido personal y reflexivo importante:

**Ejemplo 31: VII**

La ventaja de procurar salir de los caminos trazados y empezar el recorrido propio...es que no existe tal cosa como “desviarse del camino”...

**Ejemplo: IX**

La cosa es así: "tengo facebook, luego existo"

**Ejemplo: XV**

Soy un animal político... Me lo acaba de decir Aristóteles...

**Ejemplo: XIV**

Ha llegado el momento de dejar de ser nosotros, para ser alguien más...

Así mismo, los ejemplos **XXIV**, **XXV**, **XXVII**, **XXX**, **XXXV** y **XXI** se aprecian reflexiones personales respecto a la soledad y la auto compasión, a través de refranes se hace referencia al sentimiento ambiguo de sufrimiento y gozo de alguna experiencia personal, la importancia de las raíces y la familia como parte importante del sí mismo, la comprensión del tiempo histórico, la experiencia subjetiva e importancia de la música en la vida cotidiana y las valoraciones negativas respecto a uno mismo frente a la formas de afrontamiento a las dinámicas establecidas en las redes sociales digitales.

**Ejemplo: XXIV**

Cuando me siento sola (1), me abrazo a mi misma, (2) y ya no existe la soledad (3)

**Ejemplo: XXV**

Se sufre pero se goza jajaja brindemos por ello!

**Ejemplo: XXVII**

Que lindo es volver a las raíces. Soy el conjunto de huellas que cada uno ha dejado en mí. Me encantan mis familias! :)

**Ejemplo: XXX**

Comprender que ciertas cosas son a tiempo determinado...  
Siglo XXI, interesante época

**Ejemplo: XXXV**

La música es el llamado a la cordura en el caos de todos los días

**Ejemplo XXI**

El facebook esta en mi contra.(1) Cuando lo abro, siempre me muestra las noticias de quienes menos quiero saber en mi vida(2). Y me pregunto: "Juan, pero porque no las borras???" y me contesto "no se, pero se que eres patético"(3)

Podemos interpretar aquí, las estrategias de presentación del sí mismo, relacionándolas con los aportes de Martín Baró (1993) relativos a el carácter del yo personal, que pueden ser interpretados en cuanto a que se afirman en la relación interpersonal referida en un mundo constituido por las personas más significativas de su entorno, "los otros significativos", su mundo de relaciones sociales, como sucede en el caso del enunciado **XXVII**, cuando la persona reflexiona acerca de sus orígenes y raíces y su relación con su familia, al reflexionar que "soy el conjunto de huellas que cada uno ha dejado en mí". Se coloca en evidencia los otros significativos que son tomados en cuenta para esta reflexión personal.

En cuanto a las otras reflexiones **XXIV**, **XXV**, **XXX**, **XXXV** y **XXI** evidencian que los sí mismos presentados son productos de la sociedad y de la propia acción de los sujetos. Según Martín Baró (1993) se puede comprender la persona humana como un ser de historia: la identidad personal se forma en la confluencia de una serie de fuerzas sociales que se actualizan en el individuo. Consideramos que estas fuerzas pueden describirse como el concepto de soledad (**XXIV**) producto de una reflexión personal donde el usuario expresa que encontró la solución a la soledad por medio de la autovaloración personal, "se abraza a sí misma" y "ya no se siente sola".

Dentro de los otros enunciados tenemos: La concepción dualista de sufrimiento-goze de la vida (**XXV**) a través del uso de un refrán popular "se sufre pero se goza", la persona celebra la vida y se muestra como una persona despreocupada y relajada que "no" le afecta el sufrimiento, ya que "brinda" por ello. En otro enunciado se reflexiona acerca de la historia del siglo XXI (**XXX**) y como "las cosas llegan a su tiempo" es una

reflexión donde la persona se muestra como interesada por la historia y que ha comprendido algún hecho histórico que le ha expandido el entendimiento sobre la historia, y la autovaloración negativa del individuo (XXI). Al actuar, el individuo genera una realidad y la conoce como tal, pero a su vez, la acción misma es hecha posible por las fuerzas sociales que se actualizan en el individuo.

Se puede evidenciar como se generan situaciones de reflexión personal, que son compartidas por estos usuarios, al respecto consideramos que este tipo de situaciones han sido referidas por autores como Berger y Luckmann (1966) cuando analizan lo que ocurre en la situación cara a cara, que aunque estas situaciones comunicativas no son el caso, son bastantes similares, ya que están dirigidas a otras personas y de alguna manera se espera que los otros complementen, apoyen u opinen al respecto. Estos autores reconocen que la accesibilidad masiva, continua y pre-reflexiva del ser del otro en la situación "cara a cara", en oposición a la necesidad de auto-reflexión para lograr el acceso a mi propio ser. También, los sujetos objetivan por medio del lenguaje su propio ser, éste se hace accesible masiva y continuamente para el a la vez que para el otro, y puede responder espontáneamente a esta objetivación sin ser interrumpido por la reflexión deliberada.

La importancia del lenguaje es señalada, y lo consideramos una parte relevante en estos procesos de gestión identitaria y de presentación frente a los otros, que debe ser tomado en cuenta en este análisis. Según Berger y Luckmann (1966) cabe decir que el lenguaje hace "más real" la subjetividad, no sólo para el interlocutor, sino también para el mismo. Esta capacidad que tiene el lenguaje de cristalizar y estabilizar para mí, mi propia subjetividad persiste (aunque modificada) cuando el lenguaje se separa de la situación "cara a cara". Es una de sus características más importantes y está muy bien captada en la frase que dice que los hombres necesitan hablar de sí mismos hasta que llegan a conocerse a sí mismos.

Aparte de la importancia del carácter relacional y del lenguaje en la conformación del si mismo, hemos considerado un efecto que implica la interacción social en internet, que han sido señalados por Reig (2003), así como los aportes de una investigación sobre la percepción de apoyo social en los usuarios de Facebook y que consideramos pertinentes para complementar nuestros hallazgos:

a. *El autoconocimiento*: Se aprecia un efecto de *autoconocimiento* cuando retorne a la vida offline, después de la vivencia virtual de deconstrucción y posterior construcción (como las reflexiones personales que han hecho los usuarios). Una vez habiéndose hecho consciente de sus defensas, de ciertos aspectos diferenciales entre su yo *ideal* y el *real* que ha interiorizado a partir de su primera socialización (como las conclusiones sobre si mismos de maduración, solidaridad, y socialidad alcanzados), los usuarios tienden a expresar en el mundo real mayor libertad. Se muestra, así, más asertivo, preparado psicológicamente para, como hemos visto, operar cambios en su realidad.

b. *El apoyo social y emocional percibido en Facebook*: Los usuarios de Facebook, según la investigación de Rainie, L., Purcell, K. y Smith, A. (2011), (y una vez mas advertimos que reconocemos la diferencia que existe entre la población estadounidense y la venezolana) obtienen mas apoyo social que otras personas. En esta investigación se observó que en una escala de 100, donde se midió el apoyo total, el apoyo emocional (p.e. tener alguien que te aconseje), la compañía (p.e. tener alguien con quien pasar el tiempo) y el apoyo instrumental (p.e. tener alguien que te ayude si estas enfermo en cama) el promedio de los estadounidenses fue de 75/100 en el promedio de apoyo total, 75/100 en el apoyo emocional, 76/100 en compañía, y 75/100 en el apoyo instrumental.

Los usuarios de internet en general obtuvieron 3 puntos mas en el apoyo total, 6 puntos mas en compañía, y 4 puntos mas en el apoyo instrumental. Un usuario de Facebook que ingresa a la plataforma múltiples veces al día tiende a tener 5 puntos mas adicionales en apoyo total, 5 puntos mas en apoyo emocional, y 5 puntos mas en compañía que los usuarios de Internet. Esto implica que el aumento en los usuarios de Facebook, es equivalente a casi la mitad del apoyo total que el promedio estadounidense, recibe como resultado de tener una pareja sentimental o estar casado. No queremos sin embargo, declarar que esto se cumple necesariamente así en las poblaciones de usuarios venezolanos, sin embargo podemos utilizarlo como referencia cuantitativa que no menospreciamos en este estudio cualitativo.

Para finalizar esta sección consideramos los aportes de Berger y Luckmann (1966) respecto a la necesidad psicológica de compartir los significados y sentidos personales con otros:

Cuando el individuo reflexiona sobre los momentos sucesivos de su experiencia, tiende a encajar sus significados dentro de una estructura biográfica coherente. Esta tendencia va en aumento a medida que el individuo comparte sus significados y su integración biográfica con otros. Es posible que esta tendencia a integrar significados responda a una necesidad psicológica (o sea, que tal vez en la constitución psicofisiológica del hombre exista una "necesidad" implícita de cohesión). Como quiera que sea, nuestra argumentación no descansa en esas suposiciones antropológicas, sino más bien en el análisis de la reciprocidad significativa (...) (Berger y Luckmann, p. 87, 1966).

En esta cita, queda evidenciada que tanto en la interacción física tradicional, como en las redes sociales digitales, el compartir sus significados y la integración biográfica con otros, es un elemento relevante e importante para la construcción identitaria y del sí mismo, cuestión que hemos podido verificar en las reflexiones personales compartidas por nuestros *usuarios reflexivos*.

### **7.3.2 La crítica: una vía de escape en las redes sociales digitales**

En esta categoría, hemos analizado los textos que han sido clasificados como correspondientes a los usuarios que critican, implicando una reacción u opinión personal o analizada ante un tema o persona, es decir aquellos usuarios que han gestionado su identidad a partir de *acusaciones, sugerencias, advertencias y exhortaciones* a través de las actualizaciones de estado, dentro de los ejemplos que se han agrupado:

#### **Ejemplo: XIII**

El alma de los *hipócritas* y de los *mentirosos* no vale ni medio, pues éstos viven una ficción de la realidad. La *autenticidad* y la *honestidad* no tienen precio.

**Ejemplo: XV**

...se sienten mejores seres humanos sólo porque son vegetarianos(...)sabían que Hitler era vegetariano?

**Ejemplo: XIX**

*Qué fácil es el mundo con petrodólares*

**Ejemplo: XXIII**

Luego de días y días de análisis Stalin González llega a esta lapidaria conclusión: "Calidad de vida de los caraqueños mejoraría si mejora la vialidad"

En los textos agrupados en el primer ejemplo (XIII) se aprecia que a través de *acusaciones* a los “hipócritas y mentirosos” se presenta esta persona como *auténtica* y *honesto*. Esto implica una contrastación de valores negativos (como la falta de sinceridad y las mentiras) versus positivos (la autenticidad y la honestidad), la persona esta desahogando la indignación que le produjo ciertas cosas que ha vivido a través de las relaciones en la red social, así como critica fuertemente a aquellos que “viven de las apariencias”. Esta persona utiliza el medio como canal de desahogo, como purga, y para criticar, consideramos que se vive como una experiencia emocional correctiva, así no haya sido respondida por sus contactos, esto genera una percepción de apoyo emocional, al poder compartir las malas experiencias con sus contactos.

En el ejemplo **XV** se critica fuertemente a los vegetarianos, de una forma polémica e irreverente, que puede inclusive ser considerada como un poco ofensiva, al comprar indirectamente a los vegetarianos con Hitler, es una acusación directa a aquellas personas que creen ser mejores solo por tener estos hábitos, también es una exhortación a la reflexión a estas personas para que dejen ser tan arrogantes. Algo característico de la forma en que estos usuarios construyen a los otros referidos, es que lo colocan como opositores o contrincantes a la posición y valores que estos usuarios representan, reaccionando en críticas que devienen en recomendaciones, advertencias

o sugerencias directas o indirectas a las formas de ser, valores, posiciones y temas defendidos o representados por el otro.

La crítica implicada en el ejemplo **XIX** tiene el propósito comunicativo de *advertir indirectamente*, sobre la situación de desigualdad económica que existe en el sistema capitalista, se lo critica, definiéndolo como monopolístico. Sin embargo lo hace de una forma irreverente y usa su sentido del humor para reflexionar respecto a lo fácil que es para los jeques obtener cosas materiales y hacer negocios por tener ingresos petroleros.

En el ejemplo **XXIII** se critica abiertamente a un candidato para la alcaldía de Caracas, Stalin González, respecto a las declaraciones que “luego de días y días de análisis” arribó respecto a la calidad de vida de los caraqueños y la vialidad. Aunque puede considerarse como una crítica de un fragmento descontextualizado, se evidencia que se critica de una forma irreverente el aporte obvio de su intervención, al considerarla de poca utilidad. Se presenta como un sujeto que critica y se muestra interesado en el discurso político de los candidatos a alcalde en Caracas.

En estas estrategias de presentación del sí mismo a través del uso de críticas, puede evidenciarse el fuerte proceso de individuación que supone la construcción de la identidad, tanto en los entornos reales como en nuestro caso. Castells (2001) propone que es fácil estar de acuerdo sobre el hecho de que, desde una perspectiva sociológica, todas las identidades son construidas. Lo esencial es cómo, desde qué, por qué y para qué. Esperemos que a través de estos análisis hayamos podido dilucidar estas preguntas sobre lo esencial de identidad, es decir la gestión identitaria y la presentación de los individuos frente a los otros en estos ambientes tecnológicamente mediados, tomando en consideración el carácter situacional y temporal de los eventos comunicativos aquí explicitados.

Según Castells (2001) la construcción de las identidades utiliza materiales de la historia, la geografía, la biología, las instituciones productivas y reproductivas, la memoria colectiva y las fantasías personales, los aparatos de poder y las revelaciones religiosas. Pero los individuos, los grupos sociales y las sociedades procesan todos esos materiales y los reordenan en su sentido, según las determinaciones sociales y los

proyectos culturales implantados en su estructura social y en su marco espacial/temporal. Es así como vemos que nuestros usuarios acusan los hipócritas y mentirosos en nombre de la autenticidad y la honestidad (valores sociales), exhortan a los vegetarianos a dejar de ser arrogantes, critican el monopolio y desigualdad económica del sistema capitalista, y critican irreverentemente las declaraciones de los candidatos a alcalde, todos son materiales y discursos en circulación que son apropiados y reflejados por los usuarios en las redes sociales digitales.

### **7.3.3 La expresión de los indignados y resignados.**

Aunque puede ser considerado una forma de crítica, el análisis produjo dos muestras; una de indignación (XXXVI) y otra de resignación personal (XXVI), que si bien pueden ser considerados como desahogos o “vias de escape” para la frustración que produce por un lado los actos vandálicos y la resignación o molestia que produce la cotidianidad del trabajo:

#### **Ejemplo: XXXVI**

(...)esa burbujita que obstruye mi aire. que no se rompe con el ardor entre mis ojos. que no rompen mis pies inquietos. que no rompen los golpes de pecho. esa burbuja que se infla. que estrecha mi cuello, mi espalda, mi cuerpo, cuando no puede encoger más mi espíritu. a la que que ni la costumbre, ni la manía, ni el sueño, ni la música, ni el color me permiten ignorar... Me dueles UCV...

#### **Ejemplo: XXVI**

Llegando de San Felipe, saliendo a Valencia, regreso de Valencia, salgo a Barquisimeto... REGRESO de Barquisimeto, y tengo mas trabajo en Ccs. ¿cómo mierda puedo tener una vida normal? pero bueno... yo la escogí

En el ejemplo **XXXVI** los interpretamos bajo la luz de los aportes de Martín Baró (1993) cuando el mismo se refiere a que el yo personal siempre se encuentra ubicado

en un contexto objetivo y está referido a un mundo, entendido como una realidad de sentido, conocida y valorada. Se destaca el enraizamiento de la persona a un mundo de significaciones específico y a una determinada red de relaciones sociales. En este sentido, el mundo de significaciones del sujeto así como la red a la cual pertenece es a la Universidad (su *burbuja*), y todo esto emerge y se manifiesta al indignarse respecto a los actos vandálicos que está condenando y que hace la persona sienta *dolor* por la UCV.

En el otro ejemplo **XXVI** reconocemos la calidad de estabilidad y continuidad que se le otorga al sí mismo presentado (yo personal) considerado por Martín Baró (1993), ya que por un momento la persona se queja o expresa su molestia al preguntarse a sí mismo: *¿cómo mierda puedo tener una vida normal?* Generando una ruptura en su rutina cotidiana, que puede significar una transformación del yo, sin embargo al responderse: *pero bueno... yo la escogí*, está reconociendo que se trata de su propia elección, procede a resignarse y aceptar su realidad. Según Martín Baró (1993) la persona puede encontrar modificaciones cruciales en su propio yo a lo largo de su existencia. Sin embargo, ni estos cambios niegan la continuidad de su “yo” ni contradicen la afirmación de que el yo es relativamente estable.

#### **7.3.4 Ofrecimiento/Petición de bienes o servicios – El vendedor, dador, o solicitante de bienes o servicios**

En esta categoría se agruparon los usuarios que gestionaron su identidad como vendedores o dador de servicios, es decir utilizaron el Facebook como medio para vender u ofrecer el servicio, a través de acciones directivas a un *target* o grupo determinado. Esta información nos puede indicar el grupo social o los otros a quienes se refiere el usuario, así como sus intereses más allá de una simple transacción comercial:

##### **Ejemplo: V**

Vendo una camilla(...)Si están interesados, escriban por aquí para enviarles fotos y hablar de negocios.

##### **Ejemplo: XX**

(...)Te apena que tus amigos te vean cargando tus peroles y digan “que pela bola, no tiene Roadie”(…)  
LISTO PAPA! Llama al 0412(…)(4) y tendrás mas tiempo para emborracharte y ser mas Estrella.

**Ejemplo: XXXI**

Alguien tiene un medidor de glucosa que me preste/alquile/venda/done/facilite u otro termino beneficioso para ambas partes?

En el texto **V**, se aprecia que se ofrece un bien a través de una acción directiva, cuyo propósito es *exhortar* a los contactos a que escriban y soliciten información al respecto. Este texto nos dice que la persona está ofreciendo un bien en venta, es decir asume un rol de vendedor(a) transitoriamente.

En el texto **XX**, es también una acción directiva mas elaborada, puesto que *manda* a sus contactos a llamar (Llama al…) y *promete* (tendrás mas tiempo para emborracharte y ser mas Estrella). Ofrece un servicio específico (roadie), es músico, pertenece al contexto social de los jóvenes músicos del género rock y se muestra como experto y conocedor del servicio que ofrece, es promotor del servicio generando confianza e identificación por parte de los jóvenes a través de lo que dice.

El texto **XXXI** implica una petición por parte del usuario a su circulo social más próximo, y la realiza abriendo una amplia gama de acciones posibles (preste/alquile/venda/done/facilite) para negociar la obtención de un bien necesitado (medidor de glucosa), observamos los usuarios no sólo se presentan hacia los otros como vendedores o proveedores de servicios, sino que también pueden requerirlo mostrándose como solicitantes de un bien o servicio determinado. El establecimiento de este tipo de relaciones implica que exista un mínimo grado de confianza del usuario hacia sus contactos, ya que de otra manera, las solicitudes y requerimientos no se harían a través de estas plataformas.

La generación de confianza por parte del sujeto que se ofrece como dador de servicios o bienes, es una característica posible en las relaciones comerciales que se

establecen en las redes sociales digitales. En contraposición con el engaño, que como dice Reig (2003) supondría comprometer el grado de significación emocional o autenticidad subjetiva que se deriva de las relaciones en red en relación a las que se establecen en el mundo real, en la redes sociales digitales presenciamos como lo hemos dicho anteriormente, una generación de confianza cada vez más sólida hacia los sujetos y sus identidades, y los sí mismos presentados.

## 8. Conclusiones

Las estrategias y recursos simbólicos usados para presentarse a sí mismo de este grupo de jóvenes usuarios fueron caracterizados a partir del análisis del corpus de investigación. Para lograr esta tarea primero se identificaron los usos y temas del corpus en general, esta tarea permitió conocer:

- *A partir de los usos*: conocer los macroactos de los cuales se conglomeran o integran varios actos (microactos). Destacan los usos de: Opinión, crítica, posicionamiento político, consejo, venta u oferta de servicios, reflexión, y protesta.
- *A partir de los temas*: el ámbito de experiencia social referido y construido. Destacan los temas referidos a: Política (nacional e internacional), fútbol, reflexiones personales, estilo de vida, Universidad y amor.

Este primer acercamiento sobre los usos y temas, nos permitió observar lo heterogéneo del ámbito de experiencia social referido y construido por los usuarios, y preparó el terreno para registrar y analizar los recursos simbólicos y posibilidades de FB, entendidos éstos como todas las posibilidades y herramientas proporcionada por la plataforma y que son apropiadas de una manera en particular por los sujetos para decir, hacer, o pronunciarse sobre algo. Estas herramientas y recursos fueron registrados y analizados generando una primera aproximación previa. En esta parte se analizó la información relativa a la frecuencia de uso de las 4 herramientas de la plataforma, con la finalidad de explorar cuáles son los hábitos y comportamiento *online* de los usuarios y así poder seleccionar un *texto* o un producto (en este caso los elementos del corpus: enunciados, tomas de fotografías, videos, enlaces, comentarios, etc.) para analizar su

contenido y generar las inferencias que permitieron caracterizar la gestión identitaria y el sí mismo presentado ante los otros.

Los resultados de esta primera parte del análisis, a partir de la observación y el registro de incidencias, evidenciaron que las actividades que más realizan los usuarios en la plataforma Facebook, son el compartir o *subir* fotos, vídeos u otros (enlaces, etc). De segundo lugar figuran las actualizaciones de estado, seguido de los comentarios y usuarios. Esto evidencia la preponderancia que están teniendo los contenidos multimedia en la interacción de los sujetos en estas plataformas. Cada vez se dice más con fotografías, con música, y videos, esto sugiere que las próximas investigaciones deberán tener en consideración este aspecto, debido a que el análisis de este tipo de datos multimedia representa importantes retos a nivel metodológico.

Una vez realizado este registro de incidencias, se escogieron 10 recursos y estrategias (1 actualización de estado, 4 fotografías, 1 vídeo, 1 invitación a un evento, 1 perfil de usuario y 2 enlace externos), para su análisis donde se pudo dar cuenta de la relación que existe entre estas actividades y las identidades de los usuarios. Cada herramienta y actividad fueron consideradas con estrategias de presentación de sí mismo frente a sus contactos donde se mostraron: ciberactivistas políticos, artistas plásticos, estado civil de las personas (pareja comprometida), y ciudadano consciente (o insensible).

Posteriormente se desarrollaron análisis correspondientes a los actos de habla y propósitos comunicativos que se infirieron a partir de los 40 enunciados *escritos/dichos* por los jóvenes usuarios, tomando en consideración la fuerza ilocutiva de cada oración enumerada. Esto permitió, conocer y describir lo que lo hicieron (o lo que *implicaba* el enunciado como acto comunicativo) los jóvenes al momento de actualizar su estado o estatus del Facebook, que son consideradas como unidades significativas dotadas de un sentido completo. La descripción e identificación de los actos de habla fue realizada en función de los objetivos específicos de esta investigación, ayudaron a caracterizar la gestión identitaria de los jóvenes usuarios. Los resultados de esta parte se resumen:

- *Actos de habla analizados*: Destacan los actos de habla representativos (aseveraciones, afirmaciones, crítica, descripciones), y expresivos

(reconocimiento, deseo, reflexión, indignación) mientras que los actos directivos (invitaciones, peticiones) y compromisivos (advertencias) aparecen con menos frecuencia. Se descartó la presencia de actos declarativos presumiblemente por no considerarse esta plataforma como contexto institucional propio de estos actos, que requieren la investidura u autoridad de una figura institucional para generar cambios en el estatus de las personas.

- *Roles y posicionamientos atribuidos*: Derivaron de los actos de habla encontrados, dentro de los roles atribuidos (yo) encontramos: Usuarios que reconocen los méritos de otros, críticos, condenadores, denunciadores, proveedores de servicios, directores, aspiradores, invitadores, convocadores e indignados. Mientras que los otros posicionados (tú) correspondientes con estos roles: reconocidos, criticados, condenados, denunciados, potenciales clientes, dirigidos, amenazados, invitados, convocados y señalados.

En la última categoría analítica se analizaron los roles y posicionamientos atribuidos en estos enunciados que permitieron caracterizar el *yo* y el *tú* construidos en los enunciados, así como los posicionamientos identitarios derivados de los enunciados. Esto nos permitió enfocarnos en las relaciones que se establecen a partir de estos roles y posicionamientos, y entenderlo como el principal producto que permite la caracterización de las estrategias de presentación del sí mismo como parte de la gestión identitaria en la interacción social sostenida en estas redes.

En la discusión, se presenta una aproximación a la construcción identitaria y la presentación del sí mismo en las redes sociales digitales, se generaron las categorías finales, que han sido propuestas como los resultados de esta investigación:

La primera categoría, *La red social digital y el fortalecimiento los vínculos entre los sujetos*, donde se agrupan los enunciados relacionados con los reconocimientos públicos y reforzamiento de vínculos sociales que hacen los usuarios y que sienten la necesidad de expresarlo a través de esa vía para que sean leídos (o escuchados) por sus contactos, que están dirigidas a personas o entidades específicas, en esta categoría se pudo dar cuenta de los gustos o posiciones personales frente a situaciones que vivieron los jóvenes usuarios.

La segunda categoría, *Actividades Políticas, el ciberactivista*, la cual está subdividida en *Convocador a eventos políticos; denuncias y protestas, y posicionamiento político* como subcategorías. En este apartado se analizarán las acciones y expresiones políticas que los usuarios le dan a este *espacio público global*. Consideramos que este tema es tan complejo que pudiera dedicarse una investigación aparte sólo al *ciberactivismo* y las acciones políticas en las web. Se da cuenta de los cambios que han supuesto la emergencia de las RSD, tanto en las dinámicas sociales y políticas a nivel macro y en las interacciones entre los sujetos a un nivel micro. El trabajo en este apartado se centró en analizar cómo se presentan los *convocadores, denunciantes* y aquellos que se *posicionan* políticamente y lo expresan y demuestran en estos nuevos espacios sociales.

La tercera categoría es llamada *La actualización de estado como medio para la reflexión y la crítica*, esta función de la red social digital es utilizada como espacio reflexivo y catártico por algunos usuarios, tras analizar los propósitos comunicativos, los roles asumido y el contenido de los enunciados de los jóvenes usuarios, se pudo dar cuenta de este uso. Así mismo, es construida una identidad personal de una persona *reflexiva* que quiere *compartir* con sus contactos pensamientos y disertaciones personales, aunque otras veces se utiliza como espacio para desahogarse o hacer catarsis respecto a una situación vivida dentro o fuera de las redes sociales digitales.

Por último la categoría *Ofrecimiento/Petición de bienes o servicios – El vendedor, dador, o solicitante de bienes o servicios* hizo referencia al rol de vendedor/solicitante y a las estrategias que usaron los jóvenes usuarios para vender u ofrecer un servicio en particular. Al dar cuenta de estas actividades y la gestión identitaria que conlleva, se pudo presenciar cómo se han apropiado los usuarios de un medio que originalmente es sólo para relacionarse con sus contactos, como un medio para vender, promocionarse u anunciar la venta u oferta de algún servicio.

Como reflexión final consideramos que esta investigación pudo dar respuesta a al objetivo principal al poder generar categorías de estrategias y recursos simbólicos usados para la presentación de sí mismo, como parte de la gestión identitaria en los jóvenes usuarios. Así como los objetivos específicos de conocer las actividades comunicativas (usos y temas descritos) y caracterizar los roles comunicativos,

posicionamientos, estrategias y recursos que asumen los participantes en la gestión de su identidad y en la presentación de sí mismo frente a los otros (análisis del corpus en función de todos estos objetivos), esta información nos permitió arribar a la generación de las categorías de propuestas identitarias que fue descrita. Dentro de las principales limitaciones que se encontraron en esta tarea, fue el reto metodológico de proponer estrategias de recolección de información debido a la gran variedad y tipo de datos (fotografías, vídeos, enunciados, etc.) y lograr sistematizarlas y ordenarlas para que tuvieran un sentido.

Como recomendación, consideramos que seguir utilizando los recursos del análisis del discurso para la comprensión, análisis y caracterización de las actividades digitales de los usuarios, es un aspecto a mantener en las próximas investigaciones. Así mismo, se recomienda investigar otras redes sociales como Twitter, y comunidades como Flickr que agrupan a comunidades según sus intereses (fotografía, música, arte, diseño, etc.), ya que apenas se están comenzando a investigar aspectos psicosociales en estos espacios digitales.

Considerando los hallazgos y objetivos alcanzados, podemos considerar que las redes sociales digitales constituyen un contexto social extendido, en el cual podemos expresar las características de nuestra personalidad actual, y éstas son visibilizadas o mostradas por los usuarios. Las redes sociales digitales integran varias fuentes de información personal, que son similares a aquellos encontrados en los ambientes personales, pensamientos privados, imágenes faciales y comportamiento social, y consideramos que todos ellos contienen información válida respecto a la identidad y la personalidad. Por este motivo, y retomando las ideas sobre la maduración que los sujetos han tenido en su comportamiento en las redes sociales digitales, la creación de *identidades idealizadas* debe ser difícil, ya que las RSD y los perfiles contienen información sobre la reputación de las personas que debe ser difícil de controlar (por ejemplo, los mensajes en el muro), así mismo los contactos de los sujetos rinden cuentas y proporcionan un feedback al perfil creado. Por este motivo uno de los alcances de esta investigación fue probar que se pueden alcanzar inferencias a través de la observación de las características y acciones personales en las plataformas sociocomunicativas como Facebook. Es decir, la red social digital es una extensión de la vida real, para muchos usuarios.

Las redes sociales digitales se han convertido en parte de la vida cotidiana de los jóvenes y de muchos otros sujetos. Berger y Luckmann (1966) consideraron que la realidad social de la vida cotidiana es pues aprehendida en un continuum de tipificaciones que -se vuelven progresivamente anónimas a medida que se alejan del "aquí y ahora" de la situación "cara a cara". En un polo del continuum están esos otros con quienes me trato a menudo e interactúo intensamente en situaciones "cara a cara", mi "círculo íntimo", diríamos. En el otro polo hay abstracciones sumamente anónimas, que por su misma naturaleza nunca pueden ser accesibles en la interacción "cara a cara". Consideramos que las redes sociales digitales se han vuelto parte de este continuum, y que los sujetos se relacionan "cara a cara" en el sentido de Goffmann, a través de las RSD.

Se considera así mismo la plataforma Facebook, como un espacio donde están contenidos un conjunto de elementos informativos sobre la persona, esto se evidencia cuando las personas se conocen a través de este medio, como lo mencionamos anteriormente. Profundizando en este tema, consideramos que se da un conocimiento retrospectivo de "adelante hacia atrás" es decir, cuando no soy tu "amigo" o contacto de Facebook, tienes o no acceso a cierta información sobre una persona en particular. Cuando nos volvemos "amigos", doy privilegios y acceso a mi información, lo que antes era privado se vuelve público, los elementos personales que dicen algo sobre mí, que conforman al "sí mismo" y a la identidad personal del sujeto son dispuestos estratégicamente por parte del usuario. Gestiono mi imagen, configuro mi privacidad, controlo el acceso a la información, coloco ciertas fotos e información sobre mí que quiero que los demás vean. Es decir, construyo un *sí mismo* y gestiono una *identidad* ante los otros.

## Referencias

- Arendt, H. (1958). *The Human Condition*. Chicago: The University of Chicago Press.  
Versión castellana: *La condición humana*. Barcelona: Paidós, 1993.
- Back, M.D., Stopfer, J. M., Vazire, S., Gaddis, S., Schmukle, S. C., Egloff, B., y Gosling, S. D. (2010). Facebook Profiles Reflect Actual Personality, Not Self-Idealization, *Psychological Science Department of Psychology*, 21(3), 372-4, Johannes Gutenberg-University of Mainz. Extraído el 12 de noviembre de <http://pss.sagepub.com/content/early/2010/01/28/0956797609360756.full>
- Bajtín, M. (1990). *Estética de la creación verbal*. México: siglo XXI
- Baudrillard, J. (1977). *Cultura y simulacro*. Barcelona: Editorial Kairós.
- Bauman, Z. (2005). *Identidad: conversaciones con Benedetto Vecchi*. Madrid: Losada.
- Berger, P.L. y T. Luckmann. (1966). *The social Construction of Reality*. Garden City, NY: Doubleday.
- Bolívar, A. y de Erlich, F. D. (2007). El análisis del diálogo. Reflexiones y estudios. Caracas: Fondo Editorial de Humanidades, Universidad Central de Venezuela.
- Bourdieu, Pierre. (2002). La "juventud" no es más que una palabra. En *Sociología y cultura* (pp. 163-173). México: Grijalbo, Conaculta.
- Bonder, G. (2008). Juventud, género & TIC: Imaginarios en la construcción de la sociedad de la información en América Latina, *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*. (917-934).
- Blumer, H. (1986). *Symbolic interactionism: perspective and method*. University of California: University of California Press.
- Caballero, J.J. (1998). La interacción social en Goffman. REIS. N° 83. Universidad Complutense de Madrid.
- Callejo G., J. (2002). Observación, entrevista y grupos de discusión: el silencio de tres prácticas de investigación, *Revista Española de Salud Pública*, 76 (5), 409-422. Ministerio de Sanidad y Consumo, España.
- Castells, M. Y Díaz de Isla, M. (2001). Difusion and uses of Internet in Catalunya and Spain. A commented Summary of Available Evidence, as of 2001. Project Internet Catalunya (PIC). Working Paper Series. PICWP/1201. Recuperado el 3 de Enero de 2011 de: [www.uoc.es/in3/wp/picwp1201](http://www.uoc.es/in3/wp/picwp1201).
- Cooley, C.H. (1902). *Human Nature and the Social order*. New York: Scribner's.
- Cora García, A., Standlee, A., Bechkoff, J. y Cui, Y. (2009). *Ethnographic Approaches to*

- the Internet and Computer-Mediated Communication, *Journal of Contemporary Ethnography*, 38 (1), 52-84. Obtenido el 06 de octubre de 2010 de la base de datos de SAGE online.
- Cuadra, A. (2010). *Virtualidad & Conocimiento*. Escuela Latinoamericana de Estudios de Postgrado y Políticas Públicas. Santiago de Chile.
- Echeverría, J. (1999). *Los Señores del aire: telépolis y el tercer entorno*. Barcelona: Destino.
- Estalella, A. y Ardèvol, E. (2007). Ética de campo: hacia una ética situada para la investigación etnográfica de internet. *Forum: Qualitative Social Research*, 8 (3), Art. 2, Obtenido el 23 de noviembre de 2010 de: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs070328>.
- Ess, C. (2002). Ethical decision-making and Internet research: Recommendations from the AoIR ethics working committee. Association of Internet Researchers (AoIR). Obtenido el 24 de Noviembre de 2010 de: <http://www.research.utoronto.ca/ethics/pdf/human/nonspecific/Internet%20Research%20Ethics.pdf>
- Feliu, J. (2003). De la societat de consum al consum en persona. En: Feliu, J.; Gil, A. (coord.). *Psicologia econòmica i del comportament del consumidor*. Barcelona: Edicions de la Universitat Oberta de Catalunya.
- Fernández, C. (2009). Tres años husmeando en la Ciberpolítica Latinoamericana. 2006-2009 síntesis de resultados del estudio Ciberpolítica. Obtenido el 12 de noviembre de 2011 de: <http://www.ciberpolitica.net/archivos/CiberpoliticaActualizacion.pdf>
- Garay, A., Íñiguez, L., y Martínez, L. (2003). La perspectiva discursiva en Psicología Social. *Subjetividad y Procesos Cognitivos*. Recuperado el 20 de diciembre de 2011 de [http://dspace.uces.edu.ar:8180/dspace/bitstream/123456789/240/1/La%20perspectiva discursiva.pdf](http://dspace.uces.edu.ar:8180/dspace/bitstream/123456789/240/1/La%20perspectiva%20discursiva.pdf)
- Geertz, C. (1973). *The interpretation of cultures*. New York: Basic Books.
- Gergen, K. J. (1985). Social pragmatics and the origins of psychological discourse. En K.J Gergen & K.E. Davis (Eds.), *The social construction of the person* (pp.111-127). New York: Springer-Verlag.
- Gergen, K. J. (1991). *The saturated self: Dilemmas of identity in contemporary*. New York: Basic Books.

- Gergen, K. J. (1996). *Realidades y relaciones. Aproximaciones a la construcción social*. Madrid: Paidós.
- Giddens, A. (1991). *Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea*. Barcelona: Península.
- Gil, A., Feliu, J., Rivero, I. Gil, E. P. (2003). ¿Nuevas tecnologías de la información y la comunicación o nuevas tecnologías de relación? Niños, jóvenes y cultura digital Universitat Oberta de Catalunya. Obtenido el 24 de noviembre de 2010 de: <http://www.uoc.edu/dt/20347/index.html>
- Gil, A., Gil, E. P., y Rivero, I. (2002). Consumo de Tecnologías de la Información y la Comunicación por parte de adolescentes en espacios de ocio. Universitat Oberta de Catalunya. Obtenido el 3 de Enero de 2011: [http://academia.edu.documents.s3.amazonaws.com/1497395/Consumo\\_de\\_tecnologías\\_de\\_la\\_informacion\\_y\\_la\\_comunicaci%C3%83%C2%B3n\\_por\\_parte\\_de\\_adolescentes\\_en\\_espacios\\_de\\_ocio.pdf](http://academia.edu.documents.s3.amazonaws.com/1497395/Consumo_de_tecnologías_de_la_informacion_y_la_comunicaci%C3%83%C2%B3n_por_parte_de_adolescentes_en_espacios_de_ocio.pdf)
- Goffman, E. (1959). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- \_\_\_\_\_ (1971). *El ritual de la interacción*. Buenos Aires: Editorial Tiempo Contemporáneo.
- Guerrero Arias, P. (2002). *La Cultura: Estrategias conceptuales para entender la identidad, la diversidad, la alteridad y la diferencia*. Ediciones Abya-Yala: Quito
- Habermas, J. (1988). *La lógica de las ciencias sociales*. Madrid: Tecnos.
- Herrera, M. y Soriano, R. (2004). La teoría de la acción social en Erving Goffman. Papers 73. 59-79: Universidad de Granada. Departamento de Sociología.
- Hine, C. (2004). *Etnografía Virtual*. Barcelona: Editorial UOC.
- Iñiguez, L., y Vitores, A. (2004). Curso de investigación cualitativa: fundamentos, técnicas y métodos. El Análisis de la Información. Obtenido el 3 de Enero de 2011 de <http://www.scribd.com/doc/7061396/Iniguez-2004-El-Analisis-de-La-Informacion>.
- Islas Carmona, J. (2009). El prosumidor. El actor comunicativo de la sociedad de la ubicuidad. *Palabra Clave*, 11(1). Obtenido el 05 de noviembre, 2011, de <http://pensamientoycultura.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/articloe/view/1413/1550>
- Kanai, R., Bahrami, B., Roylance, R. y Rees, G. (2011). Online social network size is reflected in human brain structure. *Proceedings of The Royal Society Biological*

- Sciences*, 278 (1721), 3009 – 3160. Obtenido el 10 de noviembre de 2011 de <http://www.rspb.royalsocietypublishing.org>
- Kawulich, B. B. (2006). La observación participante como método de recolección de datos . *Forum: Qualitative Social Research*, 6 (2), Art. 43. Obtenido el 23 de noviembre de 2010 de <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0502430>
- Levinson, S. (1989). *Pragmática*. Barcelona: Teide.
- Lipovetsky, G. (1994). *El crepúsculo del deber*. Barcelona: Anagrama, 1994.
- Liotard, J.F. (1989). *La condición posmoderna*. Madrid: Cátedra.
- James, W. (1890). *Principles of Psychology*. New York, EE.UU: Holt.
- Jiménez, C. (2010). Estadísticas y Tendencias de Internet en Venezuela: Tendencias Digitales.
- Manago, A.M., Graham, M.B., Greenfield, P.M., y Salimkhan, G. (2008). Self-presentation and gender on MySpace. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29, 446-458.
- Mato, D. (2003). *Crítica de la modernidad, globalización y construcción de identidades. Debate de modernidad/postmodernidad, globalización y construcción de identidades y otras representaciones sociales: consideraciones teóricas y estudios sobre Venezuela, América Latina y el Caribe*. Caracas: Universidad Central de Venezuela, CDCH.
- Martín-Baró, I. (1998). *Hacia una Psicología de la Liberación*. Madrid: Trotta.
- Martínez, M. (2006). La investigación cualitativa (síntesis conceptual). *Revista IIPSI*. 9 (1), 123-146.
- Martínez, M. (2004). Los Grupos Focales de Discusión como Método de Investigación. *Heteropía*, 26, 59-72.
- Mead, G.H. (1934). *Espíritu, Persona y Sociedad*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Mead, G.H. (2009). *Escritos políticos y filosóficos*. Buenos Aires: Editorial Fondo de Cultura Económica.
- Montero, M. (1984). *Ideología, Alienación e Identidad Nacional. Una aproximación psicosocial al ser venezolano*. Caracas: Ediciones de la Biblioteca.
- Montero, M. (2002). Construcción del Otro, liberación de sí mismo. *Utopía y Praxis Latinoamericana*. 7 (16), 41-51.
- Potter, J. y Wetherell, M. (1987). *Discourse and social psychology: beyond attitudes and behaviour*. London: SAGE.
- Rainie, L., Purcell, K. y Smith, A. (2011). The Social Side of the Internet. Pew Internet &

- American Life Project. Extraído el 10 de noviembre de 2011 de <http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2011/PIP%20-%20Social%20networking%20sites%20and%20our%20lives.pdf>
- Reig, D. (2003). *Cyborgs en la Rambla: Internet, bases de un mundo nuevo*. Extraído el 10 de noviembre de 2011 de [www.bubok.es/libros/236/La-matriz--Cyborgs-en-la-Rambla-Internet-bases-de-un-mundo-nuevo](http://www.bubok.es/libros/236/La-matriz--Cyborgs-en-la-Rambla-Internet-bases-de-un-mundo-nuevo)
- Reig, D. (2011). *Identidad aumentada y madurez como internautas: somos auténticos en las redes sociales*. Extraído el 10 de noviembre de 2011 de <http://www.dreig.eu/caparazon/2011/07/22/identidad-aumentada-autenticidad/>
- Revilla, J.C. (2003). Los anclajes de la identidad personal, *Athenea Digital*, 4, 54-67. Obtenido el 23 de octubre de 2010 de <http://antalaya.eab.es/athenea/num4/revilla.pdf>
- Robles, F. (1999). *Los sujetos y la cotidianidad, elementos para una microsociología de lo contemporáneo*: Chile. Ed. Sociedad Hoy.
- Rybas, N. y Gajjala, R. (2007). Developing Cyberethnographic Research Methods for Understanding Digitally Mediated Identities. *Forum: Qualitative Social Research*, 8 (3), Art. 35. Obtenido el 04 de noviembre de 2010 de <http://www.qualitative-research.net/fqs-texte/3-07/07-3-35-e.htm>.
- Salazar, J.F. (2005). *El arte de la influencia. Análisis de los textos de autoayuda como práctica social y discursiva*. Tesis de Maestría, Facultad de Humanidades y Educación, Universidad Central de Venezuela.
- Schütz, A. y Luckmann, T. (1973). *Las estructuras del mundo de la vida*. Buenos Aires: Ed. Amorrortu.
- Seguí, J. (2005). *¿Medios globales o globo mediado? Hacia una reconceptualización de los estudios sobre la comunicación*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
- Simmel, G. (1908). *Soziologie. Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung*. Leipzig: Duncker & Humblot. Obtenido el 10 de noviembre de 2011 de <http://www.archive.org/stream/soziologieunters00simmrich#page/466/mode/2up>
- Shotter, J. (1989). Social accountability and the social construction of "you". En J. Shotter & K.J. Gergen (Eds.), *Text of identity* (pp. 133-151). London: SAGE.
- \_\_\_\_\_ (2002). *Conversational realities: Constructing life through language*. London: SAGE.
- Soriano, J. (2007). *Las nuevas reglas de la etnografía de la comunicación*. Portal de la

- Comunicación del Instituto de la Comunicación, Barcelona: InCom-UAB.
- Stiles, W. (1993). Clasificación de actos elocutivos intersubjetivos. *Anuario de Psicología*. 1 (59), 79-103.
- Potter, J. (1998). *La representación de la realidad. Discurso, retórica y construcción social*. Barcelona: Paidós.
- Torregrosa, J.R. (1983). Sobre la identidad personal como identidad social. En J.R. Torregrosa y B. Sarabia (Eds.), *Perspectivas y contextos de la Psicología Social* (pp. 217-240). Barcelona: Ed. Hispano Europea.
- Turkle, S. (1997). *La vida en la Pantalla. La construcción de la identidad en la era de internet*. Barcelona: Ed Paidós, col. Transiciones
- Quan-Haase, A. y Wellman, B. (2005). Local Virtuality in an Organization: Implications for Community of Practice Publisher: Springer Netherlands Start Page: 215 End Page: 238 Url: [http://dx.doi.org/10.1007/1-4020-3591-8\\_12](http://dx.doi.org/10.1007/1-4020-3591-8_12)
- van Dijk, T. (2000). *El discurso como interacción social. Estudios sobre el discurso II. Una introducción multidisciplinaria*. Barcelona: Gedisa.
- \_\_\_\_\_ (2005). *Estructuras y funciones del discurso*. Barcelona: Siglo Veintiuno Editores.
- Vasilachis de Gialdino, I. (2006). *Estrategias de investigación cualitativa*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Winocur, R. (2006). Internet en la vida cotidiana de los jóvenes, *Revista Mexicana de Sociología*, 3, 68. México: Universidad Autónoma de México - Instituto de investigaciones Sociales.

## Apéndices

Apéndice i. Elementos simbólicos y funcionalidades que han producido y usado los usuarios en la red social digital.



Imagen 1. Actualización de estado colocado por el usuario donde se manifiesta el resultado de una actividad de protesta política opositora al gobierno nacional.



Imagen 2. Fotografía del grabado del nombre del prócer venezolano Miranda en el Arco del Triunfo en Paris.



Imagen 3. Logo que emula el logo oficial del gobierno venezolano, tratando de parodiar al original. Protesta política opositora.



Imagen 4. Enlace a video de la toma simbólica hecha por activistas estudiantiles al canal oficial del estado VTV.



Imagen 5. Fotografía denunciado las condiciones del comedor universitario por parte de los ciberactivistas estudiantiles.



Imagen 6. Fotografía del artículo de periódico donde reseñan el trabajo como artista del usuario.



Imagen 7. Registro del evento e invitación al mismo, anunciando que el usuario se presentara.



Imagen 8. Perfil de usuario o página principal con información personal de una de las usuarias.



Imagen 9. Enlace colocado por el usuario a una pagina externa donde se critica a uno de los candidatos opositores de la oposición.



Imagen 10. Enlace externo colocado por el usuario a una página donde se concientiza a no dar limosnas a la gente de la calle.

Apéndice ii. Entrevista a profundidad sobre la construcción de identidades a través de las TICs

Datos generales de la entrevista y el entrevistado

Iniciales: H. R. G.

Sexo: Masculino

Edad: 26 años

Fecha: 19/11/10

Ocupación: Analista de Sistemas, Ilustrador.

Duración de la entrevista: 1 h y 15min.

## **Categorías entrevista a profundidad construcción de identidades a través de las TICs**

### **1. Uso de las tecnologías**

- 1.1 El celular como una bendición y “válvula de escape”.
- 1.2 Facebook como distractor y pérdida de tiempo.
- 1.3 Redes sociales digitales (RSD) y TICs como grandes proporcionadores de información.
- 1.4 Redes sociales “más serias” vs. “menos serias”. (Twitter vs. FB).
- 1.5 RSD como medios para publicar y promocionar información de interés.
- 1.6 Todos los venezolanos nacemos con una PC bajo el brazo.
- 1.7 Las RSD como medio de reclamo a los otros.

### **2. Relaciones con los otros**

#### **2.1 Realidad Virtual**

- 2.1.1 Redes sociales digitales (RSD) que permiten construir una identidad frente a otros.
- 2.1.2 Presión social como motivo para involucrarse en las RSD.
- 2.1.3 Chismógrafo virtual.
- 2.1.4 Establecimiento de camaradería entre los sujetos a través del intercambio de información.
- 2.1.5 Posibilidad de “meterse” en el medio, aparato, o RSD.
- 2.1.6 El mundo virtual y los alter ego.

- 2.1.7 Reacción de los otros en la interacción virtual.
- 2.1.8 La conversación en línea y sus modalidades (email vs. mensajes instantáneos).
- 2.1.9 El anonimato marca la pauta en internet.
- 2.1.10 La sinceridad no puede ser percibida en las RSD.

## **2.2 Realidad Física**

- 2.2.1 Sin internet mi voz no es escuchada.
- 2.2.2 Posibilidad de “meterse” en el medio, aparato, o RSD.
- 2.2.3 Responsabilidad con los otros en el mundo físico (expresiones, modales, etc.).
- 2.2.4 Afectación de los gestos y reacciones de los otros hacia mí en el mundo.
- 2.2.5 La “sobreexposición” del cuerpo, detalles y reacciones en la interacción del mundo físico.
- 2.2.6 Construcción de un “filtro” al interactuar con los otros.

## **3. Construcción de la fachada**

- 3.1 Nativos digitales con “habilidad natural” para las tecnologías.
- 3.2 El “componente digital” como compañero fiel.
- 3.3 Diferencia de la fachada en el mundo real vs. Mundo virtual.
- 3.4 La construcción del “filtro” o fachada en la interacción cara a cara.
- 3.5 Multitud de roles y fachadas en las TICs y RDS.

## **4. Lo juvenil**

- 4.1 Accesibilidad y disponibilidad tecnológica ofrecida a los niños hoy en día.