

**INFLUENCIA DEL USO DE FACEBOOK EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA
IDENTIDAD DE LAS Y LOS ESTUDIANTES DE TRABAJO SOCIAL DE LA
UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE NORTE DEL CAUCA**

ELIANA PATRICIA MORÁN MOSQUERA

ANA MILENA POPO MEJÍA

**UNIVERSIDAD DEL VALLE – SEDE NORTE DEL CAUCA
FACULTAD DE HUMANIDADES
ESCUELA DE TRABAJO SOCIAL Y DESARROLLO HUMANO
SANTANDER DE QUILICHAO
2015**

**INFLUENCIA DEL USO DE FACEBOOK EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA
IDENTIDAD DE LAS Y LOS ESTUDIANTES DE TRABAJO SOCIAL DE LA
UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE NORTE DEL CAUCA**

ELIANA PATRICIA MORÁN MOSQUERA

ANA MILENA POPO MEJÍA

**MONOGRAFÍA DE GRADO
COMO REQUISITO PARA OPTAR EL TÍTULO DE
TRABAJADORAS SOCIALES**

**DIRECTORA:
CLAUDIA CONSTANZA GALEANO MARTÍNEZ
SOCIÓLOGA**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE – SEDE NORTE DEL CAUCA
FACULTAD DE HUMANIDADES
ESCUELA DE TRABAJO SOCIAL Y DESARROLLO HUMANO
SANTANDER DE QUILICHAO**

2015

AGRADECIMIENTOS

Eliana Moran Mosquera

Hoy quiero agradecer a Dios, por haberme dado la oportunidad de culminar mi carrera y por darme las fuerzas para luchar cada vez que sentía que ya nada valía la pena, soy sincera y reconozco que por un momento pensé que no podría hacerlo, pero Dios siempre estuvo ahí para levantarme.

A la mejor madre del mundo mi ejemplo, mi todo, quiero agradecerle, por sus consejos, regaños, lágrimas, desvelos y oraciones. Este triunfo es mas suyo que mío, pues nunca me ha abandonado y siempre ha confiado en mí, tal vez más de lo que yo lo hacía.

A mí esposo, gracias por, ayudarme, escucharme, entender mis sacrificios, por reconocerme como estudiante y como mujer, y sobre todo, gracias por acompañarme en la aventura que fue convertirme en una Trabajadora Social.

A mi compañera de trabajo de grado y amiga, agradezco por su paciencia y dedicación, realmente más que a una compañera encontré un gran ser humano, que sé, la vida va a premiar con muchas cosas hermosas.

A mi familia, por estar pendientes de este proceso y siempre llevarme en sus oraciones en especial a mi hermana, quien ha reído y llorado conmigo y a quien espero seguir teniendo a mi lado por mucho tiempo y a mi padre el cual contribuyó a que yo pudiera iniciar este trabajo de grado.

A mis amigas Maira, Tatiana Granados y Claudia Iliana Sarria por estar escuchándome y alegrándome siempre.

Por último pero no menos importante a nuestra directora de trabajo de grado por aceptar Guiarnos y por ayudar a que este proceso terminara de la mejor manera.

¡Infinitas Gracias a Todos!

Ana Milena Popo Mejía

Doy gracias a Dios por la oportunidad de vivir y que en el transcurso de este viaje, me haya permitido conocer que como hay derrotas también hay triunfos, y que aún con dificultades hay logros que son inmensamente gratificantes cuando al final se abren nuevos caminos.

A mi familia, quiero agradecerle inmensamente por el apoyo durante mi formación como persona al igual que una profesional. Gracias especialmente a mis padres por creer en mis capacidades y ofrecerme las herramientas para cumplir esta meta tan importante en mi vida y demás fundamentos que hoy me hacen crecer cada día más a nivel personal y profesional. A mis hermanos les agradezco ser mis confidentes y el apoyo necesario para creer que es posible lograr mis propósitos cuando se le echan ganas y se desean realmente.

A mi compañera de trabajo de grado y amiga, le agradezco ser parte de este proceso que a pesar de los inconvenientes, las subidas y bajadas, hoy compartimos la alegría de estar a las puertas de recibir nuestro título profesional y porque este viaje nos permitió conocernos como personas.

El inicio y recorrido de mi camino profesional y académico, me permitió conocer personas muy valiosas que hoy les quiero agradecer por cada uno de sus aportes que han incidido en mí. Amistades que no olvidaré y que han trascendido de un salón de clases, docentes que compartieron sus saberes y demás experiencias que hacen esta historia única.

Finalmente y no menos importante, agradezco a nuestra tutora por orientarnos en esta investigación y así descubrir nuevos conocimientos.

A todas y todos... ¡Gracias!

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

CAPITULO I	11
1.1 EL OBJETO DE INVESTIGACIÓN	11
1.2 FORMULACIÓN	14
1.3 OBJETIVOS	14
1.4 Consideraciones metodológicas	15
1.5 Unidad de análisis y muestral	18
1.6 Categorías de análisis	20
1.7 Matriz operativa	21
CAPÍTULO II	24
Marco contextual	24
2.1 Características socio demográficas de Santander de Quilichao	24
3.2 Contextualizando Facebook	25
CAPÍTULO III	30
MARCO DE REFERENCIA CONCEPTUAL	30
3.1 Desde el enfoque funcionalismo estructural.	30
3.2 Desde la motivación	31
3.3 Identidad	32
3.4 Construcción de la Identidad	37
3.5 “Yo soy”	40
3.6 Sentido de las experiencias	42
3.7 Entre lo privado y lo público.	43

CAPÍTULO IV	46
Análisis y hallazgos	46
4.1 Análisis componente cuantitativo	46
4.2 Análisis cualitativo	77
4.2.1 Información expuesta en Facebook: contenido privado, informativo y gráfico.	77
4.2.2 Coherencia y/o contraste entre la información virtual e información no virtual identificadas.	100
4.2.3 Concepto de sí mismo y de los contactos.	123
4.2.4 Formas de expresión: comentarios, interacciones, participación en Facebook.	132
CONCLUSIONES	140
BIBLIOGRAFÍA	144
WEBGRAFÍA	147
ANEXOS	153

INTRODUCCIÓN

“Dadas la volatilidad e inestabilidad intrínsecas de casi todas nuestras identidades, la capacidad de “ir de compras” al supermercado de identidades y el grado de libertad –genuina o putativa- del consumidor para elegir una identidad y mantenerla tanto tiempo como lo desee se convierten en el camino real hacia la concreción de las fantasías de identidad. Por tener esa capacidad uno es libre de hacer o deshacer identidades a voluntad. O eso parece”. (Bauman 2002, p, 90)

A partir del siglo XX comienza en la sociedad, una serie de cambios sistemáticos que van introduciendo modelos alternos de supervivencia. Dichos cambios directamente relacionados con las estructuras políticas, económicas y sociales, fueron y son la puerta de lo que hoy conocemos como era moderna, un momento crucial para la historia de la humanidad. La entrada de la modernidad desafió a que con las transformaciones, los individuos que integraban las distintas clases y posiciones sociales que se iban desestructurando, fueran quedándose sin aquel escenario donde la definición de sí mismos, giraba alrededor de la actividad que desarrollaban y el grupo al cual pertenecían. (Castellanos, Grueso y Rodríguez 2009)

“[...] la pregunta sobre “quién soy” no era, precisamente, un tema frecuente de reflexión: al parecer, nadie en el mundo premoderno andaba en busca de su propia identidad.” (Castellanos, Grueso y Rodríguez 2009, p, 10)

Ahora, dicho estado de transformaciones y revoluciones que implica la llegada de la modernidad, plantea para nuestra sociedad, nuevas formas de relacionarse y por ende establecer quién se es, (Ibíd.) dentro de este contexto de cambios y exigencias.

En estos nuevos escenarios, los seres humanos tienen la posibilidad de acceder y adquirir todo aquello que pueden controlar y les genera interés, (Almudena 2002) y

sobre todo, hacer propio lo que les permite definirse como un tipo determinado de persona. Si bien, hay variedad de opciones para elegir una forma de estar y ser en el mundo, no todas se adquieren sólo por el hecho de que estén disponibles, sino aquello que los actores sociales llenen de sentido. (Castells, 2000).

Y con lo anterior, se hace alusión a los fenómenos que hoy fluyen con gran fuerza en nuestra sociedad, aquellos que han impuesto otras alternativas de comunicación y de relacionarse con los otros. Actualmente hablamos del fenómeno de la globalización que unifica y trasciende fronteras a través de los procesos sociales, económicos, políticos y tecnológicos que abarcan al mismo tiempo las experiencias humanas, llevándolas a un nivel diferente de supervivencia.

Los avances tecnológicos a grandes pasos por ejemplo, le han dado otra dimensión a las experiencias humanas, antes para saber quién es el otro, era necesario estar en presencia física, mantener una conversación y realizar diferentes y más de un encuentro, ahora éstas implicaciones han sido consideradas por los medios de comunicación e información (computador, celulares, tablets, entre otros), que acortan distancias convirtiéndose en los canales más destacables dentro de la revolución de las tecnologías, tanto así que sirven de plataforma para salir del anonimato y presentar al mundo *quien soy*, tal como las redes sociales virtuales.

“Junto con la revolución tecnológica [...] hemos experimentado una marejada de vigorosas expresiones de identidad colectiva que desafían la globalización y el cosmopolitismo en nombre de la singularidad cultural y del control de la gente sobre sus vidas y entornos” (Castells 1999, p, 24)

Con lo anterior se quiere precisar que hoy asistimos a dos grandes acontecimientos dentro de la vida social de los seres humanos que se quieren resaltar en esta investigación; primero, la exigencia que llegó con la modernidad al adjuntarle la tarea a cada persona de buscar por sí mismas su identidad y segundo, el espacio que ocupa las redes sociales virtuales como consecuencia de

los avances tecnológicos por medio de internet y su relación en las construcciones identitarias.

El presente estudio por lo tanto, tratará de mostrar las dinámicas y experiencias derivadas de la relación entre la identidad como una construcción cultural indispensable en nuestra sociedad y Facebook, como la red social más popular en la actualidad y vehículo para mostrar quién soy.

“Facebook es en la actualidad la red social más grande del mundo, y el lugar que ocupa no es un hecho accidental, se debe a los múltiples beneficios que aporta. Gracias a ella vivimos en un mundo más abierto, accesible y en contacto con los demás. Cada día muchas personas establecen relación con otras a través de este medio, compartiendo fotografías, enlaces de internet, videos o publicando comentarios”. (El-Sahili 2014, p, 1)

Gracias a su utilidad, Facebook es hoy un escenario que permite que sus usuarias y usuarios establezcan cualquier tipo de relación con los otros, preservar vínculos y mostrarse ante los otros como un determinado tipo de persona.

En esta investigación se mostrará cómo el uso de Facebook de alguna manera, ha influido en la construcción de las identidades debido a sus múltiples alternativas, aunque no haya sido su principal objetivo, no se puede negar que facilita que las personas que pertenecen a esta red social, vean una ventana que pueden abrir y mostrar quiénes son, por medio de sus gustos, intereses, imágenes, comentarios y demás.

Teniendo en cuenta que la identidad es válida cuando es reconocida por los otros y se construye en el intercambio (Barbero 2003), Facebook simboliza un escenario donde precisamente este proceso puede generarse, sobre todo en las jóvenes generaciones que más hacen uso de esta red. Relacionar la construcción de la identidad con Facebook, es reconocer y reafirmar que nuestra sociedad se mueve de acuerdo a lo que le ofrece su contexto y que esta red social, es un hecho que trasciende a otros fenómenos por su capacidad de inclusión, participación, socialización y reconocimiento.

Lo anterior, lleva a pensar que la mirada hacia los hechos culturales, políticos, económicos de cada época, debe estar siempre en constante reflexión, puesto que nos movemos de acuerdo a lo que hay en nuestro alrededor y como sustenta Taylor (1996) es significativo para nosotros.

Tomar Facebook como una dimensión donde confluyen procesos identitarios, es tener en cuenta que hay una generación en especial conformada por jóvenes, que muestran sus percepciones y necesidades en el mundo que les rodea, es buscar un escenario que emerge la interacción sin la exigencia de la presencia física y parece atraer significativamente a las personas para que no sólo se conviertan en miembros de esta red social, sino que también se manifiesten de diferentes maneras.

¿Qué motiva tener una cuenta de Facebook? ¿Qué características tienen los perfiles de sus usuarias y usuarios? ¿Qué desentraña tener un perfil de Facebook? son algunas de las preguntas que se trataran de responder en este estudio, con el fin de comprender que las experiencias virtuales son relevantes en la vida social de las personas y viceversa, ya que tener una cuenta activa es como exponer un pedazo de las vivencias presenciales que merecen ser reconocidas por los otros.

Es en este sentido, que en esta investigación se mostrarán las experiencias expresadas por las y los estudiantes de Trabajo Social de la Universidad del Valle, Sede Norte del Valle, a partir de su inmersión en la red social más popular y grande de nuestros tiempos, con el fin de reconocer su permeabilidad dentro de un contexto universitario y cómo tiene incidencia en la socialización, participación y en las formas de estar en el mundo y por ende en la identidad.

CAPITULO I

1.1 EL OBJETO DE INVESTIGACIÓN

La identidad como una construcción exclusiva de las y los individuos, es desarrollada a través de la interacción con los otros; en esta medida la relación Facebook, usuario, posee una serie de implicaciones que despiertan interés en su estudio y análisis.

A un fenómeno que emerge como un estilo de vida e induce o modifica pautas comportamentales e interaccionales es necesario darle un espacio en el área investigativa, más porque asistimos a un momento histórico, en el que este tipo de formas de comunicación, están alterando los escenarios de interacción sobre todo de las y los jóvenes, y en este cambio están transformándose y por qué no, desapareciendo algunos modos cotidianos y tradicionales de relacionarse, suprimiendo distancias pero profundizándolas diferencias.

Por tanto el concepto de identidad aquí es puesto en el centro de la discusión, pues desde el análisis de sus cambios se puede iniciar la búsqueda del por qué de las convulsiones sociales. En este sentido y para dar respuesta a nuevas características de la identidad se decidió hacer una investigación para la que fue necesario llevar a cabo una búsqueda rigurosa del estado del arte, de las construcciones identitarias a través de redes sociales o Facebook. Los resultados para este tema fueron reiterativos y apuntaban a que las y los jóvenes sí construían identidades denominadas también identidades digitales que eran continuamente idealizadas y pulidas y donde los medios (perfiles, imágenes y comentarios), les permitían crear un “Yo” que era reforzado o influenciado por la respuesta de otros usuarios.¹

¹ Se tomaron 4 investigaciones previas sobre la construcción de la identidad a través de las redes sociales que concluyeron, que las y los usuarios de Facebook, especialmente jóvenes, dejan una imagen deseable y pulcra ante sus contactos, además de los elementos interactivos que emergen y se presentan de las participaciones en espacios virtuales. Dichas investigaciones fueron: “Construcción de la identidad digital de los estudiantes javerianos en Facebook” de Katheryne

Por otra parte los resultados también mostraban que la subjetividad ocupaba un lugar importante dentro de la red social y que la tendencia a presentar una imagen pulcra devenía de un gran esfuerzo por reforzar la autoestima, pues las y los jóvenes recurrían a grupos de amigos o con gustos similares pretendiendo que se les diera importancia dentro de este grupo, situación que en muchas ocasiones alteraban la percepción que tenían de vida privada. Por otra parte Facebook era tomado por estas y estos jóvenes como un sitio desde donde se fortalecían lazos sociales y se consolidaban relaciones, iniciadas en el mundo *offline*, al mismo tiempo que permitía construir nuevos vínculos ya fuese *offline* u *online*.²

Todo esto, despertó el interés como investigadoras, debido a la necesidad de tener una comprensión sino es total, al menos coherente y aterrizada desde un contexto cercano y con actores próximos como lo son las y los estudiantes de Trabajo Social en el Norte del Cauca, ello con el fin de contrastar y/o relacionar la investigación desde la esta profesión con aspectos teóricos, contenidos en numerosas disciplinas y estudios que guardan relación respecto al asunto.

Por tanto estas características y dinámicas que pueden presentarse en la identidad de las y los jóvenes univallunos, han sido pensadas desde ciertos vacíos y/o preocupaciones que muchas investigaciones habían planteado acerca de las consecuencias que traían las múltiples exigencias del mundo virtual para las y los jóvenes en cuanto a su construcción de identidad, pues se especulaba que en esta generación ha ido cambiando su cotidianidad, modificando cómo alimentar su autoestima e incluso cómo debilitarla, relacionando con esto con las formas de ser

Andrea Carolina García Ibarra, (2010), *"la presentación del self en el ciberespacio. un análisis de las autodefiniciones personales en blogs y redes sociales"* de Modesto Escobar y Helena Román (2010), *"la construcción de la identidad y el uso de los espacios de comunicación en Facebook dentro de la matriz sociocultural y comunicativa adolescente"* de Florencia Natalia Moreno y *"Percepciones de lo íntimo en las prácticas de interacción en la red social virtual en un grupo de jóvenes de la ciudad de manizales"* de Lina Mercedes García Bedoya (2012). (Los enlaces correspondientes se encuentran disponibles en la webgrafía)

² Se tomará en esta investigación los términos *offline* y *online*, respectivamente como aquellas actividades que "[...] con independencia de su origen, se desarrollan sin mediación de aparatos o sistemas electrónicos." Por tanto la vida *online* se refiere a experiencias "[...] que tienen su origen y se desarrollan a través de medios electrónicos." En <http://www.pabloburgueno.com/2009/03/clasificacion-de-redes-sociales/> Consultado el 1 de julio de 2015.

y estar en el mundo. En esta medida para nosotras como investigadoras, fue fundamental analizar e identificar aquellas características propias, que los usuarios y usuarias de Facebook mostraban hacia su público en relación o no con sus características sociales, es decir, la configuración de su identidad.

“A medida que proliferan las redes sociales, varia el criterio sobre el uso de internet. De un instrumento utilizado en el solitario anonimato ha pasado a convertirse en un medio que incide en cuestiones relacionadas con la naturaleza y la identidad humana: quiénes somos, qué sentimos en relación a nosotros mismos y cómo comportarnos unos con otros. Mientras las viejas teorías sobre la socialización en línea se derrumban, brotan nuevas preguntas en torno a la relevancia psicosocial del uso de redes sociales.” (Disalvo 2011, p, 61)

De acuerdo a lo anterior, se intentó comprender cómo se daban estas transformaciones y formas de configurar y reconfigurar la identidad y cómo estas contribuían a reconocer al sujeto en una sociedad cambiante. Aunque se puede creer que el mundo virtual o vida *online* no es campo exclusivo de esta disciplina, se convirtió en un escenario que no podemos ignorar porque en este confluyen procesos de interacción donde sus usuarias y usuarios se convierten en un movimiento, un colectivo o refuerzan su individualismo, se expresan de alguna forma en contra o en beneficio de otros y de sí mismos, potencian sus capacidades o las minimizan y con ello construyen, reconstruyen y direccionan su formas de relacionarse.

Para ello fue necesario indagar con las y los estudiantes sobre el tipo de contenido privado, informativo y gráfico que exponen las y los estudiantes en sus cuentas de Facebook y si existe coherencia en las dinámicas relacionales, dadas en su vida *offline* y *online*, en tanto que muchas investigaciones arrojaban que no había relación entre una y otra. También fue ineludible identificar qué valor, sentido o significado tienen las y los jóvenes de sí mismos y de los demás y las relaciones dadas en la red así como las formas de expresión que en ella se utilizan, ya que este tipo de información contribuyen a identificar si hay cambios en las identidades de las y los usuarios o simplemente era una falsa alarma generada por el ruido que hace algo novedoso en una sociedad como la nuestra.

1.2 FORMULACIÓN

Por todo lo anterior mencionado, este estudio pretende identificar y establecer: ¿Cómo influye el uso de Facebook en las construcciones identitarias de las y los estudiantes de Trabajo Social de la Universidad del Valle, Sede Norte del Cauca?

1.3 OBJETIVOS

Objetivo General

Identificar la influencia de la red social Facebook en la construcción de las identidades de las y los estudiantes de Trabajo Social de la Universidad del Valle, Sede Norte del Cauca.

Objetivos Específicos

- Describir el contenido privado, informativo y gráfico que exponen las y los estudiantes en sus cuentas de Facebook.
- Establecer la relación; coherencia y/o contraste que existe entre la información virtual identificada y la información no virtual, que muestran las y los estudiantes.
- Identificar el sentido y significado que tienen las y los estudiantes de sí mismos y el de sus contactos en sus cuentas de Facebook.
- Identificar las formas de expresión de las y los estudiantes por las cuales interactúan con sus contactos de Facebook.

1.4 Consideraciones metodológicas

Cualquier investigación, puede ser considerada como un viaje que atraviesa diferentes momentos que hacen que las experiencias vividas se complementen y cobren sentido. Es en esta medida que para el desarrollo de este estudio, se partió de la idea de realizar un proceso investigativo, con el fin de tener un acercamiento y dar cuenta de una realidad social.

Esta investigación inició con el propósito de identificar cómo el fenómeno Facebook, hoy tan popular, ha influido debido a su uso en las construcciones de identidad de las y los estudiantes de las diferentes carreras de la Universidad del Valle, Sede Norte del Cauca –como ya mencionamos-. Pero a medida que se avanzó en la construcción del instrumento y su aplicación, hubo que realizar algunas modificaciones respecto a la población sujeto de estudio.

Nos encontramos en la dificultad de tener una muestra muy grande debido a que cuando se realizó el primer acercamiento a la población en el periodo 1-2014, había 1040 estudiantes en toda la sede y al realizar el cálculo para ejecutar las encuestas, el resultado fue 288. Este número por tanto limitó la propuesta inicial por el acceso a las y los estudiantes de las diferentes carreras porque en las pruebas pilotos, nos dimos cuenta de la dificultad para acceder a la población ya que argumentaba no tener tiempo para diligenciar los formularios debido a parciales cercanos, exposiciones y otras más ocupaciones.

Por todo lo anterior mencionado, decidimos continuar con el tema de investigación planteado, pero sólo con una carrera y en ese sentido tomamos Trabajo Social por dos razones: Primero, porque como investigadoras pertenecemos a esta profesión y segundo, porque nos es de interés relacionarla con las tendencias que se generan en el mundo virtual como nuevo escenario de interacción.

Podemos decir entonces que esta investigación, es de tipo mixta en tanto pone en conversación técnicas de los métodos cualitativo y cuantitativo. El modelo mixto fue pertinente para esta investigación porque, permitió que una categoría tan amplia como la identidad y un fenómeno tan evidente como Facebook, pudiesen

relacionarse y comprenderse desde las posibilidades que ofrecen los dos métodos (cualitativo y cuantitativo). Aquí partimos de investigar sobre la identidad como un hecho cultural y destacable en nuestra sociedad, que requiere de una postura holística para identificar y conocer, cómo se construye y se manifiesta en las y los estudiantes de Trabajo Social y Facebook como el atractivo de la globalización y la revolución de las tecnologías. Es por ello que se refuerza que:

"[...] los diseños mixtos permiten la obtención de una mejor evidencia y comprensión de los fenómenos y, por ello, facilitan el fortalecimiento de los conocimientos teóricos y prácticos." (Pereira 2011, p, 19)

Como técnicas de recolección de datos se utilizó el diseño de sondeo (encuesta) y la entrevista semi-estructurada. La encuesta con el fin de obtener información representativa de la población, identificar tendencias a través del análisis de los datos, fue diseñada para este estudio a partir de 50 preguntas distribuidas, según 3 módulos establecidos con preguntas de opción única y de múltiples respuestas como se enseñara a continuación.

- **Primer módulo:** Estuvo estructurado de tal manera que se pudiese identificar el contenido que las y los estudiantes exponen en sus cuentas de Facebook y de qué tipo es; privado, gráfico, entre otros. Este módulo contuvo variables como: motivos para la creación de un perfil, identificación en las cuentas, elementos públicos en el perfil, fotos publicadas, material compartido. Para la consecución de este objetivo se establecieron 17 preguntas.
- **Segundo módulo:** Se buscó establecer las dimensiones virtuales y no virtuales en las que mueven las y los estudiantes y manifiestan sus intereses, idealizaciones, teniendo como variables la frecuencia con la que ingresan a Facebook, qué es lo más le llama la atención al ingresar, actividades que se realizan, pertenencia a grupos, entre otras, a través de 15 preguntas.

- **Tercer módulo:** Compuesto por 18 preguntas, este módulo buscó establecer un contraste o coherencia entre la identidad virtual y la identidad social que los encuestados reflejan, a través de variables como las solicitudes de amistad aceptadas, interacciones cara a cara y virtual, intimidad en Facebook, entre otras.

Con esta estructura final, las encuestas fueron aplicadas dentro de las instalaciones del Campus Carvajal, de la Universidad del Valle, Sede Norte del Cauca en diferentes zonas: cafetería, mesas de trabajo y salones de clases. Las y los estudiantes que participaron en la encuesta, estuvieron dispuestos a realizarlas, sólo que la cantidad de preguntas fueron dispendiosas como muchos de ellas y ellos lo expresaron.

Las 50 encuestas propuestas, fueron aplicadas las dos primeras semanas del mes de diciembre del año 2014, correspondiente al periodo académico 2, aunque las pruebas pilotos se ejecutaron una semana antes, en el mes de noviembre. Cabe destacar que las pruebas pilotos fueron útiles para replantear algunas preguntas, con el fin de quedar más entendibles para las y los estudiantes, asimismo para estimar el tiempo requerido para el diligenciamiento de la encuesta y cómo se sentían frente al formulario.

La información obtenida fue procesada a través del programa (software) estadístico SPSS V19, para facilitar la lectura analítica de los datos cuantitativos.

La entrevista semi-estructurada por otro lado, fue diseñada y aplicada con 39 preguntas, según cuatro ejes elaborados a partir de los objetivos propuestos en esta investigación, que buscaron responder a la pregunta general.

La aplicación de las entrevistas, tuvo el propósito de identificar por medio del lenguaje verbal y no verbal de las y los estudiantes, qué significancia y papel tiene Facebook en la constitución de su “Yo soy” y lo que enseñan de sí mismos a los otros. Por lo tanto, las entrevistas realizadas tuvieron lugar en el Campus Carvajal

de la Universidad del Valle, Sede Norte del Cauca, donde se encontraba el estudiantado y fue más óptimo realizar los diálogos correspondientes.

A través de las entrevistas semi-estructuradas, se logró establecer con las y los estudiantes un tipo de acercamiento que permitió fluidez en las conversaciones, un entendimiento eficiente tanto de las preguntas como de las respuestas y de hecho, ampliar las percepciones sobre el fenómeno Facebook que hoy desentraña innumerables especulaciones.

1.5 Unidad de análisis y muestral

Muestreo cuantitativo

La población sujeto de estudio fueron estudiantes activos durante el periodo 2014 de Trabajo Social de la Universidad del Valle, Sede Norte del Cauca, específicamente en el municipio de Santander de Quilichao. Para dicho periodo estimado hubo 119 estudiantes distribuidos por los semestres 6, 8 y 10.

- **Muestra definitiva para el componente cuantitativo:**

Se encuestaron 60 hombres y mujeres. Resultado de un muestreo probabilístico porque: "[...] Todos los sujetos tienen la misma probabilidad de entrar a formar parte del estudio. La elección se hace al azar." (Fuentelsaz, 2004, p, 11). La n (población) definitiva, se supeditó al ejercicio de aleatoriedad, procurando y logrando el 50% del total del Universo, garantizando representatividad.

La población encuestada se distribuyó de la siguiente manera:

Semestre	Hombres	Mujeres	
6	2	0	
8	1	34	
10	5	18	
Total	8	52	60

Muestreo cualitativo

Se aplicó un muestreo por “conveniencia”, considerando que sus características genéricas facilitan el acceso a la población sujeto de estudio de acuerdo a la proximidad que hay con ésta. Por lo tanto este tipo de muestreo fue conveniente para este estudio ya que al ser parte como investigadoras del programa de Trabajo Social, hay más cercanía con las y los estudiantes además de compartir desde el mismo lugar social (Universidad del Valle, Sede Norte del Cauca).

En este sentido se estableció un criterio para hacer parte de la muestra y éste fue:

- Ser estudiante regular - activo de Trabajo Social, en el periodo 2 – 2014.

Con dicho criterio ya establecido, se realizaron 7 entrevistas semi-estructuradas distribuidas de la siguiente forma:

Sexo	Hombre	Mujer	
Semestre 6	1	0	
Semestre 8	2	1	
Semestre 10	1	2	
Total	4	3	7

Tanto como el modelo de investigación como las técnicas para la recolección de los datos utilizadas en esta investigación, fueron pertinentes ya que permitieron escudriñar la identidad como ente destacable en nuestra era moderna y Facebook como uno de los fenómenos más sobresalientes de la revolución de las tecnologías, internet y redes sociales. De acuerdo con las encuestas y entrevistas aplicadas, fue posible tener un acercamiento con las y los estudiantes, obteniendo información directa y útil para responder a la pregunta de investigación y emerger nuevos conocimientos.

1.6 Categorías de análisis

Para el desarrollo coherente y lógico de esta investigación, se plantearon cuatro categorías de análisis según los objetivos propuestos, con el fin de precisar aquellas dimensiones que lo integran:

- ***Contenido privado, informático y gráfico:*** se refiere a todo aquello que las y los estudiantes exponen en sus perfiles de Facebook, tanto sus datos personales como sus experiencias de vida. Asimismo, esta categoría contempla la discusión que se genera a partir de lo público y lo privado.
- ***Información virtual y no virtual identificada:*** esta categoría hace referencia a la coherencia o no entre la información virtual y no virtual de las y los estudiantes, como un foco de atención para puntualizar a qué llamamos realidad.
- ***Sentido y significado de sí mismos y el de sus contactos:*** es una categoría que reúne aquellas percepciones y opiniones de las y los estudiantes sobre su autodefinición dentro de la red social Facebook y la definición de sus contactos, de acuerdo a la información consignada en sus perfiles.
- ***Formas de expresión:*** como última categoría de análisis, ésta se refiere a los estilos que apropian las y los estudiantes para manifestarse en Facebook, transmitiendo a los otros algún tipo de mensaje y qué los moviliza a hacerlo.

1.7 Matriz operativa

Objetivos específicos	Categoría	Subcategoría	Método
Describir el contenido privado, informativo y gráfico que exponen las y los estudiantes en sus cuentas de Facebook.	Contenido privado, informativo y grafico en sus cuentas de Facebook	Tipo de información explícita en el Perfil: alfabética, gráfica, fotográfica y numérica.	Cuantitativo (Encuesta) Variables: <i>Creación de perfil de Facebook, año de creación, formas de identificación, acceso libre a la cuenta de perfil, medio de ingreso a la cuenta, cantidad de perfiles, elementos públicos en Facebook, imagen de perfil, publicación de fotografías, publicación de videos,</i> Cualitativo (Entrevista) Variables: <i>Frecuencia en la publicación de material en Facebook, condiciones para publicar en los perfiles, herramientas usadas para publicar en Facebook, motivación para publicar, condiciones de privacidad.</i>

Establecer la relación; coherencia y/o contraste que existe entre la información virtual identificada y la información no virtual, que muestran las y los estudiantes.	Información virtual identificada y no virtual	Información expuesta en el Perfil de Facebook. Información no expuesta o modificada en la cuenta de Facebook.	Cuantitativo Variables: <i>Tiempo dedicado a “facebookear”, interés al revisar Facebook, actividad más realizada al ingresar a la cuenta, pertenencia a grupos presenciales y virtuales, medios más utilizados para interactuar, contactos establecidos fuera y dentro de la red,</i> Cualitativo Variables: <i>Exposición y visibilidad de la información personal en Facebook, actividades expuestas dentro y fuera de la red, publicación de estados emocionales, exposición de información no real y/o modificada en Facebook.</i>
---	--	---	--

Identificar el sentido y significado que tienen las y los estudiantes de sí mismos y el de sus contactos en sus cuentas de Facebook.	Sentido y significado de sí mismos y el de sus contactos.	Concepto de sí mismos que procuran reflejar a través de Facebook: estética, prácticas, círculos relacionales, logros, status. Concepto de los otros a través de lo que exponen en sus cuentas; estética, prácticas, círculos relacionales, logros, status. Status que se le da a las relaciones entabladas a través de Facebook. Reconocimiento de los otros a través de la producción, intercambio y consumo de la información expuesta.	Cualitativo Variables: <i>¿la información virtual muestra quién sé es?, influencia de Facebook en las características sociales, relaciones amorosas, sociales, académicas, entre otras, tanto virtuales como presenciales, intimidad, importancia de las publicaciones de los otros.</i>
Identificar las formas de expresión que usan las y los estudiantes en sus interacciones a través de Facebook.	Formas de expresión. Interacciones a través de Facebook.	Formas de emitir un mensaje como: uso de emoticones, palabras en otro idioma, imágenes. Identificación y tipo de contenido expuesto: noticias nacionales e internacionales, movimientos sociales, políticos, entre otros.	Cualitativo Variables: <i>Propósito de las publicaciones, herramienta y/o aplicaciones para transmitir un mensaje, tipo de publicaciones, uso de “me gusta”, reacciones frente a las publicaciones de los otros, vida íntima.</i>

CAPÍTULO II

Marco contextual

2.1 Características socio demográficas de Santander de Quilichao

Teniendo en cuenta la importancia del contexto como componente de toda investigación, se describe la zona donde se desarrolló la investigación haciendo un breve bosquejo de sus características generales.

Santander de Quilichao, es un municipio fundado El 16 de julio de 1755 mediante el acuerdo del 005 de junio 1 de 2006 donde se institucionalizó el nacimiento civil de Santander de Quilichao,³ este, se encuentra ubicado en el Norte del departamento del Cauca con una población de 80.282 según el Censo del Dane 2005, pero y según las proyecciones de esta misma entidad, se espera para el año 2013, 90.682 habitantes⁴, un crecimiento significativo durante 8 años. Este municipio es denominado pluriétnico y multicultural debido a la variedad de población mestiza, afrodescendientes e indígena que habitan este lugar y además se distingue por su economía que gira alrededor del comercio, la agricultura y la zona industrial que hoy son características de la zona.

Según información demográfica recolectada en 2011, Santander cuenta con, 36 barrios en la zona urbana, además su población está mayoritariamente entre los 0 y 24 años edad por lo que se le define como un municipio joven.⁵

³ Nuestro Municipio, Información general. Disponible en http://santanderdequilichao-cauca.gov.co/informacion_general.shtml#historia 22 de octubre de 2013

⁴ Colombia. Proyecciones de población municipales por área disponible en https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06_20/ProyeccionMunicipios2005_2020.xls 22 de octubre de 2013 en

⁵ López Salazar, Dione, Secretaría de Salud Municipal, Municipio de Santander de Quilichao. Disponible en http://santanderdequilichao-cauca.gov.co/apc-aa-files/62386137326230633133316235303037/INFORMACION_DEMOGRAFICA_SANTANDER_DE_QUILICHAO_2011.pdf 23 de octubre de 2013

Por otro lado, la Universidad del Valle por ejemplo y en vista de la población joven que hay en el municipio llega a Santander en 1999 a través de la Asociación de Alcaldes del Norte del Cauca y la Gobernación para crear la sede donde pudiesen tener estudiantes de los 11 municipios del área.

Un aspecto muy importante que resalta de este importante suceso en el Norte del Cauca y es que:

“El desarrollo de la Ley 218 de 1995 o Ley Páez, motivó la creación de los Parques Industriales, y paralelamente se fueron desarrollando pequeñas unidades de negocios que demandaban permanentemente orientaciones administrativas y técnicas en sistemas, que les permitiera competir y prestar un mejor servicio; fue así como a través del estudio de factibilidad se definió la oferta académica de administración de empresas, Contaduría Pública y Tecnología en Sistema de Información.”⁶

3.2 Contextualizando Facebook

Ahora bien, es necesario contextualizar y conocer un poco más de la red social Facebook que aunque no es un sitio físico, tiene unas dinámicas sociales y relacionales que permiten recopilar su historia en la vida real y describirla en su contexto virtual.

Facebook o *Facemash* llamado en ese entonces, es un sitio web gratuito de redes sociales creado en el año 2003, por Mark Zuckerberg, el cual ya era conocido en el campus universitario de la tan reconocida Universidad de Harvard. De acuerdo con Kirkpatrick (2010) quien hace un recorrido sobre la historia de esta red social y sus formas de expansión, Facebook se convirtió en un hobby para los estudiantes de la Universidad de Harvard y luego debido a su utilidad se expandió a otras Universidades de los Estados Unidos. Fue así como el 2006 se convirtió en un año decisivo, de grandes oportunidades para los creadores de esta red social debido a que su acogida se dio de forma masiva, pues no solo llegó a Universidades sino que fue accesible casi de inmediato en diversas instituciones también de

⁶Disponible en <http://nortedelcauca.univalle.edu.co/resena.htm> 15 de abril de 2013

secundaria y del extranjero, logrando en poco menos de dos años, 11 millones de usuarios y dos años más tarde, conquistó a adolescentes desde los 13 años que poseían un correo electrónico. Fernández asegura que Facebook:

"[...] se expande, pasando de estar dirigida a una población académica a una población general. En agosto de 2006 Facebook abre sus puertas a toda la población". (Fernández 2011, p, 36).

Asimismo Kirkpatrick (2010) menciona, que para el 2007 Facebook llegó a tener 19 millones de miembros, la mayor cantidad de usuarios registrados comparado con otros sitios web perfilados para universitarios, además se le agregaron funciones como los mensajes por medio del celular, se modificaron los perfiles y aparecieron las páginas promocionales. Para 2008 se agregaron las etiquetas con las cuales se lograban identificar a las personas al mismo tiempo que se compartía información de lugares y eventos, asimismo aparece en este año una de las aplicaciones más importantes de Facebook: el chat, que permite mantener conversaciones en tiempo real. Además para el 2008, Facebook no solo se expande debido a sus aplicaciones sino también a los lugares donde rápidamente llegó; se crea una versión en francés, alemán y español, cruzando de esta manera fronteras, facilitando el uso de esta red por una amplia comunidad de personas diferentes.⁷

Para el 2009, Facebook pensando en la seguridad de sus usuarios y usuarias agrega controles de privacidad y enseña a éstos a clasificarlos por grupos y darles un nivel diferente para manejar sus datos personales y contenido de los perfiles, Además para este año:

"se añade la opción de "Me Gusta, por medio de la cual puedes comentar en las publicaciones de otros usuarios y hacerles saber que te gusta dicha publicación. Además, otra de las aplicaciones lanzadas durante este 2009 es la de nombres de usuarios, que permite que sea más fácil encontrar el perfil de cada usuario dándoles una dirección web" (Fernández 2011, p, 39).

⁷Disponible en http://www.cad.com.mx/historia_de_facebook.htm 15 de Octubre de 2013.

Para el siguiente año los gestores de Facebook decidieron llevar a esta red social a otro nivel, confiriendo a éste información de sitios turísticos, lugares comerciales, cualquier tipo de actividad o información necesaria para ubicar a un contacto dentro de una ciudad o país;

"En el año 2010 lo más destacado en cuanto a aplicaciones es que se puso en marcha "Lugares" que te permite saber qué actividades, espectáculos, restaurantes, clubes hay cerca de ti, basado en los datos de ubicación que proporciones a Facebook." (Ibíd., 2011).

Desde el momento que se hizo su apertura en español, Facebook ha logrado cautivar a jóvenes y adolescentes a la vez que recluta usuarios de mayores edades; para el caso de Colombia, esta red social se ha convertido en el sitio web con mayor utilización por las y los ciudadanos, según el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MINTIC), para el año 2012, Colombia ocupó el lugar número 14 a nivel mundial en el uso de Facebook con más de 15 millones de usuarios, mientras que Bogotá fue la novena ciudad del mundo con una cifra cercana a los 6.5 millones.⁸ Hoy la cifra ha aumentado considerablemente según Owloo⁹ (2015), a la fecha Facebook posee 24.000.000 millones de usuarios en Colombia ocupando el puesto número 17 a nivel mundial, de esta cantidad de usuarios el 50% son mujeres y el otro 50% hombres, y la cantidad de usuarios más alta comprende a jóvenes entre 18 y 24 años.

Facebook se ha convertido en una herramienta no solo de comunicación sino también de mercadeo y publicidad, volviéndose inherente al uso de internet, como lo menciona Kirkpatrick (2010):

"Si eres usuario de internet es cada vez más probable que utilices Facebook. Es el segundo sitio más visitado, después de Google [...] E incluso a pesar de todo su crecimiento, el número de gente allí aumenta a un ritmo asombroso" (p. 26)

⁸ Informe trimestral por departamento del MINTIC, Disponible en <http://colombiatic.mintic.gov.co/602/w3-article-8655.html> 22 de abril de 2015.

⁹ Owloo es una big data startup que procesa más de 40 millones de datos por mes y que dedica sus esfuerzos en analizar, monitorear y comparar los datos analíticos de las redes sociales.

Según la anterior precisión, las probabilidades de que los cibernautas usen Facebook son altas debido no solo al crecimiento de esta red, sino también al interés que ha generado dentro del mundo virtual. Se le suma el hecho de que la cobertura y el consumo de internet en Colombia, ha crecido de una forma significativa, llegando a diferentes lugares del país.

Teniendo en cuenta que en la Universidad del Valle, Sede Norte del Cauca, se encuentran estudiantes procedentes de distintos municipios de los departamentos del Cauca (Santander de Quilichao, Puerto Tejada, Villa Rica, Caloto, Mondomo) y del Valle del Cauca (Cali, Jamundí), es necesario mostrar las cifras que dan cuenta de los suscriptores a internet que se reportan en estos dos territorios. Según el informe trimestral por departamento del MINTIC el Cauca para el cuarto trimestre de 2014 tuvo 56672 comparado con el tercer trimestre de 49069, es un crecimiento significativo, teniendo en cuenta que su población para este año es de 1.336.937 según el DANE. De acuerdo con estos datos, el Cauca representa nacionalmente el 4,15% de suscriptores a internet dedicado en cuarto trimestre del 2014.

Santander de Quilichao, sede de la Universidad del Valle en el Norte del Cauca, es el segundo municipio del Cauca con mayores suscriptores a internet representando el 6.48%, seguido de Puerto Tejada con 4.70%.

En el Valle del Cauca como lugar de procedencia de algunos (as) estudiantes de la Sede del Norte del Cauca, se registran 55413 suscriptores a internet para el cuarto trimestre, un poco menos que el departamento del Cauca, pero a nivel nacional lo supera con un porcentaje de 12.13. Cali y Jamundí ocupan el segundo y cuarto lugar respectivamente, con más suscriptores a internet dentro del departamento con 15.64% y 13.46%,¹⁰ respectivamente.

Lo que demuestran estos porcentajes es que internet se ha expandido de una forma acelerada y llamativa y que tiene un consumo significativo dentro de las

¹⁰ Todos los datos aquí consignados sobre los datos estadísticos por suscripción a internet en los últimos trimestres del año 2014, fueron extraídos Informe trimestral por departamento del MINTIC, Disponible en <http://colombiatic.mintic.gov.co/602/w3-article-8655.html> 22 de abril de 2015.

actividades que realizan las y los ciudadanos, ya sea por ocio, curiosidad y por qué no, se haya convertido en una necesidad. Sea cual sea el caso, se reafirman los planteamientos de Kirkpatrick (2010) al precisar que con el hecho de explorar internet, las probabilidades de ser usuaria y usuario de Facebook son bastantes altas, siendo una de las redes sociales más visitadas en la actualidad.

En suma, muchos catalogan a Facebook como la destrucción de la identidad individual, también de su modificación y/o su ampliación, sin embargo día a día y pese a las amenazas hacia la estabilidad emocional que muchos temen, esta red social sigue siendo utilizada por millones de personas para quienes, éste se convierte en una posibilidad de aumentar sus ingresos, dar a conocer sus talentos y no estar solos, entre otros muchos usos que sus usuarias y usuarios le dan. Facebook ha pasado como ya se ha planteado, múltiples cambios tanto de imagen como estructurales y cuando hablamos de esto, nos referimos a aspectos relacionados con la privacidad, exposición y difusión de datos personales, fotografías, estados, entre otros.

A pesar de las críticas a Facebook y el gran temor que existe hacia la pérdida de autonomía, autoestima e identidad, esta red sigue estando en el lugar más alto del pódium, aunque muchos le auguraban inestabilidad, en estos años esta red ha sabido sortear los altibajos y sigue incidiendo en la cotidianidad de sus usuarias y usuarios. Tan fuerte ha sido la incidencia de esta red social en la vida de adolescentes y jóvenes y porque no de adultos, que además, de mejorar el nivel de privacidad también han debido tomar cartas en el asunto y como parte de su responsabilidad social hoy por hoy adelantan programas preventivos ante casos de depresión y Bullying, baja autoestima, entre otros que han perturbado la vida de muchos cibernautas de la red.

Facebook se ha convertido en una gran máquina publicitaria por lo que se ven venir muchos años más de prosperidad para esta, además su incidencia puede ser cada vez más fuerte ya que se unen usuarios a la red convirtiéndola en una especie de ciudad cibernética donde es posible comunicar cualquier eventualidad.

CAPÍTULO III

MARCO DE REFERENCIA CONCEPTUAL

Para el desarrollo de esta investigación, fue necesaria una búsqueda de planteamientos teóricos pertinentes que sustenten las dinámicas que anteceden y permanecen cuando hablamos de identidad y de su construcción. En tanto, se hace una exposición e integración de conceptos y postulados desde diferentes ciencias y disciplinas para comprender cómo nuestras experiencias han sido estudiadas y analizadas desde las incidencias de y para la realidad.

3.1 Desde el enfoque funcionalismo estructural.

Además del desarrollo y definición de los conceptos pertinentes, este estudio se sitúa sobre la teoría del funcionalismo estructural de Talcott Parsons, expuesto por Ritzer (1993) donde muestra cómo ésta, da un enfoque general y macro de los fenómenos sociales, estableciendo la sociedad como un sistema social donde sus partes contribuyen a su funcionamiento. Esta postura plantea además, que el sistema existe en equilibrio, dado que un cambio en una parte, puede afectarlo en su totalidad estableciendo una relación interdependiente de todos los ámbitos que lo componen.

“Los sistemas tienden hacia el automantenimiento, que implica el mantenimiento de fronteras y de las relaciones entre las partes y el todo, el control de las variaciones del entorno, y el control de las tendencias de cambio del sistema desde su interior.” (Ibíd. 118)

Asimismo y dentro de este esquema, el sistema social como eje fundamental del funcionalismo, se entiende:

“-reducido a los términos más simples- consiste, pues, en una pluralidad de actores individuales que interactúan entre sí en una situación que tienen, al menos, un aspecto físico o de medio ambiente, actores motivados por una tendencia a «obtener un óptimo de gratificación» y cuyas relaciones con sus situaciones –incluyendo a los demás actores- están mediadas y definidas por un sistema de símbolos culturalmente estructurados y compartidos.

Así concebido, un sistema social es solo uno de los tres aspectos de la estructuración de un sistema total concreto de acción social. Los otros dos aspectos son los sistemas de personalidad de los actores individuales y el sistema cultural que se establece en sus acciones.” (Como se cita en Ritzer 1993, p, 119)

Por lo anterior anotado, se pretende en este estudio comprender que las dinámicas sociales han sido estudiadas y comprendidas desde diversas posturas que explican y establecen la realidad. Y no fuera de ello, el concepto de identidad hace parte de los escenarios o ámbitos fundamentales que constituyen el sistema social y por tanto lo define.

3.2 Desde la motivación

Si bien se ha establecido un sistema social dentro del cual nos desenvolvemos, es pertinente darle un espacio en este estudio, a aquellas dimensiones propuestas desde la psicología para comprender asimismo las acciones de los seres humanos.

Maslow (1987) como máximo exponente de la teoría de la motivación, establece que:

“[...] el individuo es un todo integrado y organizado. Debemos tener en cuenta” esta realidad experimental y teórica para hacer posible una teoría y experimentación consistentes de la motivación. En esta teoría dicha proposición significa muchas cosas concretas. Por ejemplo, significa que todo el individuo está motivado no sólo una parte de él. En buena teoría, no existe tal cosa como una necesidad del estómago, de la boca o una necesidad genital. Solamente hay una necesidad del individuo.” (p. 3)

Por lo anterior, se puede entender que la motivación es un todo que lleva a los seres humanos a diferentes acciones y por tanto tener diversos comportamientos y actitudes. Pero estos comportamientos y de hecho esta teoría, está relacionada estrechamente con la aparición de las necesidades y de su satisfacción para establecer qué motiva a los seres humanos a realizar cualquier acción y tener diversas sensaciones. *“Las necesidades que se toman generalmente como punto*

de partida para una teoría de la motivación son los así llamados impulsos fisiológicos.” (Ibíd. 21).

La teoría de la motivación de Maslow permite dentro de este estudio, reconocer que algunas dinámicas sociales como las elecciones que hacemos ante diferentes estímulos, son explicadas desde lo que nos integra como seres humanos.

3.3 Identidad

Es ahora pertinente exponer, el concepto de identidad apropiado fundamentalmente en la modernidad, ya que si bien, es un fenómeno complejo y amplio, hace parte del sistema social porque integra una de sus partes que dan cuenta de la realidad. La identidad se ha definido coloquialmente desde los rasgos que una persona toma y muestra y con ello, dice ser quien es. Tal concepto ha sido explicado desde distintas posturas tanto sociológicas como psicológicas, dando cuenta de las dinámicas sociales y personales de los seres humanos y donde su definición va más allá de las características expuestas por uno o más individuos.

Si se analiza la identidad desde la sociología, nos encontramos definiciones más amplias tal como la que hace Castells (2000) y precisamente orientará esta investigación:

“Por identidad, en lo referente a los actores sociales, entiendo el proceso de construcción del sentido atendiendo a un atributo cultural, o un conjunto relacionado de atributos culturales, al que se da prioridad sobre el resto de las fuentes de sentido.” (p, 28)

Y *“Defino sentido como la identificación simbólica que realiza un actor social del objetivo de su acción.” (Ibíd. 29)* Lo que permite entender esta definición, es que la identidad como construcción, es una elección de una o más propiedades que van a depender de lo que los actores sociales decidan apropiar y ante todo de lo que su medio social le ofrezca.

Dentro de la misma definición, Castells continúa argumentando que:

"Para un individuo determinado o un actor colectivo puede haber una pluralidad de identidades. No obstante, tal pluralidad es una fuente de tensión y contradicción tanto en la representación de uno mismo como en la acción social." (Ibíd. 28)

Entonces y tal como lo menciona Castells, no es hablar solo de una identidad, sino reconocer que puede haber más expresiones identitarias de una única persona y que está relacionado con la estructura cultural donde se conjugan el tiempo y el espacio, además de convertirse al mismo tiempo en un desafío al momento de manifestarla.

Teniendo en cuenta la anterior argumentación sobre la pluralidad de la identidad, se encuentran demás planteamientos desarrollados desde esta misma postura;

"Las identidades son construcciones históricas y como tales, condensan, decantan y recrean experiencias e imaginarios colectivos. Esto no significa que una vez producidas, las identidades dejen de transformarse. Incluso aquellas identidades que son imaginadas como estáticas y ancestrales, continúan siendo objeto de disímiles transformaciones." (Castellanos, Grueso y Rodríguez 2009, p, 63)

Con esta definición, se entiende que la identidad o identidades como sugieren los anteriores autores, son construcciones que recoge la historia de los actores y sus experiencias colectivas. Esto pone de manifiesto que dichas construcciones y apropiaciones no son aisladas de la cultura sino que conservan una estrecha relación interdependiente que van transformándose de acuerdo al momento en que se encuentren los actores sociales.

Y si es de asociar el concepto con el entorno y la cultura, autores como Almudena (2002) sustentan la relación de los individuos con su medio social como reconocimiento de las características que los hacen ser quienes son, éste autor define que:

"La identidad, por tanto, es antes que otra cosa, "identidad social o cultural", pues se construye en interacción con otros seres humanos y dadas unas concretas condiciones materiales de vida. La identidad implica una negociación con la realidad, la puesta en activo de una determinada forma de estar en el mundo que haga posible la supervivencia efectiva de los seres humanos. Por eso se transforma constantemente, dependiendo de las condiciones de supervivencia, de los riesgos que cada grupo humano haya de afrontar." (p, 50)

Esta definición permite entender el concepto como un proceso que se construye, es decir que una persona en interacción con su medio y los desafíos de éste, establece quién es y se reconoce. Por ello no podría ignorarse el contexto y la historia de vida de los individuos como elementos fundamentales en la apropiación de una forma de ser.

No muy alejado del anterior argumento, autores como León y Rebeca Grinberg (1980) exponen que [...] *“la identidad es la resultante de un proceso de interrelación de tres vínculos de integración: espacial, temporal y social respectivamente.”* (p, 23) Este reconocimiento desde la Psicología, permite incluir dentro de la autodefinición y definición de un individuo más variables que ayudan a construir el concepto y el proceso de identidad. Las personas establecen relaciones con aquello que les rodea, pero finalmente la decisión que toman sobre qué adoptar, va a depender de una ó más concepciones individuales y de lo que su entorno le brinde.

Y el establecer una interacción con el medio social que rodea al actor social, también implica mencionar que:

“La identidad no es una construcción social estática, sino que está sujeta a una dialéctica continua de construcción y reconstrucción, pero que requiere de continuidad en el tiempo.” (Guerrero 2002, p, 105)

Con ello se adjunta que la identidad no es la misma en todas las etapas de vida, se sostiene porque hay unos rasgos que la configuran, pero a medida que avanza el tiempo y las transformaciones de nuestras épocas, ésta varía para adaptarse a su ciclo y sostenerse. Además:

“La identidad, al tornarse visible y manifiesta ante sí y ante los demás, posibilita que podamos ser percibidos y reconocidos como distintos; una identidad no reconocida por los “otros” carece de existencia social real.” (Ibíd.)

Por su parte Contreras (2003) menciona y quien se refiere a las dinámicas de la modernidad que:

“[...] la identidad pasa a ser el resultado de un proceso reflexivo de construcción por parte de los actores sociales, y deja de ser tan solo una cuestión de

pertenencia dada a un grupo en función de credo, raza, nación, clase social o lugar de residencia.” (p, 26)

Lo anterior, se hace relevante en la medida que la identidad es vista como un proceso reflexivo, donde los actores sociales tienen participación directa en la elección de nuevos elementos para decidir quiénes son y reconocerse ante los demás y sobre todo en la era en que hoy se encuentran.

Dichas transformaciones y exigencias que surgen en el medio social están acompañadas de las herramientas que han utilizados los seres humanos para cumplir con las exigencias de este mismo y por ello Bolívar (2006) define que la identidad:

“Es la expresión de una serie de procedimientos y técnicas que han orientado el comportamiento de los grupos humanos y que han delimitado unos campos de experiencia. La identidad es una forma novedosa de autoexperimentarse.” (p, 19)

Este argumento más colectivo, permite identificar que para la expresión de sí mismos, es implícito un conjunto de elementos asociados sobre todo a la cultura, que guían las formas en que los individuos se comportan y en ese sentido, quiénes son, en relación a sus experiencias.

“[...] la identidad no es una “simple” e “ingenua” proyección de lo que “ya se era” sino una apuesta por redefinir y/o actualizar las condiciones de la jerarquizada y estructurada interacción social” (Ibíd. 19)

Estos planteamientos que amplían la noción del concepto de identidad, son al mismo tiempo el reflejo de las exigencias que trae consigo las transformaciones de las épocas, es decir, que cada uno de éstos comprende que los individuos o actores sociales están siempre explorando y así apropian aquello que los va a definir, pero teniendo en cuenta la variedad que el tiempo y el espacio les ofrece y las posibilidades de acceder a un mundo y apropiarlo.

Y si bien se resalta la relación del y los individuos con su medio como una expresión de la identidad y en suma, su cultura, también podría verse o relacionarse como lo hacen otros autores desde una necesidad.

Esta el caso de Bestard quien haciendo alusión y analizando las paradojas que emergen en la modernidad permite identificar que [...] *“la identidad es el lugar de la tradición de la necesidad histórica y de lo colectivo”* [...] (1998, p, 30). Desde lo que expone este autor, se puede deducir que la identidad se expresa a través del sentir de las personas quienes necesitan adquirir aquello que compone su historia y que ya ha sido y es compartido, por lo tanto dicha definición se ubica dentro de un tiempo y en las relaciones que se crean con el entorno.

Entender la identidad también como una necesidad, permite establecer la importancia que tiene ésta dentro de la vida de los individuos en situaciones sociales y que llenan de sentido sus acciones. Ya que hablar de necesidad implica una carencia, podría decirse que la identidad es vital para que el individuo se sienta realizado y pueda sostenerse en un tiempo y un espacio, es un proceso evidente y clave dentro de la historia de la humanidad.

Para constatar lo anterior Almudena (2002), ya antes citado, hace otra definición muy acorde a la importancia del concepto como fundamental en la vida humana.

“[...] la identidad es el principal recurso humano para generar la imprescindible sensación de seguridad y orientación que hace posible actuar eficazmente en el mundo en que vivimos.” (p, 50)

Este argumento sitúa la identidad en aquellos procesos donde las personas, encuentran un lugar físico e imaginario dónde y cómo desenvolverse expresando y dando a conocer las características que los hace ser quiénes son y por tanto adaptarse a un mundo en todo el sentido, que como posibilita, exige.

Taylor (1996) por su parte hace una definición de identidad, donde la refiere a un marco dentro del cual el ser humano determina lo que es valioso para él y a lo que se opone, resumiendo que ésta [...] *“es el horizonte dentro del cual puedo adoptar una postura.”* (p, 43) y continua exponiendo que *“Lo que soy como un yo, mi identidad, está esencialmente definido por la manera en que las cosas son significativas para mí.”* (p, 50)

Con este planteamiento, se puede inferir que aquello que apropia un actor social es al mismo tiempo lo que para él tiene relevancia, es decir, que la identidad se va a definir desde lo que específicamente éste adopta para sí, de un conjunto de posibilidades. Lo anterior cobra importancia ya que se tiene en cuenta que no con todo lo que nos rodea, es lo que nos identifica, sino particularmente con lo que tiene valor para nosotros.

En este sentido, éste estudio se fundamentará en que si bien, los individuos tienen un nombre, diferentes rasgos, la identidad va más allá de la unicidad y se entiende a partir de las interacciones y relaciones que los actores sociales establecen con su medio social teniendo en cuenta el tiempo y el espacio, la apropiación que de éste construyan y llenen de sentido y además, del reconocimiento de y por los otros como eje fundamental del “yo soy”.

Esto entonces abre la puerta a la investigación puesto que *“la intensa atención prestada hoy en día a la cuestión de la identidad es en sí misma un hecho cultural de gran importancia”* (Bauman 2002). La identidad hoy por hoy se ha convertido en una idea fuerza en las Ciencias Sociales y humanas, ya que incide en las nociones significativas del ser humano, nociones culturales e interpersonales, que tienen una gran importancia pues al ser interiorizadas por el sujeto, éste es capaz de alcanzar apreciaciones y connotaciones muy extensas sobre sí mismos y los demás.

3.4 Construcción de la Identidad

La identidad o identidades como plantean algunos autores, además de definirse como los atributos que una persona adquiere para establecer quién es, ponen de igual importancia cómo ésta se construye, es decir, qué elementos están presentes para su constitución.

En este sentido hay planteamientos que argumentan que:

“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.” (Castells 2000, p, 31)

Lo anterior, hace una relación estrecha entre los individuos y su medio social como el epicentro que ofrece las alternativas posibles para autodefinirse, aunque y como lo menciona Castells, también se toma en cuenta lo que ya está dado como la biología, pero que se conjuga con todo aquello que se construye en sociedad de acuerdo al espacio que se ocupe y el tiempo en que se esté.

Y si bien, se está de acuerdo en que la identidad se construye dentro de una dimensión espacio/temporal, esto consolida una realidad ya que los individuos y grupos necesitan interactuar con su medio, experimentando lo que hay en él, aunque no todo como argumenta Almudena (2002), pero sí aquello que cobra sentido y su importancia.

“[...] el punto de partida para comprender cómo se construye la identidad es atender al grado de control de material sobre la realidad (entendido como la capacidad de previsión, predicción y control de sus fenómenos) que cada grupo humano tenga. Dependiendo de ello, cada grupo humano percibirá sólo una parte de la realidad, aquella que cree poder controlar, de forma que todos nos sentimos igualmente seguros y confiados en ella a pesar de que la controlamos en grados distintos y nunca suficientes. Es decir, cada grupo humano contempla un porcentaje distinto de fenómenos de la totalidad de los posibles, y además, les da significados distintos. Ningún grupo contempla la totalidad de los fenómenos de la naturaleza humana o no humana. Si lo hiciéramos, la angustia que se derivaría de nuestra impotencia, de la conciencia lúcida de la pequeñez esencial de lo humano, impediría el desarrollo de recursos que garantizaran nuestra supervivencia. De ahí que pueda decirse que los seres humanos vivimos en mundos distintos, pues los construimos socialmente a la medida de nuestra capacidad de controlarlos.” (Almudena, p, 51)

Este control que sustenta Almudena, realmente es entendible dentro de la época en que vivimos, con aquel fenómeno de la globalización y la restructuración de los modelos económicos y de producción, de los sistemas políticos y sociales parece ser que todo está a nuestro alcance, pero no todo lo podemos obtener y manejar. La identidad por lo tanto, se construye de acuerdo a lo que los individuos pueden controlar y en esa medida lo apropian convirtiéndose al mismo tiempo en el insumo necesario para saber y establecer quién es.

Afirmar además que el control que se puede ejercer sobre las situaciones, objetos, entre otras, va a depender del medio, es válido al reconocer que la estructura social es fundamental para que se construya la identidad e identidades que tan específica tarea les es a los individuos. Es así como Berger y Luckmann (2003) plantean que:

“La identidad se forma por procesos sociales. Una vez que cristaliza, es mantenida, modificada o aun reformada por las relaciones sociales. Los procesos sociales involucrados, tanto en la formación como en el mantenimiento de la identidad, se determinan por la estructura social.” (p, 214)

Según lo anterior, la identidad e identidades se forman a través de procesos sociales, pero si se relaciona con las dinámicas de nuestro contexto actual, éste elemento ya no es tan exclusivo de las interacciones cara a cara, también se genera por otro tipo de medios como las interacciones virtuales. Teniendo en cuenta y como lo sostienen Berger y Luckmann (2003) la estructura social va a determinar las definiciones de los sujetos y lo que precisamente ha caracterizado y nombrado la modernidad son las transformaciones en dicha estructura, que hoy muestran diferentes medios para relacionarse con los demás.

Y reconociendo el papel fundamental que tienen los otros en el establecimiento del quién soy, Barbero (2003) sostiene que:

“La identidad se construye en el dialogo y el intercambio, ya que es ahí que individuos y grupos se sienten despreciados o reconocidos por los demás. Las identidades modernas –al contrario de aquellas que eran algo atribuido a partir de una estructura preexistente como la nobleza o la plebe- se construyen en la negociación del reconocimiento de los otros.” (p, 13)

Ya no sólo se tiene en cuenta las dinámicas de la estructura social sino también, los procesos desarrollados por los individuos a fin de ocupar un espacio, un determinado rol y que éstos sean al mismo tiempo, reconocido por los otros. Si no hubiese un intercambio con los otros, la construcción de la identidad podría carecer de sentido ya que el relacionarse, posibilita y fundamenta la definición del sí mismo. Si los demás no me reconocen con mis particularidades, mi identidad

estaría siendo invisibilizada y de hecho, el individuo no podría desarrollarse efectivamente.

Y si se plantea la construcción de la identidad relacionada con el desarrollo y proceso humano, desde la psicología, ésta, aunque más asociada al desarrollo individual, argumenta que:

“la formación de la identidad, es un proceso que surge de la asimilación mutua y exitosa de todas las identificaciones fragmentarias de la niñez que a su vez presupone un contener exitoso de las introyecciones tempranas” (Grinberg 1980)

El individuo personaliza sus acciones y conductas basándose en lo que adquirió en su niñez y las historias que vive a diario, las cuales marcan su biografía, que es sin lugar a duda donde se comienza a crear y/o modificar la identidad.

Ahora bien la identidad como ya se ha mencionado, toma sentido en lo colectivo y en la individualidad y no tiene un orden único de constituirse, porque para la conformación colectiva no solo es necesario la aprobación del individuo y todo lo que trae consigo, sus acciones y su forma de ser, sino también presupone la existencia de otros que experimenten modos de vida, valores, costumbres e ideas diferentes. La conformación de nuevas identidades está ligada a sujetos comunicándose activamente e interviniendo en espacios socioculturales. (Ibíd.)

3.5 “Yo soy”

La identidad por lo tanto es una construcción en permanente estado de cambios, ya que los actores sociales toman lo que en su momento le ofrece el contexto, asumiendo esta postura e infiriendo que sólo lo significativo es lo que constituye las características que acompañan el “yo soy”, es necesario ahora, por qué los otros son tan importantes para que la identidad cobre valor y existencia real.

Como la búsqueda individual de la identidad es característica emergente en la modernidad, es preciso establecer a qué nos referimos cuando hablamos de “yo soy”, desde Goffman (1989) por ejemplo bajo el concepto de «sí mismo», éste es:

“[...] 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.” (p, 268)

Es así como establezco *quién soy* reconociendo que para ello, los otros, los observadores, son quienes reciben mis esfuerzos por intentar dar a conocer lo que considero que soy y también anhelo ser. *“Si no tratáramos nunca de parecer algo mejor de lo que somos, ¿cómo podríamos mejorar o «formarnos desde afuera hacia dentro?»”* (Ibíd. 46) Es por esta razón además, que la identidad no puede desprenderse de su condición social y cultural porque éste es precisamente su escenario de construcción y desempeño.

Siguiendo a Goffman (1989) y desde la postura que implica el reconocimiento del papel de los otros y las implicaciones que hay en el *dar y recibir* en el proceso del intercambio social:

“[...] cuando un individuo aparece ante los otros sus acciones influirán en la definición de la situación que ellos llegaran a tener. A veces el individuo actuará con un criterio totalmente calculador expresándose de determinada manera con el fin de dar a los otros la clase de impresión que, sin duda, evocará en ellos la respuesta específica que a él le interesa obtener.” (Ibíd. 18)

Este proceso en que actuamos frente a los otros con el propósito de dejar determinadas impresiones, constituyen asimismo construcciones de identidad, tomamos lo que es significativo para nosotros del abanico de nuestro medio y lo apropiamos de tal forma que nos defina como un tipo de persona, desempeñando un rol y ocupando una estructura social. Y con respecto a lo anterior, si nos encontramos en un momento determinado como estudiantes, la sociedad espera que nuestra actuación sea acorde con ese estado y en ese sentido también nos preparamos para desempeñar nuestro papel. *“[...] un individuo que implícita o explícitamente pretende tener ciertas características sociales, deberá ser en realidad lo que alega ser.”* (Ibíd. 25).

De esta manera, se puede resaltar que para adjuntarle una definición a un individuo sobre su forma de ser y estar en el mundo, la presencia y el intercambio

con los otros, es fundamental a través de un elemento que Goffman (1989) ha llamado «Actuación» entendida como:

“[...] toda actividad de un individuo que tiene lugar durante un periodo señalado por su presencia continua ante un conjunto particular de observadores y posee cierta influencia sobre ellos.” (p, 33)

En este orden de ideas, nos encontramos frente a la categoría de nuestras formas de presentarnos y desenvolvernó en el medio social donde nos acompañan unos otros que Berger y Luckmann (1999) lo representan “*como una realidad interpretada por los hombres y que para ellos tiene el significado subjetivo de un mundo coherente*” (p, 165).

3.6 Sentido de las experiencias

Y como se ha planteado que la identidad posee características muy amplias dentro de las experiencias de vida de nuestro medio social, se hace pertinente establecer el concepto de sentido como un elemento intrínseco de las construcciones identitarias.

Como ya se había mencionado, Castells (2000) define sentido como “*la identificación simbólica que realiza un actor social del objetivo de su acción.*” (p, 29) y en ese sentido éste, permite que podamos decidir qué acciones llevaremos a cabo y por qué.

Asimismo Berger y Luckmann (1997) plantean que el sentido:

“no es más que una forma algo más compleja de conciencia: no existe en forma independiente. Tiene siempre un punto de referencia. El sentido es conciencia del hecho de que existe una relación entre varias experiencias”

Por lo tanto, hablar de sentido es estar consciente de una intención y acción a realizar, generando que los resultados sean cimentados sobre una decisión que ya sido elaborada y pensada. Es por ello que el concepto de sentido, direcciona y

comprende por qué los actores sociales actúan de determinadas formas y se entiende a partir de un estado consciente sobre experiencias vividas.

Así es como el “yo soy”, mi relación con los otros y por ende mi interacción con ellos y el medio, son portadores de identidad dejando emerger en nuestra sociedad tal pluralidad de tipos de personas que hoy son un foco de atención dentro de las ciencias sociales y humanas.

3.7 Entre lo privado y lo público.

Y dentro de nuestra sociedad, así como existen espacios para el desarrollo y sostenimiento de una y más identidades y por lo tanto del “yo soy”, hay que precisar que dichos espacios están marcados por dos ámbitos; lo privado y lo público que, aunque se definen de manera diferente, guardan una estrecha relación cuando se trata de ubicar y delimitar las acciones, posiciones y comportamientos tanto individuales como colectivos.

Por lo anterior citado, se da el paso hacia la discusión que genera hablar y establecer los escenarios de lo privado y lo público, el primero de ellos entendido como:

“[...] ámbito que se supone de dominio personal, el territorio de la soberanía personal indivisa en cuyo interior uno tiene el poder completo e indivisible de decidir “qué y quién soy”, y desde el cual es posible lanzar y relanzar cruzadas con el fin de que se respeten y reconozcan las decisiones propias.” (Bauman 2011, p, 121,122)

Es así como se establece que cuando hablamos de la individualidad desarrollada en un espacio de soberanía, es una definición de privacidad que presupone la libertad de efectuar algunas acciones correspondientes a este ámbito. Garzón (2003) asimismo plantea que lo privado es “[...] *el ámbito donde pueden imperar exclusivamente los deseos y preferencias individuales.*” (p, 17)

Por lo tanto, puede decirse que la privacidad es aquel espacio que podemos sentir como propio y donde tenemos la libertad de ser y llevar a cabo lo que nos interesa y hace parte de nuestras inclinaciones.

Contrario a lo anterior está el espacio público del cual Garzón (2003) hace una definición que nos indica que los intereses individuales se limitan ya que: *“Lo público está caracterizado por la libre accesibilidad de los comportamientos y decisiones de las personas en sociedad.”* (Ibíd. 17).

Esta definición con más referencia a lo colectivo, pone de manifiesto que lo público tiene la característica de libre acceso, por lo tanto está disponible para diferentes tipos de elecciones que condiciona los comportamientos de los seres humanos en sociedad.

Estas definiciones de lo privado y lo público proponen una forma específica de diferenciar los diferentes espacios en los que nos movemos y que a su vez están estrechamente relacionados, ya que su brecha puede ser muy fina al pasar de un escenario a otro, de acuerdo a las decisiones que cada uno y una tomen.

Por tanto el debate entre estos dos ámbitos no se fundamenta principalmente por sus diferencias conceptuales, sino más bien por la permeabilidad entre un espacio y otro, es decir, hablo de privacidad dentro de un escenario público y viceversa y esto hace que sus nociones entre muchas veces en discordancia. Por ejemplo:

“En el ámbito de lo privado, aceptamos reglas de convivencia que, por una parte, tienden a preservar nuestra intimidad y, por otra, erigen barreras a la invasión de lo público.” (Ibíd. 21)

Mientras que:

“Cuando nosotros emitimos hipótesis sobre una sociedad del futuro cuyas relaciones esenciales se hallen constituidas por comunidades de libre elección evidentemente pensamos en una sociedad en la que la actividad pública, que objetiva las aspiraciones más individuales del hombre, esté estrechamente ligada con su actividad cotidiana.” (Heller 1987, p, 101)

En este sentido, se precisa que aunque lo privado y lo público son conceptualmente opuestos, su relación y constante conjugación, determinan las decisiones y comportamientos de los seres humanos, ya que éstos pueden encontrarse entre estos dos ámbitos que proponen experiencias diversas, establecen una forma de estar en el mundo.

CAPÍTULO IV

Análisis y hallazgos

4.1 Análisis componente cuantitativo

Año de creación del perfil de Facebook

A partir del año 2006 cuando Facebook fue abierto para el público, millones de personas en todo el mundo comenzaron a hacer parte de esta red social, que atraía a diferentes sectores de la población. En éste año, asistimos a una nueva alternativa del mundo virtual¹¹ no sólo para interactuar sino también para mostrarse ante los demás. Con la llegada de Facebook se dio todo un fenómeno de confluencias de comunicación, formas de expresión e identidad, que hoy no podemos ignorar porque se infiere que su efecto se ha trasladado a nuestra cotidianidad.

Por consiguiente, la creación de un perfil:

"[...] consiste en las características que la persona quiere dar a conocer sobre sí misma, para incorporarse como nuevo miembro en una red social. En el perfil, la gente incluye los datos personales que quiere: nombre, dirección electrónica, actividades, gustos, intereses, etc. De cualquier modo, sólo con el nombre y dirección de email ya puede ser integrante." (Morduchowicz y otros 2010, p, 6)

Entonces podemos preguntarnos si a partir del 2006 ésta red social¹² ha tenido el impacto de hoy, se encontró en la encuesta aplicada que el 60% de las y los estudiantes de Trabajo Social, crearon su cuenta entre el año 2006 y 2007, siendo el porcentaje mayoritario. Lo que este 60% señala es que el impacto de Facebook desde que se abrió para el público en general, ha sido representativo, llamando la atención primordialmente de los jóvenes.

¹¹ Historia de Facebook, en http://www.cad.com.mx/historia_de_facebook.htm Consultado el 06 de marzo de 2015.

¹² Definida red social como "un sitio en la red cuya finalidad es permitir a los usuarios relacionarse, comunicarse, compartir contenido y crear comunidades" (Urueña y otros 2011:12) en http://www.osimga.org/export/sites/osimga/gl/documentos/d/20111201_ontsi_redes_sociais.pdf Consultado el 06 de marzo de 2015.

Disalvo (2011) sustenta que *“a medida que proliferan las redes sociales, varía el criterio sobre el uso de internet”* (p, 61). Y ello tiene sentido puesto que la gran variedad y posibilidades que Internet trae consigo, ha dado pie para que las redes sociales tales como Facebook entren no sólo al mercado y el consumo, sino también a la vida social.

“[...] cuando la sociedad se dio cuenta de la extraordinaria capacidad que representa Internet, los valores encarnados en la red se difundieron en el conjunto de la vida social, particularmente entre las jóvenes generaciones.” (Castells 2003, p, 253)

No hemos entrado a mundo sólo del mercado sino también a su incidencia directa en la vida social de los individuos y grupos. Si hablamos de un 60% de las y los estudiantes que crearon su cuenta durante los años de 2006 y 2007, ello nos muestra que esta red social no ha sido esquiva ni siquiera en sus inicios. Tal porcentaje también señala, que la inmersión de las y los estudiantes en la Internet y en especial de las redes sociales como Facebook, ha sido significativa porque han aceptado ser parte de una comunidad virtual y navegar en este tipo de escenario.

Si se compara el porcentaje de estudiantes que manifestaron haber creado su cuenta en los últimos dos años (2012 – 2014), se encontró que el 8,3% lo hizo durante el 2012 y 2013. Lo que estos datos permiten mostrar, es que la llegada de Facebook ha sido todo un fenómeno para nuestra sociedad ya que la mayoría de las y los estudiantes, manifestaron haber entrado en esta red social a partir de su inserción en el mundo virtual y en los años siguientes, los porcentajes disminuyen. Podría decirse, que esta tendencia demuestra el impacto que esta red social virtual ha tenido desde sus inicios, es decir que a partir de su apertura pública, ha llamado la atención de los cibernautas y en especial las jóvenes generaciones y no deja de seducir, sigue reclutando a más personas y tal vez creando la necesidad de tener una cuenta. Y es que *“Facebook es mucho más que una red social. Pocas son las personas que hoy en día no poseen una cuenta, y aún menos las que no la conocen.”* (Ed. Knop 2012, p, 22)

Un primer punto de partida precisamente para las nuevas reestructuraciones o mejor, los nuevos escenarios para la construcción de las identidades lo proporciona estos datos que motivan a indagar la experiencia dentro del mundo virtual, en especial Facebook, que se relaciona con el tiempo que se vive y el espacio que se ocupa y que determina quién soy yo, cómo me defino.



Gráfica 1.

Motivo de creación de la cuenta de Facebook

Las y los estudiantes tienen una cuenta activa de Facebook y en ese sentido se indagó sobre las razones que los motivaron a crearla, teniendo en cuenta que sus opciones en el instrumento, fueron de *múltiple de respuesta*, con el fin además, de identificar una y/o más variables establecidas por las y los encuestados.

El 40% de las y los encuestados respondió que crearon sus cuentas debido a la *invitación de amigos (as)*, considerando que:

“Las invitaciones piden un favor y al mismo tiempo ofrecen un cumplido. Solicitan la presencia de la compañía de alguien, por mucho que el que la solicita se ofrezca a compartir su valioso tiempo con otra persona.” (Griffin 2002, p, 109)

El hecho de recibir una invitación, en este caso de *participar en Facebook*, es un mensaje implícito de que amigos (as), conocidos (as) y hasta familiares quieren que una persona haga parte de esta red y éste se sienta motivado y por qué no, halagado que lo inciten a ser un contacto y crear un perfil.

Podría decirse entonces que el 40% de las y los estudiantes que *crearon su cuenta por una invitación*, recibieron además el cumplido de quienes conjugaron su interés y motivación a través de un mensaje de participación en la red social Facebook. Ya ese interés dependerá de las intenciones de las y los emisores¹³ de compartir el espacio virtual con su receptor.

Por otra parte un 30% de las y los encuestados, respondió que *crearon su cuenta por curiosidad* asociando esta como parte de las conductas exploratorias de los seres humanos, es:

“[...] la puerta de la creatividad. Toda innovación, toda producción nueva parte de una actitud interrogativa frente a la realidad, la costumbre o la posibilidad. La curiosidad comienza con una cierta actitud de sorpresa, en la capacidad de maravillarse de lo cotidiano.” (Ed. Rodríguez 2007, p, 197)

El hecho de que este porcentaje corresponda a las y los estudiantes que por curiosidad crearon Facebook, referiría que para las generaciones de hoy, hay una motivación natural del ser humano por descubrir cosas nuevas y que despierten su interés. La curiosidad se torna un porcentaje importante dentro del análisis de este estudio ya que permite mostrar que lo natural, en los seres humanos, también determina las elecciones y la participación que hoy el fenómeno Facebook dispone para el público que se pone ante los sentidos.

¹³ “**el Emisor es la Fuente que genera el mensaje** de interés. El **Emisor** tiene la función de **codificador**, es decir, el emisor debe tener la capacidad de organizar el mensaje de tal manera que el receptor lo pueda decodificar.” “**Receptor**. Persona que recibe el mensaje a través del canal y lo interpreta.” Disponible en <http://www.retoricas.com/2009/05/el-emisor-en-comunicacion.html> 06 de marzo de 2015.

Y es preciso anotar aquí que dicha condición natural desentraña toda una experiencia de vida humana, Hobbes (1980) plantea que:

“Yo no me imagino razón alguna sino la que es común a todos los hombres, especialmente el anhelo de curiosidad por buscar las causas naturales, y su empeño de situar la felicidad en la adquisición de los grandes placeres de los sentidos, y en las cosas que más inmediatamente conducen a ellos.” (p. 63, 64)

Por tanto, nos hallamos frente a un fenómeno que ha sido creado teniendo en cuenta que debe ser atractivo hacia las personas, ya que de otra manera no lograría ser adquirido y utilizado. Los planteamientos de Hobbes en este sentido, relacionan aquello que nos es natural como seres humanos ante los estímulos que hay en nuestro alrededor. Es así como este mismo autor expone que:

“En primer término es peculiar a la naturaleza del hombre inquirir las causas de los acontecimientos por él contemplados: unos buscan más, otros menos, pero todos sienten la curiosidad de conocer las causas de su propia fortuna, buena o mala.” (Ibíd. 87)

De esta manera, puede relacionarse aquellas decisiones que se toman sobre crear una cuenta de Facebook con un aspecto que toca lo natural en los seres humanos. Así la curiosidad se establece como una variable representativa dentro de esta investigación, puntualizando una de las características humanas que poseemos y en ese sentido vivimos nuestras experiencias.

Asimismo Maslow (1987) refiere que los seres humanos también sentimos la necesidad de:

“[...] satisfacer la curiosidad, descubrir todo lo oculto y abrir todas las puertas. Aparte de esto, también hemos de reconocer nuestros impulsos filosóficos básicos de estructurar el mundo, de entenderlo en profundidad y de hallarle un sentido.” (p, 161)

Por otra parte, el 16,7% manifestaron haber creado Facebook por contactarse con amigos del pasado, lo que representa un porcentaje para analizar porque si bien, esta red social se sustenta en la ventaja de mantener contacto con personas a kilómetros de distancia o que hace mucho tiempo no se ven, no fue una

motivación inicial para que las y los encuestados se unieran a esta comunidad virtual.

Finalmente por la opción *Ocio* el porcentaje fue de 16,7%, *Publicidad y por Encontrar nuevas amistades* el del 10%, seguido de *Otro* con el 6,7% donde las y los encuestados manifestaron “*presión de amigos y amigas*”, “*comunicarse en general*”, otras como “*por estar al tanto de lo que ocurre en la carrera de Trabajo Social*” y finalmente el 1,7% corresponde a la opción de Encontrar pareja.

Lo que permite interpretar estos datos en general, es que las y los estudiantes han tenido variadas motivaciones para crear una cuenta de Facebook y aquellas que predominan con porcentajes mayoritarios, ha sido influencia primero por los “*otros*”, quienes enviaron invitaciones y segundo por curiosidad, al estar él y los individuos innovando y explorando, que puede al mismo tiempo relacionarse con la forma en que se ha promocionado Facebook, es decir su publicidad, presente ya en muchos medios de comunicación; y el *Ocio*, con el propósito de mantener entretenidos a sus participantes.

Siendo la Invitación de amigos (as) y la Curiosidad lo que predominó para que las y los estudiantes se unieran al mundo de Facebook, es posible afirmar que la presencia y la influencia de los otros tiene un gran significado e importancia en las decisiones individuales y que además los sentidos, aquellos medios para manejar y satisfacer la curiosidad, han sido y están siendo seducidos por el mundo de experiencias que vislumbra dicha red social.

Formas que utilizan los jóvenes para identificarse en Facebook.

Cuando se habla de formas de identificación se hace referencia a cualquier información que puede ser utilizada para distinguir un usuario de otro, esas características, que al ser expuestas nos dan una idea primaria de quién es la persona que está del otro lado de la pantalla.

En la tan nombrada era de la tecnología se empieza a evidenciar como las personas están integrando su identidad digital con su propio desarrollo personal y con su cotidianidad, es por ello que cada vez más se preocupan por crear una identidad reconocible o agradable.

*“Uno puede crear un **yo virtual**, un avatar, un alter ego, que sea la antítesis de su realidad: un hombre convertirse en mujer, un anciano en niño, un introvertido <<en el rey del mambo>>, un pobre en rico, un empleado de fábrica en súper ejecutivo, un casado en soltero, una persona poco agraciada físicamente en un modelo de atractivo.”(Conangla y Soler 2011, p, 70).*

El yo virtual está entrando a hacer parte de los aspectos importantes de la vida, tanto así que empiezan a haber características identitarias del mundo real que están siendo involucradas en las interacciones dadas en el mundo virtual, como por ejemplo el *nombre propio*.

En ese sentido, la encuesta aplicada a las y los estudiantes de Trabajo social muestra que un 88,3% de ellos, se identifican con su nombre y apellido en el perfil de Facebook, lo que lleva a apreciar cómo la inserción de esta red social en la vida cotidiana de las personas, hace que se cree un afianzamiento con la red y con las personas que interactúan dentro de ella. Hace algunos años era muy común ver en las redes sociales que las personas se identificaran con *seudónimos* que podían o no coincidir con los nombres reales de sus usuarias y usuarios y que servían para mantener de cierto modo la privacidad y el anonimato en determinada red, Aunque:

“El anonimato, la adopción de un rol, los seudónimos y los alias han sido siempre habituales en la red. [...] aquí tienen muy poco sentido. Si te inventas un personaje o exageras demasiado la manera de presentarte, sacaras poco provecho de Facebook. A menos que te identifiques como tú mismo, tus amigos no te reconocerán o no te agregaran como amigo.” (Kirkpatrick 2010, p, 23).

Cada vez más, se mueven las líneas invisibles de lo público adueñándose de lo que antes se conocía como privado, Ágnes Heller (1987) plantea que:

“La separación entre la vida pública y privada <<hinchacha>> la particularidad y obstaculiza la autoorganización de la individualidad en la vida de la esfera cotidiana.” (p, 101).

En la actualidad, las redes sociales y en especial Facebook, configuran una forma de interactuar que implica un esfuerzo para ser aceptados, obligando a las y a los usuarios a participar activamente de las interacciones dadas dentro de la red y mostrar de forma explícita las características personales que le hacen único y digno de ser mantenido o incluido en una lista de amigos y esto es algo que no permite el ser desconocido para los demás. Se puede decir que el nombre propio hace parte de las bases de la conformación de la identidad tanto en el mundo real como en el virtual ya que: *“El nombre propio nos liga a un espacio y a un tiempo, así como a unas determinadas relaciones en cuanto constitutivas de la identidad personal”* (Revilla 2003, p, 7).

De ahí que las personas empiecen a hacer público sus nombres en sus perfiles y es que Facebook ya hace parte de la vida privada y pública, ha sido adherido como medio de expresión, información y afirmación identitaria, porque concede un espacio no físico, unas personas para interactuar y símbolos que dan un valor subjetivo a cada acción y que enmarcan ese nuevo escenario como medio de interacción. Para Goffman (1989) estas características y el éxito de las relaciones depende en gran medida de:

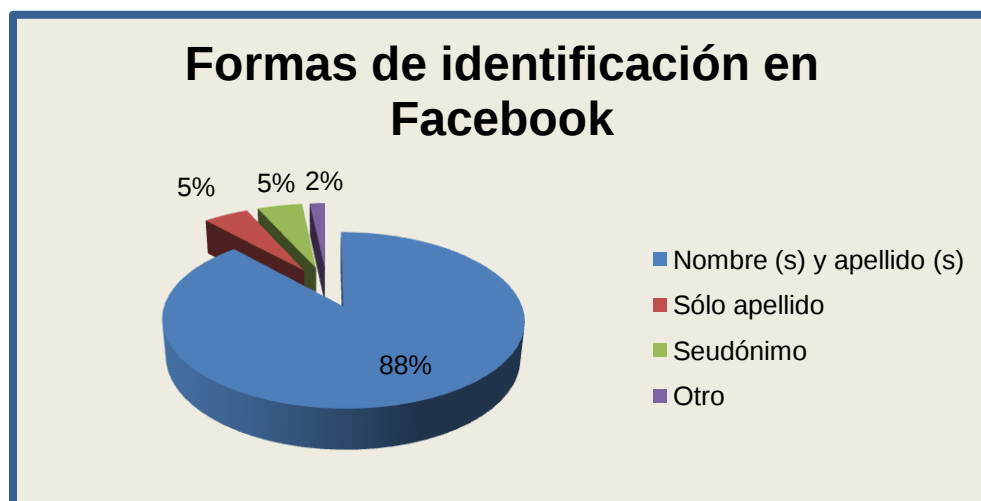
“Si conocen al individuo o saben de él en virtud de experiencias previas a la interacción, pueden confiar en suposiciones sobre la persistencia y generalidad de rasgos psicológicos como medio para predecir su conducta presente y futura.” (p, 3).

Hay una serie de rituales virtuales que se tienen que cumplir para ser parte de una red social como Facebook, y el hecho de hacer público el nombre y el apellido es un acto de confianza y permite un proceso de reciprocidad, la cual consiste en que ambos actores ofrecen parte de su privacidad a cambio de status.

“La reciprocidad, toma en cuenta al otro. Se da, si el otro recibe y la necesidad que se toma en cuenta no es la suya, si no la del otro. Entonces por la noción del otro, se tiene que satisfacer una identidad humana irreductible a la identidad suya y en

la medida de la generalización del proceso, irreductible al cuerpo propio de ningún individuo.” (Temple 2003, p, 124).

Los jóvenes realizan ciertas acciones por sus contactos y para sus contactos, les brinda una imagen agradable, a la vez un nivel de seguridad o confianza deseable; de modo recíproco, el contacto responde dando un espacio y reconocimiento entregando algo de su privacidad en tributo a la nueva amistad. En este caso ambos esperan que sus contactos respeten su información, se comporten correctamente y se respete los parámetros de privacidad que cada uno establece. Las dos partes de la interacción están guiadas por pautas que definen lo que es correcto y equitativo y lo que no lo es, aunque estas no se den de forma personal, los usuarios de Facebook plantean unos mínimos de convivencia dentro de este nicho virtual. Claro está, esta especie de contrato implícito, cambia con el tiempo y depende en gran manera de la experiencia que tenga cada uno de ellos en este medio, puede ser que fortalezcan o aumenten sus niveles de privacidad o por el contrario afiancen su participación en la red, disminuyendo los espacios restringidos.



Gráfica 2

Medios de acceso a Facebook.

Hasta ahora la inmensa mayoría de los usuarios accedían a Internet desde sus ordenadores preferentemente en sus hogares o en las empresas. A través del uso del móvil el usuario está permanentemente conectado a la Red 2.0 e interactúa no sólo para navegar por la misma sino que también comparte sus vivencias y participa en las de otros a través del intercambio que se produce en las redes sociales. (Urueña y otros 2011, p, 51)

La necesidad de mantener en constante cambio en todas las esferas de la vida está siendo promovida por los pequeños dispositivos móviles, estos:

“se pueden definir como aquellos micro-ordenadores que son lo suficientemente ligeros como para ser transportados por una persona, y que disponen de la capacidad de batería suficiente como para poder funcionar de forma autónoma”. (Tardáguila 2006, p, 4)

Hoy en día existen una gama amplia de dispositivos móviles como por ejemplo: Teléfonos celulares, lectores de libros electrónicos, tabletas, reproductores portátiles de medios, MP3, y Smartphones, que contribuyen a que cada vez sea más fácil el acceso a la información contenida en redes sociales. Gracias a esto también se ha dado un incremento de la fascinación por la internet en casa, logrando evidentes transformaciones, y es que poder estar siempre comunicados, tiene participación con el cambio de la forma de relacionarse.

Las nuevas herramientas tecnológicas como lo son los celulares, los portátiles y los computadores con acceso a internet que permanecen en nuestros hogares, se han convertido en la mejor manera de estar en constante acceso y comunicación en la red social Facebook, ya sea que estemos en nuestro hogar o en nuestra oficina. El que podamos llevar cada historia, nuestros juegos favoritos, música, aplicaciones y aún más, a todas esas personas de nuestra lista de contactos en Facebook a cualquier parte, las 24 horas del día, hace que cada vez sea menos posible la idea de quedarnos incomunicados o aislados del mundo virtual que

compartimos. Moraes (2007) en “*sociedad mediatizada*” ofrece una explicación acerca de cómo se produce esta inmediatez de la información:

“El desarrollo de las tecnologías nos dan la sensación de que el planeta se encoge. La aparición de ciberespacio marca la prioridad del tiempo sobre el espacio. Estamos en la sociedad de la inmediatez de lo instantáneo. La comunicación se produce a la velocidad de la luz así pues, nuestro dominio del tiempo reduce nuestro espacio.” (p, 125).

La inmediatez que genera un espacio virtual como Facebook, se suma a las exigencias del mundo globalizado, en relación a que la mayoría de actividades realizadas por las y los usuarios pueden ser resumidas y publicadas en menos de dos clics. De este modo, los sentimientos son reducidos a imágenes, emoticones u oraciones escritas, llegando a que cada vez las personas se vuelvan menos receptivas ante los sentimientos de los otros pues las palabras o imágenes no logran transferir la emocionalidad que si transmite las palabras y las acciones.

Ahora bien, al realizar la encuesta el 68% de los jóvenes al preguntarles por los medios que utilizan para ingresar a su cuenta y teniendo la opción de marcar varias respuestas, se estableció que las y los estudiantes acceden a Facebook desde su *computador de mesa*, lo que nos da la idea que éstos, aun en casa, ven la necesidad de continuar socializando con sus contactos, Gardner y Davis (2014) afirman que:

“los jóvenes no quieren desconectarse porque “Facebook y la mensajería instantánea ofrecen una validación constante. Cuando alguien nos envía un mensaje al móvil sabemos que están pensando en nosotros. Sí en Facebook conseguimos cincuenta “me gusta” [...] pensamos que nos están prestando atención” (p, 83).

La encuesta también permitió identificar que la segunda herramienta de conexión más frecuente es el *celular* con un 65%, de lo cual se puede deducir que la mayoría de las y los encuestados nunca pierden contacto, pues ya sea desde su hogar o desde un sitio público, sus teléfonos móviles les brindan la posibilidad de conexión. Philippe (1995) sostiene que los “*lugares virtuales, no están en “alguna*

parte”, puesto que podemos simularlos en cualquier sitio e incluso uno puede llevárselos consigo.” (p, 25).

Como ya se mencionado, Las tabletas portátiles y dispositivos móviles han hecho posible estar en un lugar y generar un espacio en línea donde se pueden mezclar todas las actividades de la vida diaria con una vida online sin que ello represente dejar de lado el trabajo, negocios, estudios, entre otros.

“La recepción en tiempo real de las noticias-mundo y el acceso (desigual) a discursos y productos culturales de todos los puntos del planeta, posible por los medios de comunicación y la Internet, vuelven mucho más complejo el panorama social para el joven, [...] obligándolo a un reajuste constante entre su experiencia inmediata y ciertos discursos que parecen cada vez menos lejanos.” (Reguillo 2000, p, 69)

Tal vez por ello, los jóvenes tienen la necesidad de estar conectados todo el tiempo y es que desconectarse supone un atraso en la información y de las actividades de sus contactos o grupos de interés, aquello conlleva a que las y los usuarios deban estar en constante actualización y que además no limiten sus tiempos ni sus lugares de uso. Se puede inferir que las y los encuestados trasladan a las personas en su mundo a todos los lugares donde van, cumpliendo la condición de que con cada una de las personas que entablan una conversación deberán tener un tema o interés en común, si esta condición no se da simplemente se cierra el ciclo de comunicación quedando a la espera de un nuevo tema.

Elementos Públicos

“La información acerca del individuo ayuda a definir la situación, permitiendo a los otros saber de antemano lo que él espera de ellos y lo que ellos pueden esperar de él.” (Goffman 1989, p, 13)

Como ya se había mencionado, los dispositivos móviles y en general, lo que posibilita el internet, han cambiado la forma de interactuar, al igual que han modificado algunos criterios de privacidad que protegen la identidad. Si bien en

Facebook se quiere mantener cierto nivel de intimidad, también hay ciertas características que se dejan a la vista para poder ser encontrados o promocionados, es decir,

"Los propios usuarios hemos empezado a actuar como emisores o garantes de nuestra propia identidad, mediante la divulgación de datos personales que permiten que terceras personas nos reconozcan." (Alamillo 2008, p, 57).

Un 65% de las y los estudiantes admitieron *no conocer a todos los contactos de su Facebook* (ver gráfica 3), pero aseguran que son muy pocos los desconocidos. Sin embargo estos deben cumplir con algunos requisitos para ser agregados como por ejemplo: que la invitación provenga de un conocido o contacto de un amigo (a), lo que puede deberse a que quieren expandir sus red de amigos y confían en la capacidad de sus pares para elegir o aceptar personas que no invadan su privacidad.

Lo anterior denota que los modos de sociabilidad se están transformando y esto se observa en los resultados de la encuesta, donde el criterio principal para consolidar un grupo no es necesariamente la proximidad física, sino la búsqueda de intereses compartidos. (Ver gráfica 5)

Por otra parte, se identificó en las y los estudiantes que éstos dejan a la vista información como la *Universidad* a la que asisten, correspondiente al 70% y ello puede inferirse desde esta investigación con dos fines: el primero, establecer una identidad, armar su propia red de contactos y socializar con sus grupos de interés. El segundo puede deberse a la búsqueda de reconocimiento dentro de una comunidad, Gardner y Davis (2014) aseguran que la exposición de este tipo de información se da en *"un esfuerzo calculado por maximizar el valor personal, con el objetivo de lograr el éxito académico y profesional"* (2014, p, 75).

El hecho de publicar este tipo de actividades muestra un estado y una posición dentro de la sociedad o mejor llamado desde Parsons (1984) como status, el cual permite identificar en las y los estudiantes, las características que poseen frente a los otros y cuál es su lugar en el sistema social.

Otro de los datos encontrados, es que el 63,3% de las personas encuestadas dejan a la vista de todos sus contactos, la fecha de nacimiento; esto se debe a una necesidad psicoafectiva. El ser humano por naturaleza necesita de afecto, cariño, estima, estimulación emocional, acciones que contribuyan a que haya estabilidad emocional, sentimental, y espiritual, que le haga sentirse especial e importante.

Maslow (1987) desde su teoría de la motivación humana, menciona como necesidades psicológicas básicas: la seguridad, integridad y estabilidad; el amor , el sentido de pertenencia; la estima y respeto a sí mismo.

“Todas las personas de nuestra sociedad (salvo unas pocas excepciones patológicas) tienen necesidad o deseo de una valoración generalmente alta de sí mismos, con una base firme y estable; tienen necesidad de autorrespeto o de autoestima, y de la estima de otros.” (p, 30)

Por tanto, este tipo de necesidades pueden motivar a que las y los jóvenes usuarios de Facebook, hagan pública esta fecha especial porque además de celebrar la oportunidad de haber nacido y el recibimiento de un nuevo ciclo de vida, la celebración es la reafirmación de que esta persona es importante para los demás. En este día se espera ser el centro de atención así como se ponen a prueba la fortaleza de los lazos afectivos con sus grupos de pares y con su grupo familiar. Para este caso, Facebook entonces tiene tres funciones especiales: la de ser receptor de mensajes, funcionar como un recordatorio y permitir exhibir al resto del mundo cuán importante es esta persona para los demás.



Gráfica 3

Imagen de perfil

Facebook tiene la facilidad de hacer que las personas quieran destacar aspectos de sí mismas para ser aceptadas por los demás, es ahí donde cada usuaria y usuario cimienta, en parte, su subjetividad en la relación individuo- red social. Por lo tanto se puede decir que a través de la imagen se generan clasificaciones que nos identifica con y en un grupo social.

“Lo que define las imágenes de los individuos como personalidades es su inscripción en estereotipos colectivos. En efecto, aunque en las fotografías se puede identificar a sujetos con nombre propio, el sentido social de las representaciones se genera a partir de las construcciones de imágenes colectivas estereotipadas. [...] los sujetos no buscan ser individuos en sentido genérico, sino tipos de individuos [...] el estereotipo logra individualizar lo colectivo” (Goyeneche 2009, p, 172)

De las encuestas aplicadas, el 65,9% respondió “Mi foto” como opción en la pregunta sobre la imagen que actualmente tienen de perfil. Seguido a ello el 10,0% manifestó tener una foto con su pareja al igual que con familiares, el 3,3% señaló “Imágenes animadas” y el 1,7% tiene una foto con amigos al igual que correspondió el porcentaje a aquellos (as) que no tienen ninguna imagen de perfil. El 6,7% restante, fue por la opción “Otro”, donde las y los estudiantes

argumentaron ser “fotos con pareja y amigos” “con hijos” y “mascotas”. (Ver tabla 4)

Lo que se puede interpretar de estos resultados, es que la foto representa un espacio considerable dentro del manejo y dinámica del perfil de Facebook, pues la gran mayoría de las y los estudiantes tiene como imagen de presentación su foto ya sea solos (as) o acompañados de otros.

Tener la foto que nos representa para exponerla a los demás, significa que muestro una imagen que me identifica ya que soy yo quien aparece en la foto y si estoy acompañado (a), quiere decir que, lo que siento que me pertenece y hago parte, me define ante los demás y me distingue, estos son mis amigos, mis familiares, mi pareja, mi mascota.

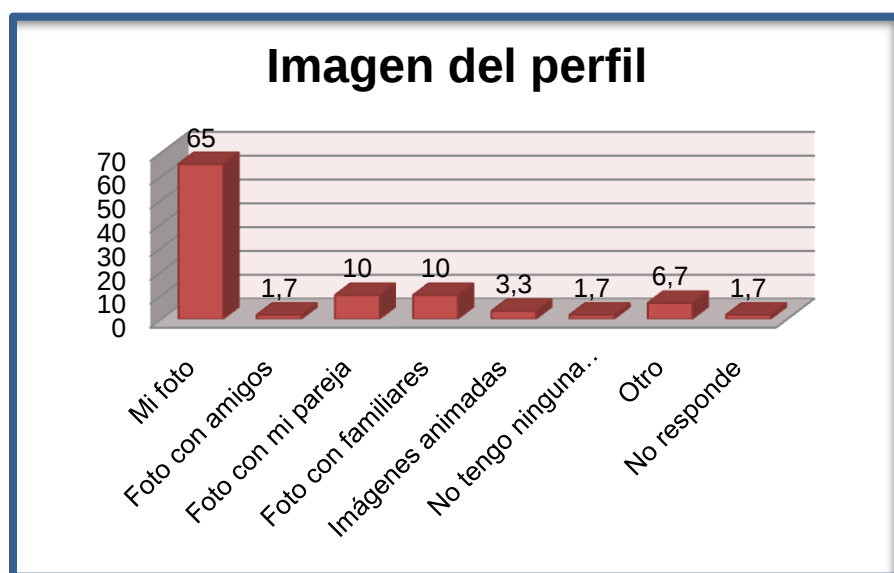
En Facebook las fotografías cumplen con la función de dar status, de mostrar al sujeto que está detrás de la pantalla, sin tener que dar mayor explicación de lo que piensa o lo que es.

Tenemos lo que se podría llamar el deseo de reputación o prestigio [...] el estatus la fama y la gloria, la dominación, el reconocimiento, la atención, la importancia, la dignidad o el aprecio (1987:30).

En la encuesta se pudo observar que un 55,0% deja su foto publica mientras que un 41,7% solo deja tener acceso a esta, a sus amigos, es evidente que aunque haya poca diferencia en las restricciones, siempre la foto está expuesta al público aunque este determinada por criterios de privacidad, lo que significa que para los jóvenes es necesario que las personas que les interesa, vean su imagen expuesta en la cuenta corroborando con ello, que los seres humanos tienen necesidad de ser aceptados y admirados.

Todas las personas de nuestra sociedad [...] tienen necesidad o deseo de una valoración generalmente alta de sí mismos, con una base firme y estable; tienen necesidad de autorrespeto o de autoestima, y de la estima de otros. (Maslow 1987, p, 30)

La red social Facebook aparece en la vida de la mayoría de usuarios como un satisfactor que abastece la necesidad de estima, según Maslow (1987). La necesidad de estima es aquella que se encuentra asociada a la constitución psicológica, para este caso es pertinente la connotación que este autor da en relación a los otros, las necesidades de reputación, condición, éxito social, fama y gloria determinan en gran medida en cómo ellos se muestran y ante el mundo.



Gráfica 4

Frecuencia de ingreso a la cuenta de Facebook.

Si bien, este estudio arrojó que las y los encuestados acceden a su cuenta de Facebook desde diferentes medios como el celular, computador personal, tableta y salas de internet, es posible inferir que la incorporación de tanta “facilidad” de conexión virtual es una realidad del alcance que las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) ponen a nuestra disposición. Dicho alcance no conoce barreras, no distingue distancias, ni tiempo, es posible conectarse en cualquier momento y lugar si se tiene un dispositivo que así lo permita.

Ante esta realidad, se indagó en la encuesta por la frecuencia en que las y los estudiantes revisan sus cuentas y estos fueron los resultados; El 31,7% manifestó *ingresar Diariamente a Facebook*, porcentaje que además se distribuye de la siguiente manera:

- *Una vez por día* 3,3%.
- *Dos veces por día* 6,7%.
- *Tres a más veces por día* 13,3%.

Sumando esta cantidad el porcentaje final es de 55% que corresponde a la totalidad de las y los encuestados que a diario ingresan a la red social.

El porcentaje restante está distribuido entre los que ingresan a Facebook *Dos a tres veces por semana* con el 13,3%, *Semanalmente* 3,3% y *Ocasionalmente* 28,3%. Según estos resultados se podría decir que las y los estudiantes en su mayoría, tienen una participación frecuente dentro de la red social teniendo en cuenta las veces que ingresan a revisar sus cuentas.

Siendo un poco más de la mitad, las y los encuestados señalan ingresar a Facebook diariamente, infiriendo en esta investigación, que se ha convertido en una actividad tal vez como cualquier otra de la cotidianidad y en esta medida, se sustenta el impacto de esta red social sobre las experiencias que componen la vida social de las personas y sobre todo, de los jóvenes.

Ahora bien, conviene indagar sobre el tiempo que dedican a “facebookear” que a propósito ha sido considerado como un verbo por la Real Academia Española (RAE) debido a su uso común. Las y los encuestados expresaron que le dedican al Facebook:

- *Menos de 30 minutos* con un porcentaje del 43,3%.
- *Una hora* 23,3%.
- *Media hora*, 16,7%.
- *Dos horas y más* 16,7%.

Aunque los porcentajes de tiempo dedicado a revisar Facebook se distribuyen entre *Menos de 30 minutos* y *Dos horas y más*, conviene detenerse en que es diario el uso de esta red social y que sea cual sea la actividad, éste fenómeno ha y sigue ganando terreno dentro de las dinámicas y experiencias de vida en la generación joven. Al respecto Bauman (2005) argumenta que:

“Cuanto más atención y esfuerzos de aprendizaje consumen la proximidad de tipo virtual, menos tiempo se dedica a la adquisición y ejercicio de las habilidades que la proximidad no-virtual requiere. Tales habilidades caen en desuso: son evitadas, olvidadas o directamente jamás aprendidas, o se recurre a ellas cuando no queda más remedio y a regañadientes.” (p, 90)

¿Y qué tipo de habilidades nos estaríamos refiriendo? Por ejemplo la interacción cara a cara que ya no se hace tan necesaria según el paradigma planteado por las redes sociales virtuales, pues se evita el desplazarse hacia otro lugar para encontrarse con el o los otros para tener información de ellas y ellos directamente, e incluso se ahorra una llamada telefónica. Podría mencionarse además, que la versatilidad de Facebook respecto a las opciones que da a sus usuarias y usuarios de acceder a diferente tipo de información, es probable que al igual que las interacciones, los libros, periódicos, entre otros, también vayan disminuyendo su uso a pesar de su potencial.

Actividades de interés en Facebook

Facebook es una representación de nuestro mundo simbólico, esta red social se ha convertido en un espacio donde podemos ser lo que queramos, al fin de cuentas es nuestro mundo y al ser de nuestra propiedad y representarnos debe cumplir con la tarea de focalizar la atención hacia nosotros.

“Facebook tiene varias opciones de funcionamiento, uno donde se encuentra la liga que dice Facebook (la liga de la orientación social), que lleva al mundo y a saber qué es lo que los amigos están haciendo; pero también tiene la liga donde se encuentra el nombre del usuario (la liga de la orientación narcisista) para saber cómo se es percibido por los demás.” (El-sahili 2014, p, 44)

Lo anterior se puede evidenciar en los resultados obtenidos de la encuesta donde un 56,7% de las y los encuestados, dan más importancia a la bandeja de mensajes la cual proporciona al usuario inmediatez, accesibilidad, comodidad, flexibilidad, utilidad e individualidad en las formas de expresión, hace algunos años los usuarios solo recibían mensajes de tipo visual o audiovisual pero esta herramienta hace posible que hoy puedan enviar sus propios contenidos desde la individualidad, hasta el anonimato si así se desea, la bandeja como herramienta permite recibir, interacciones como archivar y enviar mensajes, estos mensajes pueden ser de voz, texto, imagen o video, otra de sus facultades es que posibilita interactuar con varias personas al tiempo ya sea desde la misma ventana o desde una totalmente individual. Los mensajes tienen una alta carga emocional pues el que alguien te escriba, da la sensación que está pensando en ti para Howard y Gardner (2014) estos:

“tienen un objetivo logístico; funcionan como un golpecito en el hombro virtual, que establece y mantiene una sensación de contacto entre amigos que están físicamente separados” (p, 99)

Asimismo, en un segundo nivel de importancia, el 51,7% de las y los estudiantes al entrar a Facebook les llama la atención las fotos en las que han sido etiquetadas y etiquetados, (*Publicación y etiqueta de fotografías*). Sus fotos han sido tomadas en cuenta por otros usuarios y esto puede alimentar su necesidad de reconocimiento. Los jóvenes de hoy se caracterizan en su mayoría por que están en una búsqueda constante de atención muchos aseguran que estamos yendo hacia la era del narcisismo, como lo menciona El-shahili (2014)

“para cualquier tipo de personalidad funciona Facebook, tanto para las orientadas a lo interno como a lo externo. Cada persona lo concibe de manera diferente porque lo usa en relación a sus propios intereses o formas de funcionamiento. Los que entran a checar lo que pasa en el mundo tienen una orientación más social, los que entran para publicar y saber cómo los ven, una más narcisista.” (p, 44-45).

Las actividades como etiquetar o ser etiquetados generan una motivación relevante entre las y los estudiantes para ingresar a sus cuentas de Facebook y de

hecho, mantenerse activos en la red. Las fotografías en este caso, representan una característica que tienen gran peso dentro de las dinámicas que permite esta red social, ya sea que ellas y ellos mismos decidan publicarlas o que los otros lo hagan.

“Estas tecnologías incitan a los jóvenes a buscar la confirmación externa tanto si se trata de cuestiones mundanas como existenciales. De hecho, sus pensamientos y sus emociones ni siquiera les parece reales hasta que no reciben la confirmación de terceros” (Gardner y Howard 2014, p, 92)

Lo que queda en entredicho, es qué tan aceptable puede ser que los demás valoren la imagen que se está exhibiendo y que el sistema de etiquetas resulta ser un aspecto por el cual se destaca la tenencia de una cuenta en Facebook. Lo interesante de esta dinámica, es que las fotos donde se etiquetan las y los estudiantes y/o que ellas y ellos mismos las publiquen, son la muestra de una o más experiencias que se capturan y son expuestas en la red social a la disposición de los otros. Es así como Goffman (1989) manifiesta que:

“[...] en esas interacciones donde el individuo presenta un producto a otros, tenderá a mostrarles solo el producto final, y estos los juzgarán sobre la base de algo que ha sido terminado, pulido y empaquetado.” (p, 55).

Le sigue a estos porcentajes, el 41,7% de estudiantes quienes están interesados en las publicaciones de sus contactos (*Estados de sus contactos*). Este interés se puede traducir en una forma de estar en contacto con los demás, de saber qué está de moda o simplemente qué actividades realizan o realizaron sus amigos.

“El muro de Facebook ofrece un modo nuevo (y muy público) de programar y hacer la crónica de eventos sociales y de experiencias compartidas [...] Al igual que todas las actividades [...] que se capturan y se cuelgan en el muro desde la cámara de un móvil” (Gardner y Howard 2014, p, 100)

Es resto de los porcentajes, son menores pero no menos importantes donde el 11,7% corresponde a dos de las opciones: *Invitación de amistad* y *Ofertas laborales*, y el 13,3% expresó ser de su interés revisar *Eventos*. Lo que muestra

estos resultados en sí, es que la variedad de Facebook respecto a vivir experiencias y acceder a la información, tiene un escenario considerablemente amplio y que al parecer responde a muchas de las necesidades de las personas, esto al mismo tiempo, representa cómo se asumen esas aplicaciones y herramientas de la red social para que sus usuarias y usuarios tengan sus propias preferencias y en ese sentido, se identifiquen.

Pertenencia a grupos en Facebook.

Un grupo, entendiendo este como “*un conjunto de personas en interacción con características individuales y grupales propias que permiten o limitan su proceso en busca de un objetivo.*” (Tenorio, p, 15) es uno de los escenarios más destacados para analizar y establecer los comportamientos, percepciones y demás de los individuos en situaciones sociales y en medio de otros.

Facebook como fenómeno que abarca diferentes dimensiones de la vida social, no ha sido ajeno a la posibilidad de crear y estar en un determinado grupo, teniendo en cuenta gustos e interés que mueven la pertenencia a cada uno de ellos, dando la opción de vincularse a más de uno y al mismo tiempo.

Las y los estudiantes manifestaron con un 66,7% (Ver gráfica 5) que pertenecen a grupos creados dentro de la red social, lo que llama la atención en este estudio porque los grupos precisamente son contribuyentes a la construcción y modificación de la identidad o identidades como el argumento de Reguillo (2013) cuando expresa y haciendo referencia a la globalización o “mundialización” como prefiere llamarla, que ésta:

*“[...] ha jugado un papel absolutamente relevante en el modo en el que las y los jóvenes encaran los procesos de asunción subjetiva y objetiva de sus adscripciones identitarias. **El papel de las industrias culturales y los medios de comunicación, son fundamentales en este proceso;** pero hoy de manera ineludible el papel de la web y las redes, acelera y aumenta la posibilidad de intercambios culturales.*

Ya desde finales del Siglo XX era posible detectar y analizar el modo en que las y los actores sociales –rompiendo las costuras a lo programado-, conectaban con

imaginarios, con estilos, con modos de entender el mundo que trastocaban la cotidianidad.”

En este orden de ideas, se encontró en este estudio que más de la mitad de las y los encuestados pertenecen a un grupo virtual dentro de Facebook; aspecto que permite denotar que ésta red social y con los planteamientos de Reguillo (2013), ha influido en las dinámicas sociales de sus participantes y abre la posibilidad al mismo tiempo, de expandir o mejor, romper barreras que físicamente son mucho más complejas.

Ahora bien, el 60% de las y los que manifestaron pertenecer a grupos virtuales a través de Facebook, señaló ser de tipo *Académico*, siendo además mayoría. De este 60%, el 50,5% precisaron ser un grupo de *Trabajo Social*. Un poco más de la mitad utiliza la alternativa de Facebook para la creación y desarrollo de un grupo, girando particularmente en uno de formación de la carrera de Trabajo Social y aprovechando las posibilidades de acceso a la información. Algunas y algunos estudiantes puntualizaron el nombre del grupo, manifestando ser “*Trabajo Social NC*” o “*Trabajo Social Univalle 2010*”, entre otros.

Dar nombre al grupo incluso virtual direcciona una identidad, el hecho de que se establezca el grupo como “Trabajo Social NC” por ejemplo, señala que el conjunto de estudiantes que lo integran pertenecen al Norte del Cauca y al aceptar su permanencia, acepta que están en un escenario donde se identifican no sólo con el objetivo del grupo sino también con sus miembros que lo componen.

Podría decirse de acuerdo a los resultados obtenidos, que este tipo de grupo formado en Facebook, llevaría el nombre de grupo *motivado*, donde “*los miembros ingresan con base en uno o varios objetivos determinados o sugeridos según necesidades básicas.*” (Ibíd. 20)

Cabe precisar que el tipo de grupo académico no fue la única opción de las y los estudiantes, las otras respuestas se distribuyen entre *Opinión* y *Cultural* 15,0%, *Música* 11,7%, *Familiar* 6,7% y *Deportivo* 5,0%. Es interesante detenerse aquí y analizar las opciones que tenían las y los encuestados; el hecho de que ya

hablemos de un grupo familiar, primario además, se traslade también al mundo virtual como una alternativa de comunicación y por qué no, de sostenimiento y fortalecimiento de vínculos y relaciones, es hoy un fenómeno importante, que evoca la atención a esta realidad.

Lo anterior refleja aún más el gran espacio que ha ido ganando Facebook, pues además valida las interacciones de los miembros de una familia por este medio. Dichas interacciones cumplen la función asimismo de mostrar quién es mi familia, tal vez dónde se encuentran y qué hacen sin tener que ir a visitarlos (as), no obstante esta posibilidad despierta el interés sobre las ventajas y/o desventajas de los grupos virtuales en el fortalecimiento de los vínculos al no perder de vista a mis familiares o, y retomando a Bauman (2005), qué se perdería o evitaría al quedar la proximidad virtual por encima de la presencial.



Gráfica 5

Pertenencia a grupos presenciales.

Y si nos detenemos también en los resultados arrojados respecto a la pregunta sobre la pertenencia a grupos por fuera de Facebook, dichos porcentajes ponen de manifiesto que las y los estudiantes, tienen mayor participación en grupos virtuales que en los de tipo presencial, pues el 65,0% no pertenecen a ninguno frente al 35,0% restante que sí. (Ver gráfica 6)

Este contraste respecto al porcentaje de pertenencia a grupos en Facebook que representan los datos obtenidos, recogen un poco lo que han manifestado las y los estudiantes; primero, resaltando la posibilidad de acceder a Facebook y por ende a los grupos virtuales por diferentes medios (Computador, celular, tablet, entre otros) y segundo, sin tener que desplazarse a otros lugares diferentes de la casa y/o si se está en un medio de transporte, otro país e incluso en la Universidad, se pueden conectar e interactuar con los miembros de dicho grupo o las dinámicas que surgen en él.

Un tercer aspecto y no menos importante, es que se puede pertenecer y participar al mismo tiempo en uno y más grupos, incluso la cantidad que se quiera, por voluntad propia o algún contacto que decida adicionar a un miembro. La permanencia ya dependerá de cada una y uno de los usuarios respecto a sus intereses y necesidades, permitiendo ser incluidos dentro de un colectivo y por consiguiente, reconocidos.

Cabe resaltar los anteriores aspectos y aún más el último, como variables significativas para la construcción y modificación de las identidades, ya que Facebook da un abanico de opciones para que sus suscriptores puedan gozar de un mundo ¿mejorado?, que está al alcance prácticamente de todas y todos.

Podría ejemplificarse la situación si nos imaginamos un o una joven viajando en bus y desde su celular dando su opinión o publicando información en un grupo virtual, lo que le llevará unos minutos mientras hace otra actividad y sin estar presente físicamente. Y con ello no queremos decir que se esté a favor o en contra de esta alternativa de Facebook, sólo se expresa una posible tendencia de acuerdo a los resultados obtenidos, por la cual las y los estudiantes, no pertenecen a grupos por fuera de la red, que podría agregársele también el tiempo.

En suma, se hace necesario precisar otra posible causa de este resultado, sustentada desde Bauman (2005) al plantear que:

“Pareciera ser que el logro fundamental de la proximidad virtual es haber diferenciado a las comunicaciones de las relaciones. A diferencia de la antigua proximidad topográfica, no requiere lazos preestablecidos ni los genera necesariamente.” (p, 88)

Por todo lo anterior planteado, se identifica la relevancia que tienen los grupos en la vida social y cómo éstos, han ganado un espacio considerable dentro de Facebook. Se destaca así la participación de las y los estudiantes en grupos tanto virtuales como presenciales ya que éstos últimos desde un enfoque psicológico:

“[...] constituyen ambientes importantes del comportamiento individual, son subsociedades en las que tiene lugar la interacción social, y la parte que le corresponde al individuo en esta interacción [...]” (Tenorio, p, 17)



Gráfica 6

Aunque este estudio pone su atención en las dinámicas identitarias que se generan en Facebook, lo que sucede por fuera de la red, es decir en el mundo presencial, es de igual importancia porque permite contrastar y/o relacionar la dualidad de éstos dos escenarios: lo virtual y no virtual, como lugares fértiles de construcción del sí mismo y el de nosotros.

Y dicha dualidad hace alusión a que el debate entre lo no virtual y lo virtual son dos escenarios en los que son los seres humanos los participantes directos; el

primero de ellos como natural y el segundo como “impuesto” y no necesariamente como obligación, sino por el carácter de su aparición y expansión al ser el hombre su creador. A pesar de su distinguida naturaleza, son lugares que coinciden en darle paso a la fabricación y modificación de las identidades, de acuerdo a todo un conjunto de elementos que ofrecen a los actores sociales y éstos deciden qué toman y apropian para elegir finalmente con qué se representan e identifican (Castells 2000).

En este orden de ideas, lo que muestran estos porcentajes es que Facebook, tiene aparentemente una “facilidad” para agrupar personas de todos los gremios, sectores y constituir las como un grupo. Y con “facilidad” nos referimos a que según los resultados anteriores, las y los encuestados tienen mayor acceso y conectividad a la red de acuerdo con los diferentes medios que tienen a su alcance y la cobertura de éstas mismas aplicaciones. También es válido incluir que con media hora que las y los encuestados le dedican al Facebook, pueden revisar en ese tiempo lo que pasa dentro de los grupos, además que cualquier actividad que tenga lugar dentro del grupo, es notificada en las cuentas, pueden incluso y si la o el usuario lo desea, recibirlo en el correo electrónico.

Es necesario aquí hacer una precisión en lo se refiere a la pertenencia de grupos presenciales, pues es evidente de acuerdo a los resultados obtenidos que Facebook y en general el mundo virtual, está llevando la batuta en cuanto a grupos creados y cantidad de miembros, porque aun así y al mismo tiempo su desventaja, carece de ciertas características como lo menciona Bauman (2011):

“[...] las “comunidades” de internet no están concebidas para perdurar, y mucho menos para conmensurarlas con la duración del tiempo. Es fácil sumarse a ellas, pero también es fácil irse y abandonarlas en el momento en que uno se aburre de recibir “más de lo mismo, siempre lo mismo” y la situación comienza a verse monótona y poco apetecible, como ocurre tarde o temprano en un mundo bombardeado de ofertas siempre nuevas (y cada vez más tentadoras y seductoras). (p, 126)

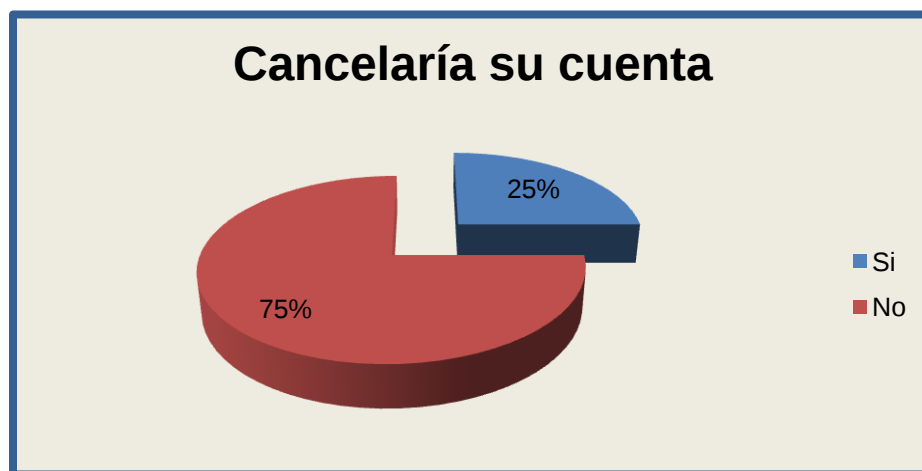
En suma podría decirse que se abre o se reafirma para las ciencias y disciplinas humanas el estudio de este tipo de complejidades, debido a la importancia que

hoy genera dentro de las experiencias de los seres humanos, tener a disposición un mundo alterno que permite la realización del yo a través del control del tiempo (Giddens 2001).

¿Cancelaría su cuenta de Facebook?

Con lo que se ha consignado hasta aquí, se puede dar algunos indicios por qué hoy las y los Univallunos del Norte del Cauca hacen parte de Facebook y determinadas dinámicas que en esta red tiene lugar.

En este estudio, se quiso precisar el lugar o mejor aún, la importancia que le dan al hecho de tener una cuenta y un perfil activo. Si bien se indagó a las y los estudiantes ¿Si cancelarían su cuenta de Facebook en este momento? Y el 75% expresó que *No*, frente al 25% que su respuesta fue *Si*. (Ver gráfica 7)



Gráfica 7

Para justificar el 25% que corresponde al *Si* como respuesta de la posibilidad de cancelar Facebook en este momento, se preguntó a las y los encuestados ¿Por qué lo haría? Donde además tuvieron la opción de contestar más de una opción. El 23,3% señaló *“Tengo muy pocos contactos”*, porcentaje que también corresponde a la opción *“Tengo muchos contactos”*, el 10% marcó *“Me siento*

expuesto”, “*Estoy aburrido (a) con la cuenta*” obtuvo 3,3%, “*Quiero crear otra cuenta*” el 1,7% y “*Otra razón*” el 13,3%, donde precisaron “*falta de tiempo para revisarlo*” e “*indiferencias con personas del chat*”.

El primer porcentaje presentado sobre la tenencia y cantidad de contactos donde ambas posibilidades tienen el mismo valor, puede interpretarse como la predominancia que se le atribuye al papel de los otros. En este caso el tener muchos o pocos contactos es una razón que amerita la cancelación de la cuenta y ello da a entender que nuestras decisiones surgen de una elección individual pero enmarcada por el ámbito social donde nos movemos, es decir:

“El concepto de individualización presupone un individuo como actor, diseñador, malabarista y director de escena de su propia biografía, identidad, redes sociales, compromisos y convicciones.” (Correa y Guillén 2011, p, 145)

Por su parte el 10% que le sigue, manifiesta sentirse *expuestos* y ésta es una de las variables que hoy se debate en los beneficios y desventajas del uso de Facebook al consignar datos personales de sus usuarias y usuarios, cabe anotar que aunque ésta herramienta es opcional, no deja de cuestionar el hecho de permitir que se llene un perfil con información muy particular de los individuos.

Y he aquí que sobresale de nuevo el tema de lo público y lo privado; las y los encuestados expresaron inconformidad con los mecanismos de divulgación de sus datos en esta red social. Teniendo en cuenta que el ámbito público se fundamenta en la libre accesibilidad de las personas en sociedad (Garzón 2003), es coherente relacionar Facebook con esta condición en cuanto al fácil acceso a una cuenta y la visibilidad de algunos de sus elementos, pero entra en discordancia con la privacidad que supone ser la “[...] *condición necesaria del ejercicio de la libertad individual.*” (Ibíd. 17) Aunque la y el usuario son libres de publicar o no y qué tipo de información en sus perfiles y en esa medida sustentar el ámbito privado, no resulta ser lo suficientemente confiable para sostener una cuenta.

Asimismo, el porcentaje de 75 que no cancelarían su cuenta en estos momentos, es justificado por las diferentes opciones que dieron las y los encuestados para esta determinación. El 46,7% eligió porque *Me mantiene informado (a)*, *Perdería*

contacto con mis amistades 41,7%, Me mantiene entretenido (a) 28,3% y Tengo muchos contactos 8,3%, este último dato contrasta con la respuesta de aquellas y aquellos que consideraron ser una razón para cancelar su cuenta de Facebook, denotando que la cantidad de contactos no representa una incomodidad para seguir con el perfil.

Si bien, estos porcentajes muestran que indiferentemente de las razones para mantener activa la cuenta de Facebook, las y los estudiantes en su mayoría no desean cancelarla en estos momentos por los beneficios que ésta les da. ¿Qué implicancia tiene el mantenerse informado?, pues se sostiene que Facebook:

“[...] está logrando que las defensas intelectuales se desmoronen ante la información que fluye desde la pantalla hacia los ojos (a través de estados, imágenes, comentarios, ligas de interés, etc.), que se vuelve válida con el solo hecho de ocupar un espacio en el muro de un amigo.” (El-Sahili 2014, p, 105,106)

De esta manera, el hecho de que las y los estudiantes inviertan parte de su tiempo en Facebook con la intención de estar informados, revela la atención que centran en los otros, en sus contactos, sus publicaciones y demás que sucede dentro de la red. La identidad en la modernidad tiene como característica, construirse de acuerdo a la negociación del reconocimiento que se hace de los otros. Partiendo de los resultados arrojados en este estudio y sobre todo en esta variable, se podría decir que el estar informado como razón para tener una cuenta de Facebook, contribuye a los supuestos que plantean que esta red social es un escenario donde las identidades confluyen tanto en su representación como en su misma modificación.

El estar *informados*, representa un elemento relevante que precisar pues:

Numerosos medios escritos, radiofónicos, televisivos y digitales constan de un perfil virtual para interactuar con sus respectivas audiencias, quienes al unísono se han convertido en receptoras y emisoras de contenidos. (Oliva 2012, p, 4)

Ahora es posible encontrar a través de las redes sociales, noticias, ofertas laborales, anuncios y demás, que antes se hallaban en un periódico, la televisión,

un libro. Y no es lo único que permiten, el estar *informados* es mucho más amplio ya que incluye, que esta red social Facebook deja ver qué están haciendo mis contactos, qué lugares frecuentan, qué relaciones tienen, qué tipo y con quiénes y en esa medida saber cuál es su estado. Se puede incluir asimismo, que el estar *informados*, da cuenta de que al revisar Facebook, no sólo aparece la información de las y los usuarios, sino que también la propia y lo que se ha desprendido de ella; los “me gusta”, comentarios de los diferentes tipos de material que se haya compartido en la red.

Por todo lo anterior anotado, se puede relacionar el estar *informados* con las dinámicas de identidad de las y los encuestados, pues la facilidad de acceso a todo tipo de información en un solo escenario, permite que los sujetos tengan a la mano la versatilidad del y los contextos y en ese sentido, tomen aquello que les es de su interés y con lo que sienten, son definidos, desechando todo aquello que se opone y tal vez no pueden controlar (Almudena 2002).

La variable siguiente *Perdería contacto con mis amistades*, correspondiente al 41,7%, se hace significativa en la medida que:

“El lema de esta red “Facebook te ayuda a comunicarte y compartir con las personas que forman parte de tu vida” indica ese propósito de comunicación con amigos, que es la esencia de su uso.” (Domingo y otros, p, 12,13)

Es por este motivo donde se apoya el hecho de que la mayoría de las y los estudiantes no cancelarían en este momento su cuenta de Facebook, y es que el diseño y objeto de ser de esta red, es precisamente tener contacto con otras personas; amigos (as), familiares, conocidos (as) e incluso con desconocidos (as).

Gardner y Davis (2014) plantean que:

“Aunque la conducta en línea de los jóvenes puede parecer Narcisista a un observador, es importante recordar que su primera motivación para estar en línea puede que no sea promocionarse a sí mismo, sino promocionar y conservar sus vínculos sociales.” (p, 83)

Y ello de los vínculos sociales se hace relevante en la medida en que a través de estos los individuos forman cualquier tipo de relación con los otros y detrás se entretajan un sinnúmero de experiencias necesarias que nos hace vivir en sociedad y en constante interacción. Según esta apreciación, conservar los vínculos sociales es una beneficiosa justificación para las dinámicas presentes en Facebook, al mismo tiempo que entra en dicotomía con aquellos que sostienen que la mejor forma de establecer dichos vínculos son las interacciones cara a cara.

“Estar conectado” es más económico que “estar relacionado”, pero también bastante menos provechoso en la construcción de vínculos y su conservación.”
(Bauman 2005, p, 88)

4.2 Análisis cualitativo

4.2.1 Información expuesta en Facebook: contenido privado, informativo y gráfico.

“Cuando un individuo llega a la presencia de otros, estos tratan en lo común de adquirir información acerca de él o de poner en juego la que ya poseen. Les interesará su status socioeconómico general, su concepto de sí mismo, la actitud que tiene hacia ellos, su competencia, su integridad, etc. [...]” (Goffman 1989, p, 13)

Una de las cualidades más significativas de Facebook son las herramientas que pone a disposición de sus usuarios y usuarias para expresarse, los textos, imágenes, audios o videos, permiten que comuniquen masivamente lo que para ellos es importante, urgente o necesario exponer. Esta red social desde que se viralizó, ha tenido la peculiaridad de redimensionar las fronteras de la privacidad en tanto que las y los usuarios deben sacrificar aspectos que antes eran privados para poder tener una dinámica con sus contactos que se basa en la confianza. En este capítulo se analizó el contenido privado que los usuarios y usuarias exponen o por el contrario evitan exponer, esto, con el fin de identificar que tanta información

han sacrificado las y los jóvenes al participar en la red social Facebook y sí que tanto ha cambiado su percepción de la privacidad.

Hoy, la utilización de Facebook se ha transformado en algo inherente a la vida de la mayoría de jóvenes, quienes para responder a múltiples aspectos cotidianos, han hecho de este un centro de soluciones portátil a causa de la facilidad de comunicación y el alcance casi inmediato de la información, con ello se ha dado una condensación de aplicaciones y herramientas, desde donde se brinda la posibilidad de subir un documento en cualquier formato hasta hacer video llamada al instante, los usuarios tienen todo lo necesario para comunicarse o informarse a tal punto que ya no se hace forzoso tener que entrar al correo o gastar dinero en llamadas telefónicas.

Si bien es cierto que todas estas facilidades determinan en cierta medida unas nuevas dinámicas relacionales (ya sea como se comunica, se reporta, se informa o se relaciona), de quienes interactúan de forma habitual en este medio de comunicación, también es cierto que unas personas son más propensas a la alienación total que otra, es decir, no todas ven a Facebook como una parte de su vida que no puede ser apagada o descuidada, algunos solo ven a Facebook como una herramienta y la utilizan como tal. En este sentido la alienación se da en las personas que participan demasiado tiempo de las actividades dadas en esta red social pues al experimentar la sensación de ser queridos y aceptados por sus “amigos” no pueden distanciarse y necesitan estar reforzando su imagen y ampliando cada vez más los límites de su privacidad para mantener la atención sobre sí.

Para entender lo que se plantea aquí, es necesario analizar la entrevista realizada a jóvenes estudiantes de Trabajo Social de la Universidad del Valle sede Norte del Cauca, las cuales tuvieron las siguientes características:

No.	SEXO	EDAD	SEMESTRE
1.	Masculino	25	Octavo
2.	Femenino	25	Décimo
3.	Femenino	28	Décimo
4.	Masculino	24	Octavo
5.	Masculino	26	Sexto
6.	Femenino	22	Octavo
7.	Masculino	25	Décimo

Información expuesta en Facebook.

Desde que Facebook logró entrar a la vida de las personas se ha especulado mucho acerca de los riesgos que este traería en cuanto a la integridad física y psicológica de los usuarios, especialmente de las y los jóvenes y adolescentes debido a que en estas etapas, es donde se crea o fortalece la identidad. Las suposiciones sobre un riesgo latente nacieron de una mirada de privacidad totalmente distinta a la de hoy, pues para ese entonces existía una cierta resistencia a dar información a personas desconocidas, exponer información como la que los jóvenes dejan a la vista hoy, significaba abrir la puerta a múltiples peligros.

En cierto sentido los usuarios han ido familiarizándose con la red dejando de lado sus temores hacia personas extrañas a la vez que crean una falsa sensación de seguridad o de privacidad. Es cierto que Facebook ofrece múltiples herramientas para salvaguardar la información de los usuarios y usuarias pero estas se encargan de exponer en sus perfiles pequeños fragmentos de sus vidas íntimas

que al ser recopilados empiezan a dar una imagen de algunos rasgos de su identidad, y entre más sea la compulsión de exponer intimidades más podrán las personas especular sobre sí mismas. Fernández (2011) reafirma lo antes mencionado, al describir la privacidad en relación a la información expuesta en redes sociales:

"[...] Una vez que nos registramos en una red social y comenzamos a interactuar con ésta, la cantidad de datos personales que añadimos a nuestros perfiles es enorme, esa información se convierte en una identidad digital que facilita un rápido conocimiento de datos de contacto, preferencias y hábitos del usuario. Entre los datos personales que añadimos estaría nuestro nombre, fecha de nacimiento, fotografías, opiniones acerca de nuestra tendencia política o creencias religiosas".
(p, 52)

Fernández, admite que aunque la intimidad y la privacidad en estas redes están dotadas de derechos legales existen diferencias entre ellas, que hacen extremadamente difícil su protección, pues si bien el resguardo de la intimidad está en manos de los usuarios, la privacidad en Facebook es casi nula y deja la intimidad frágil, ya que la información siempre está expuesta a otros y cuando se dice otros no siempre hace referencia a los contactos sino a otro tipo de actores comerciales que usan la información como base de datos para sus campañas publicitarias.

"De todas formas, a modo de consejo, quien no quiera correr el riesgo de que su información privada sea expuesta públicamente, que tenga precaución con lo que publique en Facebook." (ibíd. 72)

Entonces es preciso asegurar que la privacidad ha tomado un significado diferente y las personas han extendido sus fronteras para poder pertenecer a una comunidad virtual. En las entrevistas hechas con las y los estudiantes, fue posible identificar la información que éstos exponen en sus perfiles de Facebook, la cual da cuenta de sus características propias que dejan a sus contactos y el público una imagen de ellas y ellos.

Ante la pregunta sobre qué información tienen expuesta en sus cuentas, las y los entrevistados respondieron lo siguiente. Presentaremos todas las respuestas de las conversaciones sostenidas con los y las informantes.¹⁴

“Está la carrera, el sitio donde trabajo y pues hasta ahora que sí, que mi esposa montó en el Facebook que teníamos una relación y pues obviamente eso está también ahí visible, básicamente son cosas así, ay sí, mi correo electrónico.”
[Leonardo]

“Mmm, pues la verdad la fecha del cumpleaños, los que son mis amigos pueden ver todos mis contactos y lo que me gusta, los libros, pues los videos que comparto, las fotos. [...] pues el nombre completo, el sexo, la edad, no, no tengo si tengo relación o no o con quién, eso no, pero pues lo otro sí, ni el número de teléfono tampoco me gusta tenerlo ahí pues que lo vean, así sean mis amigos, no.” [Estefanía]

“Pues es visible para todas las personas que yo he agregado y la información, yo diría que es muy poca, Unas, pues pocas fotos, de pronto, ¡ah! los comentarios que me dejan en el muro pero no, ósea información personal, no.” [Gerardo]

“Ah, esas que son como más generales si, sexo, edad, pero creo que ahí aparece si pertenezco a la universidad o a qué, creo que esa no la tengo llena, tengo que pertenezco como a tres a cuatro grupos, pero creo que todos son académicos, dos son académicos, uno es familiar y el otro es el grupo de compañeros del colegio.”
[Gerardo]

“Tengo por decir, donde termine mi secundaria, mi día, mes y año de nacimiento, donde estoy estudiando actualmente, mi carrera profesional, si esas son como las más básicas.” [Freddy]

“¿Información? Bueno, yo tengo mi nombre, pues mi nombre original porque hay otra cosa, otro elemento que las personas no colocan su nombre, en mi caso si porque no tengo que ocultar, mi nombre original, mi fecha de nacimiento, a qué me dedico, estudio, trabajo, nada más, digamos que otro tipo como con quién vivo o dónde vivo, que mi número de teléfono, que whatsapp, todo este tipo de cosas no, únicamente lo que el Facebook solicita, de resto nada más.” [Jaime]

“Mi estado civil, mi fecha de cumpleaños, mi sitio de residencia y mi profesión.”
[Dayana]

“Mi sexo, mi nombre, lo que estudio, edad, fecha de nacimiento, el lugar donde trabajo esta desactualizado.” [María]

¹⁴ Los nombres de cada una y uno de los entrevistados han sido modificados para efectos de confidencialidad de la información suministrada.

Las siete respuestas de las y los entrevistados, muestran una generalidad en la información que tienen expuesta en sus perfiles de Facebook como el nombre, el sexo, lugar de estudio y la fecha de cumpleaños, todos, elementos que hacen que los individuos puedan identificarse ante los otros a través de una red social que por cierto, permite crear un conjunto de características e imagen que quedará fija en este escenario en general, sin tener que darlas a conocer a cada contacto individualmente, situación que al mismo tiempo se interpone a la necesidad de interactuar presencialmente con el otro para descubrirlas.

“Para sus usuarios, Facebook es atractivo porque les permite presentar una imagen al exterior sin verse en el aprieto de tener que abrir una conversación para hablar de sí mismos, o expresar directamente lo que desean de la vida; además se ahorran la posibilidad de ser criticados de forma directa.” (El-Sahili 2014, p, 46)

Si bien, la información que parece ser genérica y “básica” como la llaman algunos entrevistados, tiene un gran significado al momento de escudriñar qué hay en Facebook. Por ejemplo, al entrevistado *Leonardo*, después de escuchar la información que tiene expuesta en su perfil se le preguntó:

E. ¿De pronto sientes que esa información es muy personal o es básica que no tiene trasfondo?

“Pues obviamente la información es personal, pero digamos de una escala, digamos de uno a diez, diría que es personal pero es algo, es algo personal pero básico en cuanto a otro tipo de información que ya son más compleja y son propias de uno o de una pareja o su familia.” [Leonardo]

Para *Leonardo*, existe una diferenciación en la información que se hace pública en Facebook, el lugar de trabajo, su estudio y su situación sentimental las define como básicas y se podría inferir que menos graves, ante otras más complejas como asuntos entre su pareja y su familia.

Existe un paralelo dentro de este esquema que manifiesta *Leonardo*, porque y como los demás entrevistados hay aspectos que pueden estar a los ojos de los demás en el mundo virtual y evidentemente otros no. Ahora bien, sería pertinente

saber ¿Qué hace que el sexo, la edad, la fecha de nacimiento, el nombre real, y el lugar donde se estudia, sean una información que sí se puede estar expuesta?

El sexo por ejemplo, es un elemento que permite que los individuos se distingan biológicamente entre mujer y hombre y ello permite ir estableciendo quién soy. La edad sitúa en el ciclo vital a las y los usuarios además de su grupo generacional; son jóvenes, adultos, entre otros.

Usar el nombre real en Facebook se analiza desde dos sentidos en este estudio; primero que hay un voto de confianza en la red al dejar al público la posibilidad de conocer cómo se llaman ante el mundo virtual y unos otros que lo exploran. *“El nombre de usuario es lo primero y lo más importante para diferenciarte de los demás usuarios dentro de estas enormes comunidades.” (Domingo y otros, p, 22)* Y segundo, tienen un perfil coherente al menos con el elemento “nombre” con el mundo presencial.

Respecto al exponer el lugar de estudio y la profesión que se está llevando a cabo, se relaciona con lo que Parsons (1984) ha planteado como *status* ya que lo define desde un aspecto posicional como:

“[...] aquel en que el actor en cuestión se encuentra “localizado” en el sistema social, en relación con otros actores. Eso es lo que puede ser llamado su status, que es su lugar en el sistema pautado de partes.” (p, 34)

Tener configurado en el perfil de Facebook la pertenencia a una institución académica superior, en este caso la Universidad del Valle, permite mostrar ante los demás, los receptores, en qué “lugar” se encuentran, es decir, quien observe la cuenta de alguna o alguno de los entrevistados, se dará cuenta que éste estudia una determinada profesión y en dónde lo hace. Es en este sentido que se recurre a los planteamientos de Parsons (1984) puesto que este autor, establece el *status* como una posición que se tiene dentro de la sociedad y estructura en que se vive y en ello, se espera una determinada conducta y el desempeño de un rol.

Dar a conocer la posición que se ocupa dentro del sistema social, es un elemento que permite configurar al individuo. “Soy estudiante” por ejemplo ya sitúa a una

mujer o a un hombre en un determinado rotulo, es decir, se espera que su conducta y su rol a desempeñar, sea coherente con lo que ha manifestado ser. Este tipo de información en la red social Facebook, puede dar una definición no completa, pero si algunas ideas, de las publicaciones, reacciones y demás que se podría esperar de dicho individuo.

Material expuesto en Facebook.

Facebook no sólo permite publicar datos personales, esto es apenas un segmento de las avenidas que se recorren en este. Facebook tiene como mayor virtud la “libertad” que da a sus usuarias y usuarios de compartir todo tipo de material y ello precisamente es lo que ha hecho sostenible y popular a esta red. Se ha dicho hasta ahora que por este medio las personas pueden mostrar las características relevantes de sí mismo y mostrar lo que les enorgullece, pero los rastros que deja la información expuesta terminan dando a los receptores la imagen real de quien recrea cada uno de esos escenarios, esto simplemente porque no podemos desconectar totalmente lo que somos en la vida *off line* de lo que somos en vida *online*, ni mucho menos borrar nuestra realidad por más desaliñada que parezca.

“Las personas que están en las redes tratan de crear y sostener su carta de presentación, no solamente a través de los datos del perfil destinados para este motivo; también a través de lo que publican, de esta manera van construyendo una identidad paralela a la que tienen en la vida real, la que se puede llamar la identidad de Facebook; una identidad que puede ser, dependiendo del tiempo y de las circunstancias, mejor o peor, más ideal o incluso más real de la que se tiene en el entorno. (El-Sahili 2014, p, 55)

Es en este sentido que se indagó en este estudio por el material que exponen las y los estudiantes en sus cuentas y la frecuencia con lo que lo hacen, porque es sin lugar a dudas el escenario para mostrarse ante los otros. Teniendo en cuenta esta precisión, se obtuvo de las y los entrevistados el tipo de material que comparten, como forma de acercarse a la realidad que el fenómeno Facebook ha provocado, sobre todo en las jóvenes generaciones.

“Pues esporádicamente una que otra foto, y de vez en cuando uno que otro mensaje que da a entender cómo me siento o algo así agradable que me ha sucedido, de resto... nada más.” [Leonardo]

Sin entrar a más detalles, se puede evidenciar en lo que expresó el entrevistado *Leonardo*, que sus publicaciones están relacionadas con sus estados de ánimo o un acontecimiento agradable, aunque no lo hace con frecuencia, da a conocer virtualmente en qué circunstancia se encuentra, sobre todo si es interesante.

Otras de las respuestas dadas se refieren a fotos, imágenes, noticias y demás que las y los entrevistados manifestaron compartir en la red.

“Sobre todo fotos, fotos pues de salidas, de fiestas, fotos con mi pareja.” [Estefanía]

“[...] son como mensajes de pronto para fechas especiales que publico alguna imagen o alguna situación en específico.” [Freddy]

“[...] lo que yo hago es compartir información más de tipo académica, cosas que, noticias, cosas que en lo personal me parece que puedan servirles a otras personas [...]” [Jaime]

Aunque las y los entrevistados expresaron no publicar mucha información de su vida, según las anteriores respuestas y así ellas y ellos no lo vean como aspectos personales, las fotos e imágenes que ilustran sus vivencias pueden ser un ejemplo de que se está dando cuenta de un estado, una ubicación e incluso estados anímicos. Por lo tanto, se resalta la distinción que hacen las y los estudiantes de la información que consignan en Facebook, (explícita) y los elementos y aspectos que publican y material compartido en la red (implícita).

Fotografías.

Si bien se ha identificado la información que comparten las y los estudiantes, es pertinente examinar el tema de las fotografías como parte de la creación y

componente de un perfil, siendo un elemento que se resalta dentro de los resultados de esta investigación.

En el caso de esta investigación:

“La foto digital instituye nuevos rituales en torno a la imagen centrados en la interacción y la participación social, la fotografía es usada hoy más que nunca como un medio para establecer y reforzar vínculos sociales. Este hecho cuestiona y reinventa el propio concepto de Imagen, la obra de arte, la noción de privacidad, los márgenes de seguridad, los derechos de autor y la construcción de la identidad.” (Islas y Ricaurte 2013, p, 13)

Las fotos además, son esa prueba fehaciente de la imagen que se quiere y bueno podría decirse, se debe proyectar, pero es necesario pasar por un filtro ya que será su rostro ante el mundo, son precisamente los otros quienes recibirán con agrado o todo lo contrario, aquello que es expuesto. Si bien el perfil y el muro, son como la sala de nuestra casa donde llegan los invitados a compartir y en esa medida, pueden observar lo que en él hay y juzgarlo según su apreciación.

“Facebook representa, para la mente inconsciente el álbum de fotografías de la casa, así como el deseo de mostrar a los recién llegados las últimas experiencias vividas; es decir, representa la necesidad de que los demás conozcan de las reuniones e intercambios que ocurren en la familia y con los amigos.” (El-Sahili 2014, p, 28)

En este orden de ideas se indagó por la frecuencia con la que las y los estudiantes suben una foto en Facebook, donde se encontró como respuesta unánime que son *muy pocas las veces* que realizan esta acción. Fue común encontrar respuestas como *“Por ahí una vez al mes”, “Desde hace más o menos dos años para acá que cada tres, cuatro meses”*; pero esta actividad ocasional se duplica respecto a la cantidad de fotos que tienen, pues las y los entrevistados sostienen en su mayoría tener más de ochenta, *cientos* fotos e incluso se registró una respuesta de *más de setecientas*. Lo que indica lo anterior, es que si bien se sube una fotografía en Facebook regularmente, cuando lo hacen no es solamente una, al menos eso sugiere sus afirmaciones que señalan una analogía entre la regularidad y la cantidad.

Y es aquí, en el asunto de las fotografías fundamental para la identificación en Facebook, donde entra en juego aún más la subjetividad de las y los estudiantes y lo que toman de su contexto, pues resalta el tema de la belleza, la moda, la apariencia física y de nuevo, el status. Con dichas características, las usuarias y usuarios de Facebook tienen la libertad y decisión al mismo tiempo, de subir o no una y muchas más fotografías, con las siguientes implicaciones: cómo, dónde, con quién, para qué y quién.

Por ello las y los entrevistados manifiestan la necesidad de hacer un control interno el cual consiste en no subir ni dejar subir fotografías donde consideren está en riesgo su reputación, porque controlan las etiquetas o publicaciones donde perciben que su físico no es agradable.

Esta última afirmación resulta ser interesante ya que en este aspecto se hallaron diferencias entre hombres y mujeres; ellas afirman que deben revisar las fotografías antes de ser subidas debido a que no les gusta verse “feas” o en “situaciones incómodas”, esto tiene su razón de ser en los altos estándares de belleza que se han impuesto en la sociedad y los estereotipos culturales que tiende a crear inseguridades en las mismas. Al contrario de las mujeres, los hombres no mencionaron que fuese importante su imagen, (aunque esto no significa que no lo sea) solo que lo expresan de otra forma, a excepción de uno entrevistado quien manifestó que pone mucho cuidado a las fotografías que le etiquetan ya que fue víctima de ciberbullying¹⁵.

Para constatar lo anterior, éstas fueron algunas de las respuestas encontradas en este estudio que expresan las implicaciones que hay antes de montar una fotografía en Facebook.

¹⁵ “El ciberbullying se define como el uso y difusión de información, real o ficticia, con ánimo lesivo o difamatorio y en formato electrónico. Esta difusión puede realizarse a través de diferentes medios de comunicación digital como el correo electrónico, la mensajería instantánea, las redes sociales, mensajería de texto a través de dispositivos móviles o la publicación de vídeos o fotografías en plataformas electrónicas de difusión de contenidos.” Inteco (Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación), Disponible en: <http://www.adolescenciasema.org/usuario/documentos/SOS%20ciberbullyneducadores.pdf> 15 de abril de 2015.

“No sé, siento que no todo hay que ponerlo en el Facebook hay cosas que se pueden subir, hay cosas que no, hay cosas privadas, la verdad no soy muy fotogénica tampoco.” (María)

Teniendo en cuenta lo anterior, *María* argumenta no ser muy fotogénica y es por ello que evita montarlas o al menos que se suban a Facebook sin su aprobación, de hecho continua manifestando:

“La verdad es que poco tomo fotos, primero no soy fotogénica y nadie me sabe coger bien el perfil, para poner mi foto en el perfil tengo que buscar una perfecta. Por lo general no estoy tomando fotos, como no tengo un teléfono que permita ahí mismo tomar una foto, subirla, también creo que eso limita porque por lo general algunas personas toman fotos y de una la suben al Facebook.”

Y aquí dos aspectos a destacar: el primero de ellos, es que la entrevistada *María* valida y se refiere al fenómeno de la tecnología y los medios de comunicación como una actividad de las experiencias cotidianas que se transmiten a través de imágenes a Facebook. Y segundo, la condición que expresa, debe tener la foto de perfil, aquella imagen que la identificará en la red social, la cual tiene que ser perfecta, digna de ser la foto del perfil. Y no es la única que presenta esta condición para publicar fotos, también están los casos de la entrevistada *Dayana* y *Estefanía*, al manifestar que:

“Pues primero que salga bonita, que tenga buena apariencia la foto, que yo no vaya a salir despeinada, con los ojos cerrados”. [Dayana]

“Bonita”, “buena apariencia” son las características que fundamenta la entrevistada *Dayana* para que una foto clasifique en lo que sí se publica en Facebook, y esa condición de bonita, incluye el hecho de que no vaya a salir despeinada ni con los ojos cerrados, que serían los aspectos que le quitarían el crédito a la fotografía de ser montada en la red.

Otra de las respuestas que se refieren al estado de las fotos, fue la de la entrevistada *Estefanía* y comentando sobre el sistema de etiquetado que:

*“Si aparezco en las fotos es porque yo he permitido que me la tomen, entonces si no me molesta que la suban, a menos de que salga fea les digo ¡no, quita esa foto!”
[Estefanía]*

Con todo lo anterior anotado, se evidencia una predominancia de las entrevistadas hacia la condición de sus fotos para ser publicadas en Facebook, de hecho se toman el trabajo de solicitar que se elimine alguna montada en la red por no ser de sus agrado o antes de subirla, examinan cuál sí puede ser vista por los demás, que a propósito debe mostrar lo que ellas denominan perfección y belleza.

“La mayoría de la gente es sumamente selectiva cuando se trata de colocar la propia imagen, a pesar de tener muchas de donde escoger, utiliza tiempo y reflexión para encontrar la ideal; [...] Esto se debe a que la imagen que se proyecta al exterior necesita ser contralada por la persona antes de que se publique para asegurarse que luzca el mejor aspecto de sí misma.” (Ibíd. 61)

Después de todo en un lugar donde se puede ser perfecto no caben personas imperfectas y que mejor forma de hacerlo que una fotografía, el entrevistado *Jaime* por su parte manifiesta:

“[...] yo pienso que muchas personas si bien es cierto, no todas pero la gran mayoría, publican fotografías es únicamente para alimentar su ego hasta su autoestima, porque la fotografía es un medio que te permite transformarte a ti mismo, por ahí existe muchas herramientas como el photoshop, como muchas que tú te tomas una fotografía y te embellece totalmente la fotografía, entonces muchas personas lo hacen.”

Esto nos lleva a pensar que la imagen en la red sí tiene un gran escenario dentro de las definiciones que los jóvenes estudiantes hacen de sí mismos, con la diferencia que dicha imagen no permite la imperfección ni nada que se le interponga a la belleza. No siempre se pueden controlar todas las situaciones como estar “despeinada” en un momento dado, sin maquillaje y otros aspectos más, pero en Facebook no caben estas circunstancias y retomando a Goffman (1989) cuando sustenta que el individuo o actor:

“tenderá a mostrarles solo el producto final, y estos los juzgarán sobre la base de algo que ha sido terminado, pulido y empaquetado.” (p, 55)

Además de mostrar el producto final, las y los usuarios de Facebook tienen la posibilidad de controlar también qué se sube en el caso de las etiquetas, está el ejemplo del entrevistado *Freddy* quien manifiesta tener condición para que otros publiquen fotografías en su perfil.

“Si, las fotos por si me gustan o no me gustan o si son adecuadas o no adecuadas, hay personas que de pronto colocan comentarios sin ninguna intención, pero uno de pronto no está en la mejor situación y los toma mal, entonces primero como que los reviso para ver si los admito o no los admito.”

Tener el control es importante como lo expresa *Freddy*, opción que esta red social le da, entonces Facebook es como tener un pedazo de mundo real en el mundo virtual, solo que es una versión mejorada del mundo real, de las personas reales.

Según El-Sahili (2014), el rechazo a lo que no se controla relacionado con la identidad, puede analizarse como:

“[...] el rechazo a las imágenes que proyectan fealdad, desagrado o extrañeza (la identidad también se reconstruye a través de lo que otros ven de ella, y se modifica cuando la persona conoce algún defecto y hay una retroalimentación del mismo); pero este proceso es más lento y nunca es asimilado por completo por la persona.” (p, 61)

Y ya que no todo se publica, no se admite ¿qué es entonces lo que hace mérito para aparecer en Facebook y esté a la vista de los demás, además de que sea “perfecta”? Para ello las y los entrevistados manifestaron que las fotografías que publican, hace alusión a:

“Acontecimientos especiales, tampoco voy a publicar todas las fotos que tenga dentro de mi álbum personal sino que solamente comparto las de por ejemplo: un cumpleaños de los amigos, entonces es un evento que amerite la celebración entonces así mismo pues yo publico la foto.” [Dayana]

Y siguiendo esta misma característica, otras de las respuestas encontradas que coincidieron con el estado de las fotografías para ser publicadas es la del entrevistado *Freddy* al expresar que:

“Cuando de pronto hay fotos que me gustan o que estuve en un evento entonces pido que me las envíen por ahí porque es como el medio más fácil ¿no? Entonces pido que me las envíen o que me etiqueten o cuando estoy celebrando fechas especiales por decir que hace poquito pues terminé mi trabajo de grado, entonces la dedicatoria la subí porque me pareció chevre compartirlo con los demás.”

Lo que nos lleva a la deducción que las personas si necesitan dar a conocer sus actividades como medio de reconocimiento o status y las fotografías son la prueba grafica de cada actividad. La fotografía entonces es, una forma de personalizar un espacio virtual de decir que es tuyo y relacionarlo con tus intereses.

“Los mundos virtuales equivalen a una verdadera revolución [...] Antes girábamos alrededor de las imágenes, ahora vamos a girar dentro de ellas”
(Quéau 1995, p, 11)

¿Para quiénes es visible la información y material expuesto?

Y con la anterior premisa, es preciso identificar quiénes son los observadores y receptores de dicha información y material expuesto, quiénes son aptos para tener acceso al contenido de los perfiles de Facebook o carta de presentación virtual.

Se les preguntó a las y los estudiantes en este sentido ¿para quiénes es visible dicha información? Y éstas fueron algunas de sus respuestas:

“Bueno, pues mi información antes era privada pero ahora es pública, porque pues yo anteriormente quite esa opción de privacidad porque pues siento que en mi información no hay nada así delicado que ocultar, ni nada, incluyendo antes las fotografías solo las podían ver unas pocas personas, pero pues decidí porque realmente llegué a esa reflexión, mi Facebook no tiene así algo delicado que ocultar y porque pienso que debe mostrarme tal y como soy y lo que puedo evidenciar así porque muchos veces me pasó, personas que me enviaban la invitación, que sí, que yo no sé qué, que no tienes información, que no tienes fotos, ósea como que quieren saber más de la vida ¿no?, más de uno, porque pienso que ese es un primer elemento en Facebook, la gente conozca un poquito más de esa persona, al menos si sea visualmente, entonces pues, para darle gusto a la humanidad pues quite esa opción de restricción, entonces pues tengo la información que creo es suficiente que la gente pueda conocer.” [Jaime]

La respuesta del entrevistado *Jaime*, señala que ha dejado su información pública ya que considera no tener algo delicado que ocultar y que su cuenta de Facebook: “*debe mostrarme tal y como soy*”. Esta frase indica que para el entrevistado *Jaime*, Facebook es un medio para darse a conocer hacia los demás y es así como lo sustenta en su respuesta, otorgándole a esta red social, la posibilidad que trae a nuestras manos, de abandonar el anonimato para el reconocimiento de estar en el mundo.

Teóricamente la anterior afirmación se puede relacionar con lo que propone Goffman (1989) ya que:

“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 realiza tendrá las consecuencias que en forma implícita pretende y que, en general, las cosas son como aparentan ser.” (p, 29)

Otra característica que se puede destacar de la respuesta del entrevistado *Jaime*, es cuando manifiesta que le era cuestionado el hecho de no publicar demasiadas fotos e información y en ese sentido determinó, que los individuos querían saber más de su vida. Los otros, cumplen un papel fundamental en la tenencia de una cuenta de Facebook porque es en este intercambio de información, donde cobra sentido la función de esta red social, porque no sólo permite que sus usuarias y usuarios se den a conocer a los demás sino que también, reconozcan la existencia de los otros, al querer saber más detalles específicos de éstos y por ende sus identidades cobren realidad (Guerrero, 2002).

Esta misma pregunta la respondió el entrevistado *Freddy*, quien no permite que su información expuesta en Facebook sea visible para el público en general, éste manifestó tener una condición para dicha posibilidad.

“¿Qué características? Pues primero que sea amigos o amigas, que ya nos hallamos conocido con anterioridad o de pronto si es una nueva amistad pues que ese sea el medio por el cual uno pueda tener más contacto, pero sí que tengamos como una afinidad, que pertenezca a mi círculo social.”

La opción de restricción es un filtro que dentro de todas las posibilidades de Facebook, permite seleccionar el tipo de observadores que tendrán acceso a la información personal. Dentro del límite que ha establecido el entrevistado *Freddy*, se resalta que como condición, la afinidad, es un atributo para que un contacto pueda ver libremente lo que tiene consignado en su cuenta. Se resalta además que la pertenencia al mismo círculo social, es una condición meritoria para que se pueda observar la información que conforma el perfil del entrevistado. Y ello de compartir y tener afinidad con los gustos, intereses y demás, da paso nuevamente a que el individuo sea reconocido porque a pesar de ser diferente, tiene ciertas características, con las cuales se identifica.

La privacidad

Ahora bien, conviene identificar por qué la información y material expuesto en Facebook no es visible para todo el público, y es en este punto donde emerge un aspecto fundamental tanto del mundo virtual como la vida presencial y se refiere a la privacidad, entendida desde Bauman (2011) como el:

"[...] ámbito que se supone de dominio personal, el territorio de la soberanía personal indivisa en cuyo interior uno tiene el poder completo e indivisible de decidir "qué y quién soy", y desde el cual es posible lanzar y relanzar cruzadas con el fin de que se respeten y reconozcan las decisiones propias." (p, 121,122)

La privacidad entendida desde lo que le compete a cada individuo y éste a su vez tiene la libertad desde ciertos parámetros, cómo la maneja. Muy por el contrario de lo que muchos piensan, las y los estudiantes de este estudio, ven la red social como un peligro si no se le da un buen uso, ellas y ellos además opinan ampliamente sobre las consecuencias negativas que tienen las interacciones netamente virtuales, principalmente en la privacidad, la autoestima y conducta de otros jóvenes, por ello tienen restricciones a la hora de entablar relaciones, a la vez que regulan su participación en la red.

"Por la privacidad, pues uno escucha en las noticias que por tal Facebook vieron que le robaron la casa o lo robaron y todo eso, entonces no me gusta exponer mi vida a un desconocido, sino solamente los contactos." [Freddy]

"[...] yo pienso que el Facebook es para interactuar, conversar, pero no para exponer, osea no exponer realmente tu vida privada, yo pienso que en resumidas cuentas seria eso, yo Jaime, osea para mi es una regla sagrada no exponer mi vida privada ni en comentarios, ni nada de ese tipo de medios." [Jaime]

Ante estas respuestas, se puede identificar la limitación que tiene Facebook respecto al manejo de la privacidad, pues así como permite darse a conocer ante los otros, propicia otro tipo de situaciones, las cuales las y los estudiantes le temen, por ejemplo:

"Mis noviazgos, algo que me pueda pasar en un momento determinado. [...] Yo creo que eso es algo privado, si en algún momento quiero hablar con alguien, busco a una amiga que me pueda escuchar, ¿por qué medio mundo tiene que darse cuenta de lo que me está pasando? Es mejor hablar con alguien si tengo una situación difícil o estoy muy alegre generalmente no lo publico, frente a una noticia si publico, doy mi opinión." [María]

Es por todo ello y que a propósito se evidenció durante la investigación, que las y los entrevistados le dan un valor importante a la privacidad al no exponer todos los aspectos de sus vidas en la red, aunque cabe destacar que también dentro de estos límites hay muchas más razones para dejar información reservada para sí, es así como lo expresa Gutiérrez (2001)

"La intimidad individual es una manifestación necesaria para la vida moral del ser humano, ya que todos los hombres tienen, por necesidad, algo que reservan para sí." (p, 37)

Lo anterior se sustenta y amplía el tema de la privacidad, identificando la información y material que las y los entrevistados evitan exponer en sus cuentas de Facebook y justificando el por qué.

Material e información que se evita exponer en Facebook

El Facebook fácilmente se puede comparar con un iceberg; la parte que emerge se puede semejar con el espacio visible que son el perfil y el muro y es en estos donde se deja ver lo que a nuestro juicio es pertinente y no invade los parámetros de privacidad, mientras la parte sumergida son los mensajes, todo eso que consideramos privado y que por lo tanto no está a la vista de todos.

Para analizar el primer caso se preguntó a los entrevistados que evitan exponer en sus cuentas a lo que respondieron en unanimidad que jamás publicarían sus estados de ánimo, sentimientos, o discusiones de pareja, pues no están dispuestos a ser juzgados por los demás;

“la red afecta al control de impulsos volviendo al cibernauta más defensivo ante los comentarios discrepantes con sus expectativas; eso se debe a que el usuario valora sus publicaciones, fotografías, videos o noticias como si fueran sus pertenencias, y las críticas hacia ellas, como si se tratara de un daño a su patrimonio” (El-Sahili2014, p, 122).

Para comprobar lo anterior, se generaron durante las entrevistas respuestas en las que las y los estudiantes precisaron la información que no comparten en Facebook y algunas de las motivaciones por lo cual no lo hacen.

“Que esté peleando con mi novio (risa), eso me parece terrible, porque el Face ni nadie de ahí le va resolver esa cuestión, entonces, pues a veces uno si puede poner me siento triste, aburrida, pero no que ¡no me hagas eso! que ¡te odio! no, no, nada de eso.” [Estefanía]

Es válido para la entrevistada el publicar cómo se siente sin entrar a más detalles como lo muestra en su respuesta, en este caso sí manifiesta que su estado de ánimo es motivo de publicación, lo que no lo es para las y los demás entrevistados, mencionando qué es lo evita exponer:

“De pronto dónde estoy, mi ubicación geográfica, que si estoy en la casa de familiar, en la casa de un amigo o en tal ciudad, evito eso y también mi cotidianidad ¿no? O exponer de pronto mucho a mi familia y a mis seres queridos, eso evito.” [Freddy]

Dar la ubicación en Facebook para el entrevistado *Freddy* puede ser un riesgo tanto para él como para sus familiares y además lo relaciona con los aspectos privados de su vida que debe conservar, como ya lo había manifestado en otras respuestas.

“Cuando colocaban que la familia, que tío, primo, amigo pues porque yo creo que eso hace parte de la privacidad de uno y la relación sentimental, no la coloco pues porque eso hace parte ya de la intimidad, entonces si uno es soltero, casado, unión libre, se divorció, no, eso no, no comparto esa situación.” [Freddy]

Y el entrevistado *Freddy* no es el único que expresó no revelar su estado sentimental en Facebook, al parecer es un asunto de exclusiva reserva y que no debería estar al conocimiento de los otros y además expresan las razones, como las que se encontraron en esta investigación.

“Mi vida sentimental y amorosa, primer cosa que yo no haría y que detesto que la gente lo hace, que publican su vida privada, qué problemas tienen, osea realmente pienso que es un mal espacio para hacer catarsis, creo que no da lugar, primero, mi vida sentimental, amorosa, mmm, de mi familia porque hay muchas personas que cuentan, bueno que su familia es esto, que su familia, tampoco lo haría, tercero digamos que, otra cosa que por lo menos cuando yo salgo o voy a salir de viaje, que de pronto he estado en alguna parte, que mucha gente estoy en tal parte, estoy haciendo esto, osea no, por lo menos personas que estoy viendo una película, me siento triste, [...] [Jaime]

Además de dejar claro que no publicaría su vida sentimental en Facebook, el entrevistado *Jaime* da su opinión sobre aquellos que sí lo hacen y publican cómo se sienten, argumentando que esta red social no debería ser un espacio para tal fin. Agrega y otro punto de encuentro con otros argumentos encontrados aquí, que tampoco expondría asuntos de su familia, ni dar la ubicación donde se encuentran.

Todo lo anterior pone de manifiesto una vez más, que para las y los estudiantes la privacidad tiene un gran valor para las experiencias a efectuar en Facebook, éste es un elemento esencial para publicar información y material o bueno, para dejar de exponer algunos aspectos de su vida como lo manifestó la entrevistada *Dayana*:

“Primero mis estados de ánimo, porque considero que eso es un tema que no le incumbe a otra persona, que si hoy amanezco bien y mañana amanezco mal pues eso es algo de mi personalidad que no me gusta exponer ante un público.”

Y sumado a los estados de ánimo y amorosos, también están las fotos en circunstancias especiales, pues no todas son las indicadas para estar a los ojos del público, ni siquiera de los contactos que se tienen en la lista de amigos, y ello se denota en la respuesta de la entrevistada *María*, al mencionar la información y material que no permite que se exponga en Facebook.

“Fotos más en situaciones comprometedoras, de hecho no me gusta que toda información se suba al Facebook, cuando me tomo fotos con mis amigos procuro saber cuál es que va a subir y cuál no o si podemos decir no se sube, no se sube.”

De esta situación en particular se destaca y lo que se mencionó anteriormente, es el miedo a la ridiculización al publicar fotos en situaciones comprometedoras o que no sea del gusto de su emisor, de hecho y como lo expresa la entrevistada *María*, se hace un consenso para determinar si se suben o no las fotografías. Lo anterior sugiere que el montar una foto pasa por un proceso de selección, de llegar a un acuerdo donde todos (as) los presentes e involucrados finalmente puedan tomar la decisión de publicarla o no. Es así como Goffman (1989) expresa que:

“[...] en esas interacciones donde el individuo presenta un producto a otros, tenderá a mostrarles solo el producto final, y estos los juzgarán sobre la base de algo que ha sido terminado, pulido y empaquetado.” (p, 55)

Hasta aquí se puede inferir que las y los estudiantes tienen en sus perfiles de Facebook lo que es aceptable y es observable según su percepción de privacidad. La información y material que se evita exponer, es una muestra de los procesos de toma de decisiones que afrontan todas (os) en diferentes momentos de sus vidas, pero además refleja lo que no es atractivo de ellos, esos aspectos que encubren para no exponer su imagen. Cuando se monta cualquier tipo de información al Facebook siempre esperan una respuesta positiva y complaciente,

si por el contrario es hiriente o poco atendida por los otros, los usuarios pierden el interés por la red o en el peor de los casos mengua su autoestima.

Como menciona Aparici (2010), las personas en Facebook:

"[...] enuncian las vidas privadas sin mayores objetivos que la autopromoción de sus propias existencias a través de experiencias personales, fotos o relatos que no aportan nada a los "otros", más que la posibilidad de la contemplación". (p, 31)

Algunos especulan que Facebook es un sitio donde el narcisismo está a la orden del día, otros opinan que este sirve para subir la autoestima, sin embargo todo apunta a que Facebook al ser una red donde se necesita constantemente la participación de receptores y emisores no se puede dar una identidad completa, pues cada temporada o moda hace más necesario cambiar de apariencia y porque no de formas de actuar y pensar.

Otra afirmación común entre las y los entrevistados es que este tipo de publicaciones sobre sus estados anímicos no deben publicarse si son acontecimientos tristes, pues no son interesantes para los demás y podrían ser blancos de burlas o críticas. Por lo tanto, ellas y ellos han determinado que este tipo de emociones pertenecen a lo que ellos denominan su vida privada, parece ser que algunos de las y los entrevistados sienten que Facebook representa una amenaza para quien se muestra sensible.

"Por lo general cuando tú publicas una situación sentimental negativa la mayoría la coge, uno; para burlarse, el 50% se alegra de que te esté yendo mal y al otro 50% sencillamente no le importa." [María]

"[...] yo siento que muchas veces, la gente actúa con doble moral, la gente muchas veces y lo que yo te decía ahora, muchas veces la gente quiere conocer otro tipo de cosas pero que son negativas y te hago por lo menos una reflexión volviendo al caso del Facebook, la gente muchas veces le fascina ver una persona que está mal, que está sufriendo, que le pasó esto, por lo menos en el plano sentimental [...]" [Jaime]

Según lo examinado, para los jóvenes entrevistados, Facebook además sirve para alimentar la curiosidad de muchos (as) y aún más si se trata de una situación

negativa donde los estados de ánimos de un individuo manifiestan que está mal. Por lo que expresan las y los entrevistados, cuando una o un usuario se muestra triste en sus publicaciones en la red social, se exponen a las burlas y a la gratificación de los demás al ver su padecimiento y que las cosas no le marchan bien, por ello es preciso que estas personas eviten publicar este tipo de emociones, si no quieren ser juzgados.

“A veces el individuo actuará con un criterio totalmente calculador expresándose de determinada manera con el único fin de dar a los otros la clase de impresión que, sin duda, evocará en ellos la respuesta específica que a él le interesa obtener. [...] A veces se expresará intencional y conscientemente de un modo particular, pero sobre todo porque la tradición de su grupo o status social requiere este tipo de expresión” (Goffman 1989, p, 6)

El rechazo a la exhibición de momentos tristes hace que las y los estudiantes rotulen a las personas que comentan sus fracasos o tristezas como ridículos o poco prudentes, pues este tipo de sentimientos aun hacen parte de lo que ellos consideran vida privada, en una visión extendida se puede decir que esta comunidad tiene como norma no mostrarse frágil.

Finalmente, las y los jóvenes esperan que Facebook sea para todos un escenario donde solo se pueden recibir y dar, halagos acerca de sus virtudes, alegrías, triunfos y esperan que los demás entiendan la dinámica y se sumen a ella.

4.2.2 Coherencia y/o contraste entre la información virtual e información no virtual identificadas.

“[...] pues el reconocimiento de la identidad elegida debe lograrse sólo a costa de interminables esfuerzos, a costa incluso del riesgo –que todo encuentro cara a cara necesariamente conlleva- de ser llamado mentiroso o rechazado.” (Bauman 2007, p, 156).

Actividades fuera de la red referenciadas en Facebook.

Nunca como en nuestros tiempos, habíamos experimentado tanta libertad en un escenario para expresarnos sin tan siquiera estar físicamente en él, que nos demos a conocer sin necesidad de salir de nuestras casas o mucho menos de viajar. Es por ello que Facebook, tiene un gran foco de atención tanto de aquellos que se insertan en este mundo como consumidores como quienes analizan las dinámicas sociales que se conjugan en esta red social.

La presente investigación, además de tratar de identificar la influencia de Facebook en la construcción de la identidad de las y los estudiantes de Trabajo Social, se quiso identificar si la información personal y virtual suministrada por las y los entrevistados evidenciaba coherencia y/o contraste con la información no virtual, por la cual se les indagó.

Teniendo en cuenta e identificada la información que las y los estudiantes tiene expuestas en sus cuentas de Facebook, se les pidió nombrar a través de las entrevistas, las actividades que dan a conocer en Facebook y las realizan por fuera de la red y éstas fueron algunas de sus respuestas:

“¿Las actividades que doy a conocer por medio de Facebook y realizó por fuera de la red? Pues hay veces así que hay eventos sociales, más que todo familiares y anteriormente una que otra foto, pues cuando estaba en la universidad y nos tomábamos fotos así... y la mayoría son fotos solo, no, son fotos solo o fotos hoy en día con mi pareja o con uno que otro amigo así pues cuando manteníamos así recochando.” [Leonardo]

“Sí, si, si, pues normalmente si lo pongo es porque voy de salida para allá (risa), pero pues es pocas veces.” [Estefanía]

“Mmm, antes si colocaba como si, vamos para tal sitio, fiesta o estoy en un lugar, ahora ya no, ya no coloco que si estoy... aaa de pronto cuando hay una foto y estoy en una fiesta, estamos en una ciudad, si, a tal lado como para que quede que uno estuvo allí, pero ya casi no publico ese sitio, esa clase de información.” [Freddy]

El entrevistado *Freddy*, por ejemplo, hace un paralelo entre lo que solía publicar y lo que ahora hace público, cabe señalar que es otra de las características y motivaciones de la información expuesta que se han evidenciado durante la aplicación de las entrevistas, donde las y los estudiantes señalan actividades que hacían antes y no las hacen en la actualidad.

En ese sentido, cabe resaltar la precisión que hace el entrevistado *Freddy* sobre la función que cumple la publicación de una foto en un evento, de verificar que evidentemente si ha estado en dicho escenario.

“[...] cuando un individuo comparece ante otros, habrá por lo general alguna razón para que movilice su actividad de modo que esta transmita a los otros una impresión que a él le interesa transmitir.” (Goffman 1989, p, 16)

Y por lo que se interpreta de esta respuesta, es pertinente que quede claro ante los demás, que sí está en un evento y los receptores lo pueden verificar a través de lo que sus ojos ven. Esta acción manifiesta, se relaciona con el prestigio social dentro de lo que Bourdieu llamó capital simbólico, argumentando que:

“El capital simbólico refiere al prestigio social, al reconocimiento adquirido por el sujeto. Puede traducirse en intangibles como autoridad, reputación, fama” (Islas y Ricaurte 2013, p, 144)

Es por ello que dar constancia de las actividades que se realizan, cobra mayor relevancia en tanto conceden a cada individuo, grupo y/o comunidad la posibilidad de adquirir un prestigio social delante de los otros y que mejor escenario que Facebook, al permitir que haya una y más representaciones de eventos, reuniones, festividades y demás a los ojos de cientos de espectadores quienes legitiman y bueno, también deslegitiman, el lugar o posición que se ocupa

(Parsons 1984). Por consiguiente, el prestigio social es un elemento más, presente en la construcción de la identidad, sustentado en la medida que los otros son los que validan las acciones del actor social y así se configura quién es.

Las tres siguientes respuestas, se refieren a la publicación de eventos sociales y de trabajo, que efectivamente asisten, según lo que respondieron en la entrevista:

“Pues a ver qué tipo de actividades, por lo menos cuando hay una conferencia, hay una charla, por lo menos en universidades en Cali yo los publico, que me comparten la información hay tal conferencia, ese tipo de actividades que yo invito son las que pues digamos, si yo publico eso es porque o voy a asistir o me parece interesante que las demás personas lo hagan, ese tipo de actividades, pero ya por lo menos lo que yo te decía estoy viajando, que estoy estudiando, estoy trasnochando, no, ese tipo no, yo pienso, la gente no le interesa eso, la gente le interesa ver otro tipo de cosas.” [Jaime]

“Si pues digamos que hay algún evento grande o algo así que haya para asistir entonces si lo publico.” [Dayana]

“Actividades como tal, he publicado eventos de trabajo a los que asisto, convoco por la red y al mismo tiempo asisto a ellas de manera presencial, he publicado eventos de mi autoría y los he realizado, me encanta dialogar por el Facebook, uno se encuentra con gente lejana, que no veo hace rato por el Facebook, pero tengo la posibilidad de hablar con la gente que tengo más cerca directamente.” [María]

De esta manera puede decirse que las y los entrevistados, llevan sus actividades de la vida presencial u off line a la pantalla de Facebook, constatándolas a través de fotografías que así lo verifican, sin pasar por alto el hecho de que al asistir o tener la intención de asistir a un evento social o de cualquier tipo, publicarlo en la red social, también le expresa a los otros qué se está haciendo y en dónde. Un ejemplo de lo anterior se refleja cuando una o un usuario publica una fotografía de un evento social al que ha asistido, donde se puede evidenciar su presencia y el tipo de ocasión observando el vestuario de los asistentes y los objetos alrededor; para el emisor, es importante que sus contactos vean qué lugar ha visitado y qué actividad ha realizado y que además se le reconozca su esfuerzo por mostrar coloquialmente, en qué anda.

Asimismo, no sólo es el hecho de publicar cualquier tipo de material en Facebook, tal como lo precisa Goffman (1989) al identificar la exigencia moral que se le adjunta a los otros, cuando damos ante ellos una definición de alguna situación e impresión del tipo de persona que somos. Si una o un usuario publica en Facebook que asistirá o asistió a un evento de caridad por ejemplo, se podrá tener la impresión que éste es un individuo bondadoso y en esa medida vendrá una definición sobre el tipo de persona que es. Retomando a Goffman (1989) quien sustentan que:

“Para los presentes, muchas fuentes de información se vuelven accesibles y aparecen muchos portadores (o «vehículos de signos») para transmitir esta información. Si no están familiarizados con el individuo, los observadores pueden recoger indicios de su conducta y aspecto que les permitirán aplicar su experiencia previa con individuos aproximadamente similares al que tienen delante [...] También pueden dar por sentado, según experiencias anteriores, que es probable encontrar solo individuos de una clase determinada en un marco social dado. Pueden confiar en lo que el individuo dice sobre sí mismo o en las pruebas documentales que él proporciona acerca de quién o qué es.” (p, 13)

Contactos: ¿conocidos (as)? O ¿amigos (as)?

Ahora bien, se ha precisado en este estudio que las dinámicas identitarias como construcción de sentido (Castells 2000) y orientación en el mundo en que se vive (Almudena 2002), no sólo fluyen en la medida que un individuo configura su perfil, sino también y es momento de resaltar que lo anterior se da a partir de lo que se le muestra al otro y por esa razón, éstos, los observadores, tienen relevancia ya que son quienes reciben los mensajes.

Dentro de las múltiples opciones de Facebook, la de agregar a una o un y más usuarios a la lista de amigos, hace que esta red social se reconozca por la capacidad de mantener en contacto a sus suscriptores con personas cercanas y/o lejanas, conocidas desde la infancia, del lugar de trabajo o de estudio, entre otras más características. El agregar a un amigo como lo etiqueta Facebook, es la forma en que ésta red social cobra mayor relevancia, de hecho, si no hay contactos dentro de las cuentas, no podría llamarse red, no habría intercambio de información y mucho menos, quién observe lo que se publica. En este caso, los

contactos son los nodos que van uniendo el tejido el cual permite que la red social se mantenga y crezca.

¿Quiénes son los del otro lado de la pantalla? ¿Quiénes son los que tienen acceso a la información y demás publicaciones hechas en Facebook? Teniendo en cuenta lo ya expuesto por las y los estudiantes sobre su privacidad, a quiénes dejan publicar en sus muros denotando confianza en ellas y ellos, quiénes son precisamente los que hacen que la red social se mantenga y permita que sus usuarias y usuarios sean reconocidos. Ante estos interrogantes planteados en esta investigación, se buscó indagar sobre los contactos que las y los estudiantes tienen en sus cuentas, iniciando con identificar si éstos son conocidos (as), desconocidos (as) o ambos.

Se les hizo a cada entrevistado (a) la siguiente pregunta: *“Los contactos que tienes en tu cuenta ¿son todas y todos conocidos? Y ¿Es amigo o amiga de todos y todas?”*, asumiendo la siguiente definición: conocidos *“[...] son personas cuyos nombres conocemos y con las que platicamos cuando se presenta la oportunidad, pero con quien interactuamos muy poco.”* (Verderber y Verderber 2005, p, 126) y estas fueron algunas de sus respuestas:

“Si, incluso hace poquito habían personas que conocía como de una sola vez como ¡hola, ¿cómo estás?! Y nunca más, entonces empecé a hacer como un, un filtro, entonces ya tengo solamente con los que puedo interactuar personalmente.” [Freddy]

Y muy relacionada a la anterior respuesta la manifestó la entrevistada *Estefanía*:

“La mayoría, osea son muy pocos que no son amigos, amigos o que de pronto yo sé quiénes son y ellos de pronto saben quién soy y me han enviado la solicitud, los acepto, pero que definitivamente nunca los haya visto ni los conozca ni nada, no.”

Estas dos respuestas, señalan que las y los entrevistados prefieren abstenerse de agregar a sus perfiles de Facebook, personas que nunca hayan conocido por lo que se infiere, existe una restricción para que su información sea vista por el público y no todos (as) pueden tenerlos en su lista de amigos. Aquí se retoma el

tema de la privacidad, una vez más las y los estudiantes hacen la distinción entre los conocidos y desconocidos como condición para agregarlos a sus cuentas y es que:

“El éxito de Internet es que ofrece espacios de simulación que apelan a las habilidades previas del usuario para adaptarse a escenarios ficcionales. Y es justamente en la aventura del desdoblamiento que se pierden, entre otras, las nociones de privacidad que tanto valoramos fuera del mundo virtual.” (Albornoz 2008, p, 49)

Es por ello que en las redes sociales y en general internet, aunque existe la posibilidad de navegar casi que con absoluta libertad, hay desconfianza por parte de algunos cibernautas y en este caso de las y los estudiantes, para no dejar que toda su información esté a los ojos del público. Es válido mencionar aquí, que los riesgos sobresalen en cuestión de permitir a desconocidos acceder a nuestra supuesta área privada en la red, primero, porque como lo menciona Albornoz (2008) internet abre la posibilidad de simular, de inventar y jugar con esa ilusión y segundo y por consiguiente, alterar los niveles de realidad y generar consecuencias como el desprestigio social.

Hablar de desconocidos implica una desconfianza para dejar la puerta abierta a los datos y contenidos de internet, por ejemplo Sabater (2014) menciona que si bien los cibernautas limitan la observancia de sus perfiles por todo el público, dicha información ya hace parte de la esfera pública en el mundo virtual y ello debido a la cobertura de esta poderosa red y las nuevas dinámicas de este nodo informático (Castells 2000).

“Los jóvenes perciben que la exposición de estos datos se limita a un círculo cerrado de contactos y no advierten la extensión real de su difusión pública.” (Sabater 2014, p, 19)

Asimismo los riesgos que se corren son de igual relevancia a los beneficios de Facebook, por ejemplo el ciberbullying como mencionaba el entrevistado Jaime quien fue víctima de este tipo de violencia, aún por conocidos, qué podría esperarse de los que no lo son.

Por otro lado y como información contraste e interesante hallada en este estudio, también se encontraron respuestas donde las y los estudiantes manifiestan si tener en sus cuentas, personas que no conocen, como se puede apreciar en la respuesta del entrevistado *Jaime*:

"No, en Facebook ¿conocidos? la verdad no tengo presente cuántos contactos tengo, yo creo que no muchos, pero no todos son conocidos, algunos digamos que son conocidos porque nos hemos tratado alguna vez, otros porque ya son amigos mucho más cercanos y otras son personas pues porque me han enviado la solicitud de invitación o yo les he enviado la invitación y pues hemos charlado, pero pues conocidos, conocidos, amigos, amigos cercanos, muy pocos, no todos."

"Creo que dos o tres se me han filtrado, osea que me mandaron, que me parecía que los conocía, pero no." [Gerardo]

Estas dos últimas respuestas, contrastan con las de aquellos (as) que no permiten que desconocidos sean parte de su lista de amigos. Lo que permite evidenciar e inferir que esta situación de aceptar o no desconocidos en Facebook, va a depender de cada tipo de individuo, porque si bien, unos prefieren mantener su privacidad de esta manera, otros simplemente ven esta red social como la posibilidad de conocer otras personas.

Y lo anterior se entiende desde los planteamientos de Reguillo (2012) quien hace una apropiada precisión sobre la subjetividad de los jóvenes, como un determinante en las decisiones y experiencias de los nuevos escenarios que a propósito ofrece la modernidad.

"[...] hoy día, la experiencia se constituye en un espacio valioso por sí mismo, es la experiencia lo que vale y no lo que permita construir después. Y, sostengo, es a través de la experiencia como se construye y configura la subjetividad y la intersubjetividad juvenil." (p, 140)

De manera que dicha experiencia permite en nuestra actualidad, construir y direccionar las decisiones que a diario se toman y ello incluyen los nuevos escenarios, donde la subjetividad conlleva a una y más vivencias, para comprenderlo mejor, Reguillo (2012) continua argumentando que:

“A partir de la perspectiva sociocultural, trabajar desde la experiencia como momento constitutivo de la subjetividad exige meterse en aquellos territorios donde se están expresando estas transformaciones. Y es justamente en la interface entre dispositivos tecnológicos y consumos culturales, donde es posible observar estas cuestiones.” (p, 140)

Dichas subjetividades al establecerse como características de las decisiones y comportamientos humanos, cabe destacar que la noción de sujeto aparece de acuerdo a las diferentes relaciones que se crean con el entorno:

“[...] los sujetos son siempre sujetos situados en relaciones múltiples y heterogéneas, las cuales conforman el espacio que los determina en la naturaleza de su movimiento, que se traduce, en primer lugar, en el surgimiento de la necesidad de ocupar un espacio en el que tiene lugar el reconocimiento a pertenencias colectivas, lo que se acompaña de la conformación de una subjetividad social particular.” (Zemelman 2010, p, 357)

En suma, la presencia de la subjetividad y la intersubjetividad juega un papel determinante en las decisiones que toman los jóvenes, cuando se trata de su participación en la red social Facebook; a quién y a quién no se admite en sus cuentas, por ejemplo, y es que:

“[...] la constitución de la subjetividad plantea tener que reconocer momentos, que, teóricamente, son claros pero que no son fáciles de analizar metodológicamente, como ser: i) el momento de coaligarse en el plano individual y/o primario, ii) la constitución de referentes de pertenencia más incluyentes, iii) la consolidación de disociaciones sociales entre realidades estables y su expresión en prácticas sociales, y iv) desde éstas a las formas de organización que la potencian y garanticen su proyección.” (ibíd. 361)

En este orden de ideas, esto de agregar un amigo, amiga en Facebook, va más allá de una acción y se quisiera puntuar aquí. Facebook consigna la lista de contacto como “Amigos”, no categoriza por conocidos, desconocidos, amigos cercanos o lejanos, el segmento es general y tal como sustenta Bauman (2011):

“Los usuarios de Facebook se jactan de hacer quinientos “amigos nuevos” en un día: más de los que he logrado hacer yo en 85 años de vida... Ahora bien, ¿se deduce de ahí que cuando hablamos de “amigos” estamos pensando en el mismo tipo de relación?” (p, 126)

Y he aquí que se nos plantea un escenario más para detallar, ¿qué significa la palabra amigo? son *“personas con las que hemos negociado de manera voluntaria*

relaciones más personales” (Verderber y Verderber 2005, p, 127). Según lo anterior, hablar de amigos, es hacer alusión a una relación establecida entre dos o más personas que presupone el intercambio de aspectos más personales, donde se podría incluir, secretos, detalles de la cotidianidad, entre otros, ¿es a ello lo que se refiere Facebook? o ¿simplemente es una etiqueta para denominar la lista de contactos?

En cualquiera de los dos casos, es evidente que las y los entrevistados han aprobado que Facebook nombre la lista de contactos como “Amigos” y en ésta se generalicen y se agrupen los conocidos, desconocidos y si bien los “amigos más cercanos”. Hacer dicha distinción permite establecer y reafirman a quiénes, las y los estudiantes, dejan ver su información y demás material que comparten en sus perfiles.

Asimismo, esta precisión implica pensarse y establecer una resignificación del concepto de amigo – amiga, a la vez que las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), van fragmentando y homogenizando dichos conceptos. Para El-Sahili (2014) esta reciente reconceptualización que podríamos llamar, se entiende desde:

“Cuando se entra a Facebook, aunque los ojos vean una agrupación amplísima y casi caótica de información que proviene de los contactos, se asiste inconscientemente a ese pueblo mágico, en donde hay una comunidad de personas amigas que jamás interrumpen al que escribe, que están disponibles para establecer contacto y escucharlo todo el tiempo que sea necesario; comunidad pequeña que contiene a las personas con quienes se quiere interactuar, y todo eso, ¡en un solo lugar!” (p, 26)

Es así como asistimos a las reconstrucciones de conceptos tan utilizados en nuestra cotidiana que al ser trasladados al mundo virtual, toman un significado distintivo de lo que simbólica y culturalmente hemos empleado.

Por otro lado, es de anotar en este segmento que según la información arrojada por las y los mismos entrevistados, que, quienes manifestaron no admitir desconocidos en sus cuentas, han socializado alguna vez con algunos de sus contactos y por tanto están incluidos en la vida virtual. Se infiere de ello, que por

fuera de la red, dichas personas con las que han habido esporádicos encuentros, como un saludo, no se intercambia tanta información con la que se encuentra en Facebook, es decir, se supone mayor cercanía virtual que por fuera de la red. Es en este sentido que Sabater (2014) expone que:

“Estas redes de apoyos se basan en una comunicación virtual que crea contextos tecnosociales, generados en y desde la propia interacción y, cada vez, más desvinculados del tiempo y del espacio. Estos contextos se generan a través de aplicaciones tradicionales, como el correo electrónico pero, sobre todo, se sustentan en las funcionalidades de la Revolución 2.0 (redes sociales, Whatsapp, Skype, youtube, fotolog y otras) y en la complementariedad y movilidad de los dispositivos tecnológicos.” (p, 25)

Ligado a lo anterior, no sería errado decir entonces, que la información virtual tiene mayor facilidad para ser socializada que la no virtual, debido también a la cobertura de las redes¹⁶. Un saludo casual por ejemplo, puede motivar a un individuo a aceptar la invitación de amistad en Facebook y en esa medida, acceder a más información de la que cara a cara han logrado intercambiar y de hecho crearse una impresión y definición de quién es ella o él. Claro está, no se cierra la posibilidad que a través de este medio, se forme otro tipo de interacción. Es así como Sabater (2014) continúa manifestando que:

“Las relaciones directas personales y las relaciones virtuales se imbrican de forma recíproca. La virtualidad no sustituye a la comunicación personal sino que la amplía a nuevos modelos y contenidos, con una proyección tecnológica. Paralelamente, se generan nuevas relaciones que configuran Internet como un medio de contacto: [...]” (Ibíd. 25)

¹⁶Según el Ministerio de Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones (MINTIC), Colombia ocupa el lugar número 14 a nivel mundial con más de 15 millones de usuarios de Facebook. Disponible en <http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-2713.html> 15 de abril de 2015. “El número de suscriptores a Internet de Banda Ancha en Colombia al finalizar del primer trimestre de 2014 es de 8.883.004. Los accesos a las demás conexiones a Internet (velocidad efectiva de bajada - Downstream < 1.024 Kbps + Móvil 2G) presentan un total de 631.155 suscriptores al finalizar el trimestre de referencia. El número de conexiones a Internet fijo y móvil a nivel nacional al finalizar del primer trimestre de 2014 alcanzó 9.514.159 suscriptores, lo cual representa una variación absoluta de 1.982.248 suscriptores con referencia al primer trimestre del año anterior.” Disponible en <http://colombiatic.mintic.gov.co/602/w3-article-6276.html> 16 de abril de 2015. En el Cauca, por ejemplo, para el 3er y 4to Trimestre de 2014, hubo 49069 y 56672 suscriptores a internet respectivamente, según el informe trimestral por departamento del MINTIC.

Estados de ánimo.

Si bien se estableció que uno de los aspectos que las y los estudiantes no hacen público en Facebook son sus estados de ánimos, es pertinente identificar si esta misma situación se evidencia por fuera de la red, es decir en el mundo presencial, guardando relación con el tema de lo íntimo, privado y público y la confianza que depositan en los otros ya sean conocidos o desconocidos y finalmente la distinción que se puede precisar del mundo virtual y el no virtual.

En este orden de ideas se les preguntó a los jóvenes estudiantes si por fuera de la red hacen públicos sus estados de ánimos y se encontraron las siguientes respuestas:

“No mucho, tal vez que mis amigos se den cuenta porque si no estoy sonriente o estoy muy serio a ¿qué te pasa? Pero no soy de los que acostumbra ¡ay estoy triste! ¡Estoy muy feliz! No, yo creo más que la dinámica de los años, permite que o que los amigos puedan identificar en uno, cómo esté.” [Freddy]

En este sentido, hay que resaltar un aspecto relevante y es que, aunque coincide con la no exposición de sus estados emocionales en Facebook, las razones son diferentes a lo que sucede fuera de la red, se refiere a que sus amigos, es decir aquellas personas con las que ha habido más cercanía física, hay un vínculo que permite que éstos se den cuenta de qué le sucede sin necesidad de él decirlo, su lenguaje no verbal puede dar cuenta de sus emociones, lo que Facebook no tiene el alcance de hacer. Lo anterior se debe a que:

“En las interacciones mediadas por la tecnología, la persona puede controlar en mayor medida que en los encuentros cara a cara el grado de implicación que quiere asumir, puesto que no se ve interpelada ni por las exigencias que comporta la corporeidad ni por la simultaneidad temporal que sí existen en las interacciones del mundo físico.” (Serrano-Puche 2013, p, 355)

Por lo tanto, las implicaciones que los encuentros cara a cara tienen, son mayores a los que genera las interacciones digitales, porque hay compromiso con lo que el cuerpo muestra, el lenguaje no verbal que lleva implícito los gestos, pueden dar a conocer una situación, un estado o también, generar muchas inquietudes debido a

los niveles de interpretación. Lo que pasa en las redes sociales virtuales, es que la información, la publicación de un estado es más precisa, un emisor expone sus opiniones y/o sentimientos y aparentemente eso es lo que creen los otros.

Y relacionado con lo anterior, el entrevistado *Leonardo*, manifiesta que sí hace público sus estados emocionales, pero solo con sus amigos, familiares y su pareja, con otras personas no porque:

“Pues así la vida cotidiana con la gente que uno interactúa, obviamente porque son amigos y familia, la pareja que uno tiene, con otras personas no porque, osea no, osea no sería, no tendrían que opinar frente a lo que le sucede a uno y si opinaran pues pienso yo que no trascendería para uno como persona no, y por lo general es gente que de pronto van dando sus comentarios o partiendo juicios de valor sin conocer la persona realmente.”

Y es que:

“Los amigos comparten sentimientos. Los conocidos pueden sostener conversaciones sobre temas superficiales o ideas abstractas, pero una amistad se basa en el intercambio de información más personal y específica, incluyendo la historia personal, así como de opiniones y sentimientos.” (Verderber 2005, p, 127)

Y no es el único que opina o que mejor, prefiere sólo comentarlo con personas allegadas como familiares, amigos y hasta sus parejas. La entrevistada *Dayana* señala y refiriéndose a su grupo de amigos que prefiere comentarles a ellos sus estados emocionales porque:

“Pues porque tengo las personas ahí al frente, osea sé que estoy contándole a alguien que está ahí y que me escucha y que me puede responder, que me puede dar una solución, pues al problema que tenga.”

De estas respuestas dadas en este estudio, se evidencia que existe una coincidencia entre las y los entrevistados al preferir hacer públicos sus estados de ánimos con sus allegados y personas cercanas, no con todo el mundo, haciendo evidente que la privacidad tiene un gran valor para cada una y uno de ellos tanto en el mundo real como virtual y que aquí resalta un estado predominante y es la confianza que depositan en los otros que se encuentran en presencia física.

Podría decirse que dicha confianza ha sido construida a partir de varios encuentros presenciales, del intercambio de aspectos cotidianos y personales y el establecimiento de algún tipo de relación. En ese orden de ideas, las experiencias del mundo virtual y el mundo presencial, permiten evidenciar diferencias interesantes para precisar el paralelo de que si bien, en ambos escenarios se producen procesos de comunicación, difieren en su representación e interpretación.

Cercanía o distancia de un contacto, según lo visto en su perfil.

Las dinámicas que se configuran en la red social Facebook se han podido identificar, gracias a que la información, las actividades, recursos y demás, han sido participes activos de la construcción del perfil. Si bien se ha mencionado lo que encierra para las y los estudiantes de Trabajo Social tener una cuenta y desde allí, establecer otras formas de relacionarse con el medio social, se hace necesario a medida que se identifica el espacio que ha ganado o mejor, se ha dejado ganar Facebook en las definiciones propias y de los otros, determinar si las interacciones y/o intercambios de información por este medio, constituyen un peso o incidencia real para las decisiones que se toman por fuera del mundo virtual. Para comprender lo anterior, Serrano-Puche (2013) menciona que la sociabilidad y las expresiones identitarias dadas en los espacios digitales suponen de validez ya que:

“Una de las muestras más representativas de la estrecha vinculación que existe entre los entornos online y offline es el uso generalizado de las redes sociales digitales, que permiten tanto consolidar relaciones ya establecidas en el mundo presencial como construir nuevos lazos sociales. Son, por otra parte, un espacio privilegiado para la encarnación del “yo” en el ámbito digital, pues en ellas los usuarios publican características de sí mismos y comparten su actividad en Internet.” (p, 354)

En este sentido y según lo anterior expuesto, es muy probable que se halle coherencia entre lo que los jóvenes exponen en sus cuentas de Facebook con lo que hacen en el mundo presencial y en ello dan cuenta de quiénes son.

Es así como se plantea que, lo que nuestros sentidos perciben dentro de una comunidad virtual no es gratuito ni pasa solo por pasar, a la información y material expuesto y compartido, se le suma el hecho de que una usuaria o usuario no sólo se pone ante los otros, sino que éstos se ponen ante él.

Es en este sentido que se indagó en esta investigación, si lo que las y los entrevistados han observado en otros perfiles, el de sus contactos, los ha llevado a tomar decisiones respecto a seguir como amigo de otro (s) dentro de la comunidad virtual tanto por fuera de esta.

Con esta idea se les preguntó a las y los estudiantes si han acercado o alejado a algún contacto por fuera de la red, según lo que han visto en su perfil y esto fue lo que se encontró:

“Sí, sí, muchos pues, algunos que pues algunos contactos que no eran conocidos que algún momento acepte y pues a veces publicaban cosas como muy sexuales y entonces sí, los eliminaba.” [Estefanía]

Según lo que expresó la entrevistada *Estefanía*, debido al contenido de las publicaciones de algunos de sus contactos, tuvo que tomar la decisión de eliminarlos de su lista de amigos, porque no era de su agrado el hecho de que se expresará con fines sexuales. Aquí además, se puede identificar la razón de que la entrevistada *Estefanía*, respondiera anteriormente que no acepta desconocidos como amigos dentro de su cuenta de Facebook. Se infiere por lo tanto que la experiencia que ha tenido por dejar entrar a su perfil a desconocidos, la ha llevado a ir eliminándolos y poner como condición al agregar a un “amigo”, conocerlo con anterioridad o bueno, ser sugerido por un familiar.

En el caso de la entrevistada *Estefanía*, no hubo un acercamiento físico antes de eliminar el y los contactos que no eran de su agrado porque además no los conocía anteriormente, pero le bastó con lo que observó y percibieron sus sentidos para no admitirlo, al menos en la comunidad virtual. Al respecto El-Sahili (2014) sustenta que:

“Con Facebook hay que estar precavidos con lo que publica, se sabe que inclusive colocar la liga de una noticia puede desatar la visión negativa en unos y positiva en otros, siendo esa publicación el campo de batalla [...]” (p, 182)

Asimismo la entrevistada *Dayana* como el entrevistado *Freddy* y muy similar a las motivaciones de la entrevistada *Estefanía* para eliminar contactos, manifestaron no estar a gusto con lo que otros hacían público en Facebook y por tanto, ya no hacen parte de su lista de amigos. Estos fueron sus argumentos:

“¡Ah Sí! pues en él, tal punto lo bloqueo o lo elimino del listado de amigos, de pronto tienes alguna historia, de pronto algún contacto que hayas bloqueado. Pues resulta y acontece, que hubo un contacto que no sé cómo se agregó a mi lista de amigos, personas de otro país, entonces esa clase de personas manejan esa clase de lenguaje como pornográfico. Cuando me hablo en esos términos así como todos perversos, entonces ahí mismo bloquee a esa persona, porque uno no sabe quién está al otro lado de la pantalla.” [Dayana]

“Sí, sí, de pronto cuando publican muchas cosas demasiado obscenas que ya se pasan como a la vulgaridad, la morbosidad, sí, como que no y que cuando uno se comunica con esa persona no hay nada productivo, sino que como que no sabe ni dónde está parado, entonces como que sí, sí, elimino contactos y de la vida social presencial también.” [Freddy]

Además de coincidir con el tipo de material público de otros contactos que han manifestado los tres entrevistados, es válido incluir en el argumento del entrevistado F que al tener comunicación con dichos contactos, *“no hay nada productivo”*;

“Las representaciones virtuales salpicaran cada vez más el mundo real y nos exigirá una atención más agudizada y un discernimiento selectivo de los niveles de realidad y virtualidad con los que nos enfrentaremos.”(Quéau 1995, p, 73).

Esto nos lleva a pensar que el entrevistado F hace uso del efecto de novedad el cual permite más de un encuentro para validar las primeras impresiones y en este caso, para tomar la decisión de eliminar, que entre otras cosas permite Facebook; en la vida por fuera de la red, la opción más acorde es alejarla, mientras que esta red social casi que cierra todo posible encuentro, se puede hasta bloquear a algún usuario para que no entre en la lista de amigos.

La misma pregunta la contestó el entrevistado J, quien por su parte cree que Facebook es una herramienta para conocer y acercar personas a la vida por fuera de la red.

“Sí, la verdad Facebook para que, yo pienso que el Facebook lo que la vida separa, Facebook lo une, porque realmente lo de la red, ahí es donde realmente yo digo lo de las redes sociales sabiéndoles dar el buen uso te permite acercarte a personas que en tu vida nunca habías tenido contacto, por lo menos hay el caso de un compañero en el colegio, pues que nunca tuvimos relación alguna, los años que estuvimos juntos, un saludo, pero un día de pronto en Facebook, ve me envió la invitación, empezamos a charlar y todo el cuento y digamos que nos hicimos como más amigos, pues nos vemos, hay veces salimos, entonces yo pienso que sí, realmente Facebook te permite acercarte a personas y conocer personas que realmente van a hacer parte de tu vida, de tu vida social, de tu vida sentimental, de tu vida laboral, pero realmente te permite, yo sí creo que el Facebook sí te permite realmente conocer personas que van a hacer parte de todos los aspectos de tu vida.” [Jaime]

Según esta respuesta, Facebook le ha servido de medio para entablar comunicación con amigos del pasado y que dicha interacción se materialice en las dinámicas del mundo físico y presencial. Por lo tanto, nos encontramos ante dos situaciones que refuerzan y rechazan al mismo tiempo las experiencias que esta red social permite vivir, ya sea que ocurran dentro de ésta o por fuera, termina legitimando situaciones e introduciéndose no sólo en el lenguaje cotidiano sino también, en la vida social e incluso en diferentes tipos de relaciones.

Y si bien se identifica el espacio ganado de Facebook en el lenguaje y vivencias de las y los estudiantes, también se indagó en las entrevistas si han acercado o alejado a una persona dentro de la red social según lo que han visto por fuera, es decir en las interacciones cara a cara y éstas fueron algunas de sus respuestas:

“Sí, pues una vez pelee con una amiga y la elimine de todo, de todo y pues con los ex, si también, siempre pues los elimino pues porque no me, pues no me parece pues estar ahí, que estén pendientes o que uno esté pendiente, entonces sí.” [Estefanía]

Según lo expuesto por la entrevistada *Estefanía*, las experiencias de las relaciones presenciales las traslada al mundo virtual ya que Facebook les permitirá a sus ex amigos y ex parejas darse cuenta lo que está sucediendo en su vida. Y en ello es necesario puntualizar porque se interpreta de lo que expresa, que en su cuenta de

Facebook, es posible enterarse qué está pasando con su vida lo que implica dos situaciones; primero, que aunque no todo se haga público, hay material suficiente para conocer la vida de otra persona, y segundo, que el culminar cualquier tipo de relación presencial, Facebook, rectifica la decisión al quedar dichos contactos por fuera de la lista de amigos.

Por otro lado uno de los entrevistados, manifiesta que hay personas que se conocen en el mundo presencial y llaman la atención, en esa medida Facebook se convierte en el medio por el cual, tener otro tipo de acercamientos a ellas. Es así como lo sustenta Sabater-Puche (2013)

"[...] la tecnología digital ha traído consigo una ampliación de los espacios para el desarrollo de la sociabilidad humana, permitiendo así nuevas vías de comunicación e interacción social." (p, 356)

Se habla por lo tanto y se reconoce asimismo que dichas posibilidades de la tecnología e internet, abren la puerta a la interacción sin necesidad de presencia física donde se puede compartir información de cualquier tipo de otras personas y diferentes experiencias. Continúa manifestando Sabater-Puche (2013) que:

"[...] las interacciones digitales ayudan más bien a mantener y consolidar la variedad de vínculos sociales previamente creados en el mundo presencial (fuertes, débiles, de carácter instrumental, emocional, afiliativo, etc.). El uso frecuente de Internet parece repercutir positivamente en la implicación del usuario en su ámbito social, y no al contrario." (p, 359)

Según los argumentos anteriormente mencionados, las interacciones virtuales posibilitan otras experiencias diferentes para la sociabilidad y el reconocimiento del otro. Se le suma que y en el caso de Facebook, las dinámicas digitales permiten tener un acercamiento a lo que nos inquieta e interesa conocer y saber qué y quién es, es así como el entrevistado *Freddy* expresa una de sus experiencias con la red.

"Claro, si, si porque hay personas que a uno como que le meten el bicho del interés, como quererla conocer sea como amistad, como pareja o contacto laboral, contacto profesional, entonces sí, uno se toma la terea por el Facebook de buscar nombres a ver, como para ver qué hace esa persona." [Freddy]

El hecho de que se legitime Facebook como la opción para acercarse o conocer más a una persona, nos dice evidentemente que esta red social si permite mostrar a un individuo, grupo, instituciones y demás, tal como lo expresa el entrevistado Freddy, que ha utilizado esta herramienta para saber qué hace alguien apenas distingue. En este sentido, Bauman (2005) señala que:

“La proximidad virtual logra desactivar las presiones que suele ejercer la cercanía no-virtual. A su vez, establece los parámetros de cualquier otra proximidad. Los meritos y defectos de toda proximidad son ahora medidos en relación con los estándares de la proximidad virtual.” (p, 88)

Y es así como nos enfrentamos a los desafíos de esta dicotomía, no se puede negar que hay una conjugación de estas dos dimensiones que nos presenta diferentes tipos de experiencias y ya está en el léxico de variadas situaciones.

Esta el caso del entrevistado J quien al preguntarle respecto a esta situación, hizo además una reflexión de las experiencias a las que Facebook abre sus puertas.

“Pues mira la verdad si he eliminado personas, muchos contactos precisamente porque me molesta, yo por lo menos contactos que tengo, bueno yo respeto la vida, bueno yo siempre he dicho que cada persona hace con su vida lo que más quiera, pero yo pienso que yo no, hay personas, bueno está bien, pero hay personas que ya toman eso como una costumbre, por lo menos lo que yo te decía al inicio de mi intervención, que únicamente fotografías posando desnudos, desnudas, entonces como que no tienen nada más que mostrar, solamente su cuerpo, entonces, hace tiempo yo recuerdo que vi una chica que siempre hacia los mismo hasta que un día, ella me escribió para preguntarme por qué yo nunca le daba like a sus fotos, entonces yo le dije, así, nunca me había saludado ni nada, entonces yo le dije: mira yo pienso que si eres una chica muy linda, muy hermosa, pero yo pienso que debes mostrar algo más de tu cerebro y no de tu cuerpo, osea que pena, entonces ella se molestó y todo e incluso me eliminó, luego me envió la invitación, yo la acepte y siguió en la misma situación pero yo la eliminé y personas de ese tipo como que no, ahs como que no, a mí me desespera lo que publican, son personas que realmente no quiero tenerlas en mi cuenta ni estar en contacto con ese tipo de personas, entonces digamos que en esa parte, si trato de evitar estar en contacto con ese tipo de personas que de verdad no utilizan bien el Facebook.” [Jaime]

Aunque Facebook ha tenido reconocimiento por la posibilidad de resaltar y expandir comportamientos, también hay que abonarle la opción de desaprobarlas, es decir, no todo lo que se publica en esta red tiene buen recibimiento ni

promueve en los receptores las mejores reacciones. Es por ello y como lo manifiesta el entrevistado *Jaime*, cuando vemos cualquier aspecto que no nos gusta, que desaprobamos, podemos eliminarlo en Facebook y no tener el riesgo tal vez de volver a verlo, lo que no sucede en el mundo presencial o al menos es más complejo evitar. Facebook permite tener el control sobre lo que nos gusta y censurar lo que no es de nuestro agrado, con sólo hacer un clic. Al respecto El-Sahili (2014) argumenta que:

"Una de las principales inquietudes que tiene la persona que publica algo en Facebook (sobre todo si tiene una multitud de amigos), es si no va a atraer la envidia de unos, el coraje de otros, o si por lo menos no se va a mostrar incongruente." (p, 37,38)

En este orden de ideas, se encontró en esta investigación vivencias de las y los estudiantes donde se refleja desacuerdo con algunos contactos de sus cuentas de Facebook y/o incompatibilidad de caracteres. Está el ejemplo del entrevistado *Jaime* quien ha eliminado de su lista, aquellos contactos que por sus publicaciones y lo que muestran en sus perfiles, no son personas gratas para tenerlas como amigos, al menos en Facebook ya que difieren de sus intereses, no es de su agrado sus publicaciones por incluir contenido inusual y de carácter supremamente privado y asimismo manifiesta que por fuera de la red tampoco le es de interés tratarlas.

Según las respuestas obtenidas en esta parte de la investigación, permiten poner un interés particular en el fenómeno Facebook en las jóvenes generaciones y en las experiencias de vida. Se entiende las inferencias de Bauman (2005) en este sentido, ya que éste autor se pronuncia sobre el nuevo paradigma de las formas de interaccionar con los otros y se puede relacionar con lo que las y los entrevistados expresaron *"La proximidad virtual logra desactivar las presiones que suele ejercer la cercanía no-virtual."* (p, 88) Ejemplo de lo anterior, se sitúa en las respuestas del entrevistado *Freddy* al manifestar que Facebook le permite conocer qué hace una persona que le ha llamado la atención en el mundo presencial y este medio le sirve para hacerse una idea de quién es el otro.

De acuerdo con lo obtenido en esta parte de la entrevista es pertinente mencionar que las y los estudiantes trasladan sus maneras de relacionarse en la vida off line a las experiencias en Facebook, y entre tanto, interpretan este medio como un escenario para conocer un poco más a una persona, darse algunas impresiones de lo que muestran y en otros casos, no permitir que sepan de sus vidas, ahí plasmadas. Para reafirmar lo anterior, Sabater-Puche (2014) menciona:

“La consolidación del medio online como un nuevo espacio, en el que la interacción y el elemento social cobran fuerza, origina que las relaciones mediadas por la tecnología puedan complementar y en ocasiones sustituir a la comunicación interpersonal cara a cara. A estas alturas debería ser superfluo aclarar que las interacciones que tienen lugar en el entorno digital [...] son tan reales como las que se llevan a cabo en el mundo presencial, aunque en ellas no haya la corporeidad que sí acompaña las relaciones en el mundo físico.” (p, 354)

Información no correspondiente a la realidad.

Y si bien se ha identificado que las y los entrevistados validan Facebook como carta de presentación de sí mismos y de sus contactos, es necesario establecer si esa información que dicen exponer, tan real como sus experiencias no virtuales, guarda dicha coherencia y da cuenta de la realidad.

Para ello se les preguntó a cada una y uno de los entrevistados, si alguna vez han ingresado información a sus perfiles que no correspondan con la realidad y estas fueran las respuestas halladas:

“No, no, con esta red social si he colocado, de pronto con anteriores redes sociales como cuando de tipo Hi5 y otras, Myspace todo eso, que uno como era menor de edad, entonces uno colocaba otras cosas pues mientras cumplía los dieciocho, pero con esta si no, yo inicié con esta cuenta ya con diecinueve años creo, pero si con mi información real, de pronto cambiaba algún apellido o algo como para no dar mis datos directos, entonces colocaba mi apellido paterno o coloco como en este caso, tengo mi apellido materno, pues como para no dar todos mis datos ahí siempre, darlos a conocer al público.” [Freddy]

De acuerdo a lo que manifestó el entrevistado *Freddy*, no se podría decir que haya en Facebook información realmente acorde con lo que se es por fuera de la red ya

sea por diferentes motivos. En este punto se quisiera precisar algunos aspectos expresados por el entrevistado *Freddy* en anteriores preguntas para comprender de manera más eficiente sus respuestas. Cuando se le preguntó quiénes pueden ver su perfil, el entrevistado *Freddy* respondió que sólo personas que él conozca ya que un desconocido podría darse cuenta de muchas cosas de su vida y al responder si dicha información no visible para todo el público es toda real, este manifiesta que no. Nos preguntamos entonces, ¿por qué no admite desconocidos en su cuenta de Facebook si la información allí consignada no corresponde con su realidad? Y en esa medida, se encontró por ejemplo en el caso del entrevistado *Freddy*, que la privacidad para él es de vital importancia y aunque no admita desconocidos en su cuenta, no confía completamente en dejar todos sus datos reales antes los demás, así sean conocidos. Como sustento de lo anterior, se asume que esta desconfianza manifiesta está relacionada con los riesgos que no escapa de las redes sociales,

“Puesto que la finalidad específica de las redes sociales es la comunicación e intercambio entre particulares, en ellas se acumula una inmensa cantidad de informaciones y datos privados, e incluso íntimos, de millones de ciudadanos, impensables en ningún otro lugar.” (Domingo y otros, p, 24)

Por lo tanto, los datos expuestos en Facebook ya sean para los contactos de la lista de amigos y desconocidos, representan una difidencia para revelar más información personal y mantener “segura” la que yace en los perfiles.

Otra de las respuestas que llaman la atención en este estudio son las del entrevistado *Jaime* y la entrevistada *Dayana* que admite también, ingresar a su perfil información que no corresponde con su realidad.

“Mmm, a ver qué yo recuerde, sí, yo cambie el lugar de donde vivía yo puse en lugar que vivía en otra ciudad y yo recuerdo que mucha gente, bueno yo puse que vivía en Bogotá y mucha de Bogotá me mandaba invitaciones pues porque yo vivía en Bogotá y ahí es donde me di cuenta que la gente te mira hasta el último detalle de tu cuenta, tus fotografías, todo lo que tengas, osea escudriñan hasta el último aspecto de tu vida y desde que cambié, entonces ese el único aspecto, ¿por qué lo hice? Pues porque realmente no recuerdo por qué fue que cambie la ciudad realmente donde yo vivía, pero si ha sido como el único aspecto que yo he cambiado en Facebook que no sea acorde con mi propia realidad.” [Jaime]

Aunque no estableció por qué ingresó a su perfil información falsa, el entrevistado *Jaime* manifiesta que las personas viven pendientes de lo que se hace en Facebook y esa experiencia le sirvió para constatar que las y los usuarios de esta red social, buscan afinidad al menos en la ubicación geográfica y que de acuerdo a ello, envían solicitudes de amistad. Además se resalta el hecho de que en Facebook sus usuarios y usuarios tiene la facilidad de introducir datos falsos, reproducirlos y expandirlos de una manera rápida y sorprendente, ya la intención variara de cada individuo que así lo decida, como lo comentó la entrevistada *Dayana*:

“Una sola vez si lo coloque pero fue en el estado civil. [...] No me motivo nada, simplemente quería como llamar la atención de otras personas porque coloque que era viuda, es que yo quería llamar la atención.” [Dayana]

“...es que yo quería llamar la atención.” Es una expresión con la que la entrevistada *Dayana* comenta haber ingresado información no real en su cuenta de Facebook, demostrando que un estado, puede ser suficiente para que la atención de sus contactos se centre en ella y en esa situación en particular. Esta forma de llamar la atención como posibilidad de las redes sociales, se entiende desde Goffman (1989) al establecer que:

“[...] cuando un individuo comparece ante otros, habrá por lo general alguna razón para que movilice su actividad de modo que esta transmita a los otros una impresión que a él le interesa transmitir.” (p, 16)

De esta manera, cuando nos expresamos frente a los otros, somos los artífices de la forma en que lo hacemos teniendo como propósito principal dar una impresión la cual determine, quiénes somos; amigable, alegre, responsable, entre otras.

Se puede inferir entonces que para la entrevistada *Dayana*, Facebook es un espacio que por algún motivo y en cualquier caso, se puede llamar la atención al actualizar un estado, ingresar un dato nuevo o comentar sobre alguna información. Y eso de transmitir impresiones a los demás implica que:

"[...] cuando un individuo proyecta una definición de la situación y con ello hace una demanda implícita o explícita de ser una persona de determinado tipo, automáticamente presenta una exigencia moral a los otros, obligándolos a valorarlo y tratarlo de la manera que tienen derecho a esperar las personas de su tipo." (Ibíd. 25)

De tal modo que nuestras acciones no sólo son decisiones propias así como sus consecuencias, sino que pone ante los otros casi que la obligación de interpretar la situación.

Aunque las y los entrevistados no hayan dado más apreciaciones respecto a esta pregunta, se identifica dentro de este estudio que hay otros aspectos donde se podría decir que hay información en sus cuentas que no responden a su realidad. Y lo anterior se sostiene ya que en la pregunta sobre si conocían a todas y todos los contactos de su lista de amigos, algunos afirmaron que no, lo que denotan que no se omite ésta información que además la permite Facebook al generalizar la lista de contactos.

En este sentido, la autodefinición en Facebook permite ser sometida de un momento a otro a disímiles cambios, de pasar de un estado a otro y que los demás sean quienes le den a éstas conjugaciones, reconocimiento. Y es ahí donde precisamente se va configurando la identidad, en lo que se muestra a los otros, a las impresiones que éstos crean para definirnos y establecernos en diferentes tipos de personas y crear ciertas expectativas de lo que vendrá.

"En este sentido, las características del ámbito digital –en el que las interacciones no necesitan de un encuentro cara a cara ni de la sincronización temporal– potencian la capacidad de la persona de presentar su identidad de manera controlada y selectiva, pudiendo decidir qué, cómo, cuánto y cuándo revela de su "yo". (Sabater-Puche 2013, p, 359,360)

Por otro lado, el resto de las y los entrevistados manifestaron que su información expuesta en Facebook es la que corresponde con su realidad, por lo que se infiere que aquello que muestran, lo sienten como propio y que los define ante los demás. Esta experiencia y percepción puede comprenderse desde los planteamientos de Goffman (1989) al argumentar que:

“Mientras se encuentra en presencia de otros, por lo general, el individuo dota a su actividad de signos que destacan y pintan hechos confirmativos que de otro modo podrían permanecer inadvertidos y oscuros. Porque si la actividad del individuo ha de llegar a hacer significativa para otros, debe movilizarla de manera que exprese durante la interacción lo que él desea transmitir.” (p, 42)

Se infiere en este sentido, que las y los estudiantes enseñan virtualmente, lo más cercano a su realidad como puente para establecer comunicación entre sus contactos y relacionarse con éstos.

4.2.3 Concepto de sí mismo y de los contactos.

“[...] el “sí mismo”, como personaje representado, no es algo orgánico que tenga una ubicación específica y cuyo destino fundamental sea nacer, madurar y morir; es un efecto dramático que surge difusamente en la escena representada, y el problema característico, la preocupación decisiva, es saber si se le dará o no crédito. (Goffman 1989, p, 269)

Y si se plantea que aquello que está disponible y público en Facebook para los demás, hace una definición cercana a la realidad y acorde a sus usuarias y usuarios, es necesario indagar en las y los estudiantes cuál es el concepto que tienen de su experiencia en la red y la de sus contactos, para comprender la configuración del “yo soy” y respectivamente su identidad.

Teniendo en cuenta que la autodefinición se forma:

“Con base en las percepciones que tenemos de nosotros mismos y de los demás, nos formamos impresiones. A través de nuestras experiencias, desarrollamos un sentido propio sobre las habilidades, capacidades, conocimientos, aptitudes, y personalidad que tenemos.” (Verderber y Verderber 2005, p, 33)

En este sentido, es preciso destacar lo que expresaron las y los entrevistados al preguntarles si creían que la información virtual que hacen pública dice quién son ellas y ellos (Sabater-Puche 2013) y estas fueron algunas de las respuestas que indicaron que sí y lo justificaron:

“Pues porque, osea lo que publico es porque lo siento, porque lo pienso, porque estoy de acuerdo o porque no estoy de acuerdo, pero entonces, osea lo hago saber, entonces pues yo creo que sí.” [Estefanía]

“Si porque cuando uno coloca los mensajes sean hacia otra persona o críticas o mensajes reflexivos, yo creo que demuestran la esencia de uno ¿no? [...] Pero yo creo que sí, a mi me gusta ser como muy directo, muy respetuoso con la persona presencial como en la red social, entonces creo que sí, uno siempre demuestra lo de uno.” [Freddy]

“Si yo creo que sí, yo creo que, pues a manera muy personal yo creo que sí, lo que yo comparto la gente puede ver que yo de pronto, bueno que me gusta mucho mis estudios, me gusta la lectura, me gusta el arte, me gusta la literatura, me gustan cosas culturales, entonces, por lo menos de ahí una que otra reflexión que yo comparto pues que comparte un pensador, entonces yo sí creo que sí, si da cuenta de quién soy [...]” [Jaime]

Lo que manifiestan las y los entrevistados en este aspecto, es que consideran que su información, material y en definitiva su cuenta de Facebook, sí muestra quién son ellas y ellos porque al publicar lo hacen desde lo que realmente piensan y sienten, relacionado con sus intereses y preferencias.

“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 realizada tendrá las consecuencias que en forma implícita pretende y que, en general, las cosas son como aparentan ser.” (Goffman 1989, p, 29)

Puede decirse que las y los estudiantes se reflejan en Facebook como personas sinceras ya que exponen sus características de personalidad y en esa medida, los receptores, los del otro lado de la pantalla, pueden saber quiénes son, según sus afirmaciones. Como investigadoras se asume que dicha coherencia manifestada por las y los estudiantes, al coincidir con diversos planteamientos teóricos

(Sabater-Puche 2013, Reguillo 2012), justifican el uso de la red social Facebook, y que debido a sus características, ésta tiene mayor cobertura en cuanto permite mostrar quiénes somos. Se cree por tanto, que al tener certeza de mostrarse legítimamente en Facebook da la posibilidad de conocer quiénes son los que veo.

Asimismo se puede destacar en las respuestas de las y los entrevistados, que los rasgos o aspectos que afirman proyectar en Facebook son cualidades, es decir, características “buenas”, “positivas”, sin haber una expresión que indicará lo contrario. Es relevante resaltar en esta parte que las y los estudiantes creen que su perfil da cuenta de quién son ellas y ellos, resaltando lo positivo de sus personalidades, dicha situación permite retomar algunos de los resultados que se han dado en esta investigación. Mostrar sólo una parte de la información personal, puede relacionarse con la privacidad que tan necesaria han ido señalando las y los estudiantes en Facebook y/o también con el hecho de que, lo que no les gusta, sencillamente no es expuesto en la red.

Todo lo contrario ocurrió, cuando se les preguntó si creían que la información que exponen sus contactos dicen quién son ellas y ellos, a lo que unánimemente respondieron que no.

“Pues considero que no, porque por lo menos en el “face” uno se da cuenta que muchas personas o amistades colocan información por decirlo falsa. Todo el mundo no coloca realmente lo que está sintiendo o lo que es, siempre hay como una distorsión de la información.” [Dayana]

“No, [...] porque la red social permite construir otra persona, osea tener un alter ego en la red social, por lo menos te da la opción de digamos subir fotografías de otras personas que no eres, el hecho de colocar tu nombre, de inventar una información totalmente falsa o el hecho de tener muchas cuentas, eso es algo que te permite tener múltiples personalidades, osea que esos trastornos de personalidad que antes se daban yo pienso que el Facebook, se reproduce de una manera, osea significativa, sino que no nos tomamos la tarea de pronto de mirarla con una mirada más analítica, pero el Facebook le da la posibilidad a la persona de construir un montón de identidades y falsas, porque siento que llenan un vacío, porque sencillamente no quieren darse a conocer o porque buscan otra cosa [...]” [Jaime]

Según lo expuesto por las y los entrevistados, hay una desconfianza e incredulidad de la información que hacen publica sus contactos en Facebook y de

hecho ilustran cómo se da esta situación al señalar aquellas características de esta red social, que los otros utilizan para reflejar apariencias.

“Algunos los conozco y he visto sus fotografías podría decir que físicamente son ellos, ahora lo que hacen, dónde lo hacen, decir que es cierto, porque conozco amigas que suben una cantidad de cosas de lo que quieren tener, de lo que quieren ser y no lo son, entonces viven como en una fantasía a toda hora o viven diciendo qué hicieron, qué no hicieron, que fueron, que no se fueron, por ese motivo considero que muchas no reflejan lo que son, que el Facebook muchas veces puede ser una fachada para esconder una desilusión, una frustración, reflejar un deseo, no sé, reflejar lo que quiero ser, diciendo ¡ay yo lo hice! pero realmente no se hizo, [...] yo tuve una amiga que subió un vestido al Facebook y era feliz porque todo el mundo le comentaba la foto y le decían, me gusta, te vas a casar, porque eso es lo que ella quiere ser, sin embargo no lo ha logrado, entonces ahí hay un tema de frustración.” [María]

Lo que estas afirmaciones permiten evidenciar, es que las y los estudiantes además de definir Facebook como un medio de comunicación, lo ven como una herramienta para construir y mostrar lo que no sé es en realidad y los deseos sin cumplir, en este caso por parte de sus contactos, es así como Goffman (1989) argumenta que:

“Cuando pensamos en aquellos que presentan una falsa fachada o “solo una fachada, en aquellos que fingen, engañan y defraudan, pensamos en una discrepancia entre las apariencias fomentadas y la realidad. También pensamos en la posición precaria en que se colocan estos actantes, porque en cualquier momento de su actuación puede producirse un hecho que los sorprenda, y contraiga en forma manifiesta lo que han reconocido abiertamente, provocándoles una inmediata humillación y a veces la pérdida definitiva de su reputación.” (Ibíd. 70)

Sumado a lo anterior cabe resaltar lo que ha ocurrido con los argumentos de las y los entrevistados, puesto que afirman que su información virtual sí dice quién son ellas y ellos, dudan significativamente de lo que exponen sus contactos, añadiendo diversas razones por lo que se da esta situación y es que:

“[...] paradójicamente, cuanto más se interesa el individuo por la realidad que no es accesible a la percepción, tanto más deberá concentrar su atención en las apariencias. (Ibíd. 266)

Por consiguiente y según se deduce las y los estudiantes se reflejan como personas sinceras en Facebook, pero al tratarse de sus contactos, la definición cambia al dudar de lo que éstos exponen y por lo que la vida fuera de la red, les permite constatar. Esta dimensión se hace relevante en la medida que:

“Cuando descubrimos que alguien con quien tratamos es un impostor y un fraude cabal, descubrimos que no tenía derecho a desempeñar el papel que desempeñó, que no era un beneficiario acreditado del status pertinente.” (Ibíd. 70)

En este sentido, fue pertinente preguntarse si existe alguna relación de la desconfianza que les generan los contactos de las y los entrevistados con la importancia que le dan a las publicaciones de éstos, permitiendo a su vez identificar los parámetros que utilizan las y los estudiantes para validar a los otros, recordando que:

“La identidad, al tornarse visible y manifiesta ante sí y ante los demás, posibilita que podamos ser percibidos y reconocidos como distintos; una identidad no reconocida por los “otros” carece de existencia social real.” (Guerrero 2002, p. 105)

y lo anterior cobra sentido en la medida que si bien, las y los estudiantes no confían totalmente de lo que dicen ser sus contactos, pasa igual al darle valor y significancia a lo que publican y comparten en Facebook.

“Pues yo diría que algunas proponen de pronto más bien llevándolo hacia lo social, proponen mensajes o videos que en algunos otros casos si ya es más bien hacia a realizar, de pronto que ellos quieran un reconocimiento frente a las publicaciones que se hacen, pero en general ¿qué yo lo considere importante, importante? No, en muchos casos yo entro y ni siquiera reviso el inicio, ni publicaciones, sino que entro miro mis mensajes, si tengo que charlar con alguien, charlo, sino lo reviso a ver si tengo algo nuevo, contesto o sino vuelvo y cierro y ya. En otros casos he entrado y he visto algunas cositas y miro cinco, diez minutos y cierro normal, osea no, que yo le vea como algo importante y relevante para mí, no.” [Gerardo]

“[...] no todos tienen información significativa para mí, alguno que otros como por lo menos compañeros de la Universidad, amigos más cercanos, profesores que comparten cosas interesantes, son cosas que realmente les pongo atención y las leo, por lo menos pues les dedico el tiempo de observarlas detalladamente otras no, simplemente las paso. [Jaime]

Según los anteriores entrevistados, no todo es de resaltar en las publicaciones de sus contactos, por lo tanto no le dedican tiempo significativo a ello al estar por fuera de sus intereses. Y ello cobra sentido, pues en otras respuestas las y los estudiantes, manifestaron que no todo debe publicarse como sus estados de ánimo, algunos datos personales y el lugar donde se ubican, resaltando de nuevo la privacidad, es así como lo precisan *Dayana* y *María* al referirse sobre la importancia que tiene para ella el contenido de los perfiles de sus contactos:

“No, no las considero porque muchas veces colocan cosas como fuera de lugar, colocan por lo menos estados de ánimo que realmente no considero que no son necesarios de publicar, todo no lo puede publicar.” [Dayana]

“Algunas, no todas, por ejemplo tengo personas que yo veo que publicaron algo y me fascina porque son temas de mi interés, temas de opinión donde uno puede aprender, practicar o decir y te comentan hay otras que no, que definitivamente para mí son bobadas por ejemplo: decir que hoy estoy en yo no sé dónde, hoy comí eso, qué me va a interesar a mí, pero si alguien pone sobre los secuestrados, sobre el proceso de paz, eso me interesa, entonces eso lo leo.” [María]

Estas manifestaciones indican que las y los entrevistados no están interesados en los estados de ánimo ni el lugar donde se encuentran sus contactos, al menos no ven este tipo de publicaciones como importantes y ello puede entenderse según los resultados arrojados en esta investigación; las y los estudiantes consideran que publicar sus estados anímicos y ubicación geográfica hacen parte de su privacidad y por tanto no lo hacen, puede ser que el poco interés prestado en los sentimientos y lugares de estancia expresados por sus contactos, derive de esta posición.

En este orden de ideas, Facebook como un espacio para mostrar ante los otros “lo que se es” y bueno, lo que no se es, fue de interés indagar si dichas características personales han variado sólo por el hecho de usar esta red social. Ante ello, se les preguntó a las y los estudiantes si consideraban que esta red social les ha ayudado a adquirir, reforzar o minimizar algún atributo de sus personalidades, donde se encontraron diversas respuestas:

“Yo creo que ni lo uno ni lo otro, porque el hecho de tener la red social, yo siempre creo que he podido tener una fluidez social ¿no? con todas las personas, pero con mi red de amigos, creo que de ser el mejor amigo y creo que la red, que me ha ayudado a fortalecer de pronto vínculos con familiares que viven en otra zona del país y por ese medio es la única forma de contactarnos sí, pero de resto no, creo que permite comunicarnos, que uno está más pendiente qué hizo el amigo, qué no hizo, eso es como lo que resalto, pero de resto creo que normal, tengo fluidez tanto en la red como lo presencial.” [Freddy]

“Pues con el Facebook creo que esa es una herramienta que es como la forma de mantener contacto con amistades que se encuentran lejanas. Entonces de pronto el atributo consiste en que de pronto hayas conseguido más amigos porque sos más popular en Facebook o que de pronto los hayas perdido porque no manejas tanto Facebook, conseguir amigos no tanto, de pronto he llegado como a reencuentro de amistades que hace uff... años no veía solamente en esa cuestión.” [Dayana]

Según *Freddy* y *Dayana*, Facebook no ha influido para que adquieran o minimicen algún atributo social, precisan que ésta red social le es útil primordialmente para mantenerse en contacto con familiares que se encuentran en otros lugares y/o amigos del pasado.

Caso contrario expuso el entrevistado *Leonardo* al argumentar que Facebook, le ha ayudado a reafirmar su sociabilidad y se ha convertido en un “amigo” dentro de este espacio:

“Pues por ejemplo que soy una persona, digamos muy abierta a hacer amistades, soy muy amigable, pues muchas de las personas que hablado en Facebook así no las conozca personalmente, a lo último terminan contando sus problemas, porque, sí, no sé, tal vez por los consejos que doy, que siempre los sé escuchar y siempre hay respuesta y una conversación acorde a la situación que están atravesando y eso me ha caracterizado y tengo muchos amigos por esa parte.” [Leonardo]

Y en esta precisión que hace el entrevistado *Leonardo*, es pertinente resaltar un término que permite ser relacionado con la experiencia expuesta: la cibernsialidad tomado desde El-Sahili (2014) al referirse a la capacidad de las personas para hacer amigos en las redes sociales y desenvolverse en ellas y lo define como:

“La suma de habilidades que permiten socializar en el medio cibernético. Vocablo que guarda similitud con la sociabilidad simple, pero que tiene algunas diferencias

importantes. Con una alta cibernsialidad la persona se abre una gama de posibilidades de establecer contacto, así como de combinar a contactos que se habían establecido anteriormente cara a cara con los de la red.” (p, 97)

Pues si bien, hubo diversas posturas, las y los estudiantes señalan que Facebook es una herramienta que permite mantener contacto con los otros y es un medio para interactuar con ellos con facilidad y de continuar relacionados. Es necesario aquí retomar los planteamientos de Gardner y Davis (2014) cuando sostienen que los jóvenes utilizan primordialmente Facebook como medio para mantener sus vínculos:

“Aunque la conducta en línea de los jóvenes puede parecer Narcisista a un observador, es importante recordar que su primera motivación para estar en línea puede que no sea promocionarse a sí mismo, sino promocionar y conservar sus vínculos sociales” (p, 83)

Es de resaltar la anterior precisión porque si bien, se tiene la idea de que las y los usuarios de Facebook solo buscan exhibirse a sí mismos, su primera intención es continuar sus vínculos sociales que pueden asociarse al mismo tiempo a la necesidad de estar relacionados.

Y si se habla de relaciones a través de Facebook, es preciso explorar qué espacio y significancia ha ganado esta red, como ya se ha evidenciado en esta investigación éste es un medio de comunicación y para mantener contacto con los otros, pero ¿ha permitido iniciar y mantener algún tipo de relación?, destacando que:

“El viajar y navegar por medios electrónicos como Internet lleva a crear nuevas formas de socializar, nuevas formas de conocer al otro que está tan cercano e intercomunicado, disponible en cualquier hora del día, y con el que pueden establecerse relaciones sociales efímeras o constantes, sin estar cerca en forma física.” (Knop 2012, p, 25)

Para corroborar lo anterior, las y los entrevistados manifestaron su experiencia en el campo de las relaciones ya sea de tipo amorosas, laborales, de amistad, entre

otras, que asimismo los lleva a tener una posición frente a las dinámicas que se generan.

“pues de hecho yo tuve una relación amorosa prácticamente por el Facebook, pues porque era a distancia y pues es muy complicado y regularmente pues las personas no terminan siendo lo que dicen ser por allí, me parece más complejo.” [Estefanía]

“[...] a mí me pasó una vez, una vez si estaba comenzando a sentir cosas por una persona, pero pues no se dieron las cosas, incluso hasta intentamos establecer una relación sentimental por ese medio, pues digamos que estaba comenzando a funcionar, pero pues por otras circunstancias no se dieron, [...]” [Jaime]

Si bien, los entrevistados Estefanía y Jaime si han establecido relaciones amorosas en Facebook, ambos manifiestan haber tenido poco éxito en el mantenimiento y futuro de éstas. Y es aquí donde se puede retomar los planteamientos de Bauman (2005) cuando sostiene las implicaciones existentes cuando puede primar la proximidad virtual sobre la proximidad física.

“La proximidad no-virtual se queda muy corta respecto de los rígidos estándares de no-intromisión y flexibilidad que la proximidad virtual ha establecido. Si no logra ajustarse a las normas impuestas por la proximidad virtual, la proximidad topográfica ortodoxa se convertirá en una “contravención” que sin lugar a duda encontrará resistencia”. (p, 89)

Aunque las y los estudiantes exponen que Facebook es una herramienta para mantenerse en contacto, se queda corto para hacer prospera una relación, al menos amorosa debido a los estándares que establece éste tipo de interactuar con el otro. Al respecto, el entrevistado Gerardo expresa su opinión y en relación a la proximidad virtual y no virtual que tiene sobre las relaciones establecidas en Facebook.

“Pues yo creo que es, pues conocerse por ahí puede ser un buen inicio, pero ya tú, osea la decisión se toma es cuando tú de verdad realizas una actividad de persona a persona porque pues, eso es lo que de verdad uno empieza de pronto a conocerla y ya, ella puede ser como te digo una persona, pues yéndome más bien como al ser no a lo físico, sino más como a lo emocional y a la forma de esta persona de su forma de ser más bien, pero yo diría que se puede presentar como un inicio, realizar o comenzar una, la búsqueda de una pareja o empezar una relaciona amorosa por este medio.” [Gerardo]

Si bien, puede considerarse Facebook como un itinerario de cualquier tipo de relación, no puede adjudicársele el mantenimiento de ésta, es así como lo manifiestan las y los entrevistados desde su propia experiencia, pues se hace necesario el contacto y la cercanía física para lograrlo.

4.2.4 Formas de expresión: comentarios, interacciones, participación en Facebook.

“La expresividad del individuo (y por lo tanto, su capacidad para producir impresiones) parece involucrar dos tipos radicalmente distintos de actividad significativa: la expresión que da y la expresión que emana de él.” (Goffman 1989)

Las relaciones con otros, son lo que nos ancla a la vida, los seres humanos siempre estamos evaluando el nivel de aceptación e importancia que tenemos ante los demás, pues es ahí donde se da repuesta a nuestras necesidades de aceptación, aprecio, afecto, entre otras. El intercambio de reconocimiento más o menos recíproco, es lo que da la sensación de ser quien se debe ser y estar en el lugar correcto. La red social Facebook, acerca a sus usuarias y usuarios a la experiencia casi divina de gustar y ser atractivos para muchas personas, en tanto que los comentarios y “me gusta” ofrecen la sensación de ser aceptados y queridos por otros, sentimiento que en la mayoría de las ocasiones puede acabar por ser un tanto superficial y fugaz debido a las muchas exigencias sociales que las y los jóvenes se ven obligados a cumplir para poder participar de esta nueva forma de socializar. Es así como menciona Contreras (2003):

“las identidades virtuales pasan a formar parte del bagaje y la experiencia global del individuo, que deviene un sistema identitario complejo compuesto por una red distribuida de nodos en que es el contexto el que determina que identidad tiene importancia en cada momento.” (p, 160).

Se podría decir que Facebook ha empezado a funcionar como una bolsa de valores donde el precio se mide en niveles de aceptación e intercambio de información. Las ganancias equivalen a la aceptación por parte de los receptores, que pueden materializarse en un “me gusta”, un comentario e incluso siendo compartido, además en ese espacio podría decirse, confluyen los sentimientos y motivaciones de las personas como una oferta, las personas pueden invertir todas sus fuerzas en verse bien o valer su peso en oro, pero en un minuto ser popular y al siguiente no existir.

Como ya se ha mencionado el perfil de Facebook funciona como una vitrina virtual donde las personas ofrecen a sus contactos una imagen de sí, que puede o no ser aceptada por los demás, pero que es dada con la intención de mostrar quién soy y aquí estoy;

“Sabemos que la presentación de sí ante los otros es un aspecto esencial de la interacción social. La misma refiere a un nivel significativo en el que los otros nos “toman” y construyen nuestra imagen basándose en aquellos indicios que emitimos constante y casi siempre inconscientemente. Teniendo la conciencia de que esto ocurre, las personas intentan controlar la imagen que dan ante los otros, mostrando o resaltando ciertos aspectos de su persona, dejando en la sombra otros, creando nuevos.” (Urresti 2008, p, 132).

Continuando con esta idea, lo anterior contribuye a confirmar la información obtenida de las entrevistas en tanto que las y los estudiantes ven el muro como un sitio virtual donde pueden exhibir sus logros, pensamientos, mostrar sus intereses, gustos, emociones y demás actividades dignas de admirar y evalúan la aprobación de los otros basados en su nivel de aceptación. Cuando se les preguntó a las y los estudiantes con qué fin publicaban y si creían lograr sus objetivos fueron claros en señalar que Sí; sus respuestas evidencian que éstos esperan ser observados y aprobados, los resultados obtenidos los hace sentir victoriosos en su intento de ser reconocidos por los demás; en cierta medida esto reafirma su identidad colectiva e individual, al mismo tiempo que fortalece sus vínculos con los otros.

Para estos y estas estudiantes, es realmente importante que los demás acepten sus acciones a la vez, que requieren que se les apruebe por medio de opiniones

que por lo general esperan sean positivas. Para entender esta afirmación es necesario analizar detenidamente los argumentos expuestos por estos al preguntarles con qué fin publican en sus cuentas, (se mostraran todas las respuestas dadas en la entrevista aplicada):

“Pues con el fin de dar a conocer lo que publico, ósea, si estoy contenta o si pongo una foto o algún estado de alguien pues, ósea como para que otros vean que pues, eso que lo conozcan o que opinen.” [Estefanía]

“De pronto con el fin de que las personas puedan conocer u observar, la foto o la imagen que me llamó la atención, pero más bien como, sin un fin sino, lo público de pronto es porque me llamó la atención y de pronto es chévere compartirlo, pero ósea yo teniendo un fin para, diría yo que no, ninguno.” [Gerardo]

“Cuando me siento o estoy en una actividad y me gustó o como cuando he cumplido con una meta personal, entonces lo público y coloco en el estadito ¡me siento orgulloso! ¡Me siento feliz! O ¡me siento bendecido! Por alguna situación que me haya sucedido, entonces lo, no todas las veces, pero cuando estoy así muy conmovido, lo público.” [Freddy]

“Como informativo, como si no logro comunicarme con un amigo, como para que se dé cuenta que está pasando” [Dayana]

“Pues público con el fin de captar clientes en mi negocio, no sé, yo no publico tantas fotos, por ejemplo hay gente que publica fotos y a mí me gustan lo que publican entonces yo le doy “me gusta”, [...] lo público porque me interesa y entonces alguna gente le interesara también, es un medio de difusión de información.” [María]

Lo que permite comprender estas respuestas, es que las y los estudiantes si sienten la necesidad de publicar algo que a ellos les llaman la atención y piensan a su vez, que les puede agradar a los otros. Al mismo tiempo dicha acción, permite que los gustos e intereses se den a conocer y en esa medida reafirmen su identidad o la reconstruyan. Al respecto se sustenta que:

“Puede notarse cómo las personas gozan de compartir ideas, frases, imágenes, situaciones que las impactan día a día y saludos. Es un espacio en el que es posible expresarse sin represión, con completa libertad y compartir lo que se encuentra en la mente.” (Ed. Knop 2012, p, 23)

El muro de Facebook por tanto es la posibilidad de plasmar los sentimientos, reacciones, pensamientos y demás que generan la vida cotidiana y hasta el mismo mundo virtual. Dicha red social es *“El lugar para poder plasmar de una manera tangible y visible todo lo que se encuentra en forma abstracta en el interior.”* (Ibíd.)

Teniendo en cuenta los fines establecidos por las y los estudiantes para realizar una y más publicaciones en Facebook, se les preguntó si creían que conseguían sus objetivos al hacerlo y estos fueron algunos de sus argumentos:

“En la mayoría de las veces sí, por los comentarios que me hacen, por las etiquetas.”
[Leonardo]

“Regularmente sí, pues pocas veces pongo algo en el que no opinen o no le den “me gusta.” [Estefanía]

“Si lo he conseguido en su mayoría, sí porque digamos yo publico algo y después lo voy a ver si lo comentaron o lo vieron, pues si me doy cuenta que sí que la gente ha estado pendiente.” [Dayana]

Y he aquí que se reafirma algunos supuestos donde la validación de los otros, permiten tener un reconocimiento y por tanto una identidad (Guerrero 2002). Las y los entrevistados manifiestan que han conseguido sus objetivos cuando algún contacto les da un “me gusta” o hacen un comentario de dicha publicación. En ese sentido que:

“Utilizamos los comentarios de otras personas a manera de verificación de las descripciones que hacemos sobre nosotros mismos. Éstas sirven para validar, reforzar o alterar la percepción de quién y qué somos.” (Verderber y Verderber 2005, p, 33)

Las y los estudiantes manifiestan y se denota seguridad, que sus publicaciones son significativas en la medida de que a otros les ha llamado la atención y se lo hacen saber. Esta tendencia la siguen sustentado otras de las respuestas arrojadas en este estudio:

"No pues yo creo que sí, en una menor medida de pronto si cumplo mi objetivo porque a otras personas de pronto les interesa lo que yo les he publicado, les he compartido y las personas que de pronto les interese lo que yo puedo digamos como comentarles al respecto, siento que de pronto se ve reflejado, porque muchas personas de pronto comparten lo que yo les comparto, lo que yo público, bueno difunden la información, cuando se trata de algún evento o alguna actividad de ese tipo, de pronto se ve ese objetivo cumplido." [Jaime]

"[...] la verdad cuando publico a veces la gente comenta, pero la verdad lo hago más para que la gente se informe, si hablamos de eso y al menos han dicho "me gusta" pues eso es informar o por lo menos le han echado una ojeadita. Si es por comentarios y que la gente se informe diría que sí, además también publico porque uno tener un Facebook y tenerlo ahí y entra cada cuaresma y no ponerle nada ahí interesante, pues también dicen esta aburrida, esta amargada, pues a veces hay que darle un poquito para que se vea que uno llevo a su casa." [María]

La afirmación de *María* nos da una clara connotación de las intenciones que tienen la mayoría de jóvenes al publicar, en primera instancia compartir algo de su interés y llamar la atención sobre sí mismos, lo cual indica una fuerte necesidad de reconocimiento y aceptación, los jóvenes necesitan definir y establecer su status. Aparecen también las publicaciones que son al mismo tiempo, un intento de crear un espacio representativo que exponga los más fielmente posible su identidad individual con la misma intención.

Ahora bien, hasta ahora solo se ha tratado acerca de la marcada individualidad manifiesta al usar Facebook pero no hay que olvidar que esta red social abre la posibilidad de trasladar aspectos de la vida cotidiana al espacio virtual, por ende se da una reciprocidad entre sujetos que es ineludible a todos los espacio, es casi imposible recibir atención si no la brindas y más en este sitio virtual que se supone contiene perfiles de amigos y familiares.

Las y los estudiantes han argumentado el porqué de sus publicaciones en Facebook y por qué sienten que son aceptadas, fue conveniente revisar si es similar la importancia que le dan a lo que sus contactos exponen. Es en este sentido que se indagó sobre las acciones realizadas, cuando les suele llamar la atención una o más publicaciones que hacen los otros, en este caso sus contactos de la lista de amigos.

“En algunos casos pues siempre le doy “me gusta” y si de pronto es como a nivel más familiar, le escribo algún mensaje ¡Ve chévere! ¡Felicitaciones! O ¡me parece interesante! Pero casi siempre “me gusta”.” [Gerardo]

“No pues lo común, le doy el “like” o le doy un comentario si alguna cosa que realmente me llama mucho la atención, por lo menos, si me gusta le doy un “like”, pero si realmente es algo que a mí ha impactado, me llama mucho más la atención le doy el comentario.” [Jaime]

“La comparto, le doy “me gusta” y la comento.” [Dayana]

El “me gusta” característico de Facebook, es una de las acciones más comúnmente utilizadas por sus usuarias y usuarios, de hecho en todas las respuestas de las y los entrevistados, ésta fue la que predominó. Y es que:

“Cuando alguien da “me gusta” o comenta favorablemente algún estado de Facebook está “votando” para que otros confíen en esa información, por eso “lo que el pueblo quiere es lo que predomina.” (El-Sahili 2014, p, 179)

Se puede inferir que el “me gusta” es sinónimo de aprobación ya sea de una foto, un estado, video, entre otros, y da a entender al otro, a su receptor que acertó en hacer dicha publicación. El-Sahili (2014) continúa argumentando que:

“El principal motivo por el que las personas confieren un “me gusta” es precisamente porque “algo les gusta”. Sin embargo, otro de los motivos más frecuentes resulta de un acto de reciprocidad con los sujetos que los distinguieron de igual manera. Esta acción representa la idea de aplicar una regla básica de cortesía (situación parecida a responder el saludo de buenos días) aunque de manera más específica pretende expresar el beneplácito que se siente al recibir el “me gusta”,” (p, 98)

Uso de Emoticones

Si bien las y los estudiantes han manifestado el porqué de sus publicaciones en Facebook y la manera recíproca en que dan un “me gusta”, un comentario y

asimismo lo reciben, es de interés en esta investigación, resaltar el espacio que ocupa los emoticones¹⁷ dentro de la red social.

Partiendo del supuesto de que todo comunica (Watzlawick 1989), la red social Facebook es una herramienta de un flujo de comunicaciones que le permite a sus usuarias y usuarios expresarse de acuerdo a lo que sienten, opinan o piensen o también tiene cabida lo que no es de su interés real. Con todo lo anterior, se indagó en este estudio por el uso de los emoticones, reflejando en la gran mayoría de las y los entrevistados, que sí los utilizan para transmitir un mensaje, sustentándolo de la siguiente manera:

“Sí, muchos, siempre, sí. [...] Pues a veces me parecen mejor que, que de hecho las palabras, entonces casi siempre, osea las publicaciones van acompañadas de emoticones.” [Estefanía]

“Sí, si los emoticones por lo menos pues te ayudan por lo menos cuando estás en un comentario molesto, tienes alguna preocupación o estas feliz, sí, los utilizo mucho los emoticones.” [Jaime]

“Sí, el del dedito que significa ok, que todo está bien y el de la carita feliz o cuando está en el chat privado que ya tiene otro tipo de conversaciones, sí, una carita triste, una carita con las lágrimas.” [Freddy]

El uso de los emoticones como forma de transmitir un estado, una opinión inclusive un sentimiento, ha ganado un gran terreno dentro del itinerario de comunicación en Facebook, de hecho algunos de los estudiantes sostienen que ésta opción les evite el escribir un mensaje generando la misma sensación deseada, infiriendo que son suficientes las interpretaciones de estas imágenes.

“Uy totalmente, claro a uno le ahorran media escritura ahí y entonces uno no más, pum manda el emoticón y ya la persona sabe cómo uno está, creo que es una herramienta que le permite de pronto a la persona no dejar de escribir pero si va a escribir con errores de ortografía, que mejor lo demuestre con una imagen.” [Freddy]

¹⁷ “Los emoticones son un neologismo de las palabras emotion e icon (emoción e icono) del inglés. Son también conocidos como representaciones gráficas, textos icónicos, iconos emotivos, smileys, caritas o secuencias de símbolos.” (López 2009:26)

Si bien, se valida la utilización de los emoticones para transmitir un mensaje en Facebook según las apreciaciones de las y los entrevistados, es importante señalar que cada vez, ésta red social entra en competencia por así decirlo, con las formas tradicionalmente utilizadas para interactuar con los otros y en ese sentido conocer qué sienten y piensan.

Surge entonces una inquietud que vale la pena contemplar dentro de esta investigación, y es si estas nuevas formas de comunicación y de expresión son suficientes para interpretar diversas situaciones y experiencias con el fin de comprender la realidad. Ante ello Bauman (2005) plantea que:

"[...] la información más proclive a alcanzar la atención humana es la más breve, la menos profunda y la menos cargada de significado: oraciones en lugar de argumentos elaborados, palabras de moda en lugar de oraciones, fragmentos sonoros en lugar de palabras. El precio que pagamos todos por la "disponibilidad" de la información es un encogimiento de su contenido; el precio de su disponibilidad inmediata es una reducción drástica de su significación." (P. 126)

En tanto se interpone la necesidad de profundizar los mensajes, Facebook ha venido simplificando esta acción, permitiendo que sus usuarias y usuarios no dejen de comunicarse ya sea por escrito, imágenes, videos y demás herramientas y lo anterior se entiende ya que:

"Para tener una mínima posibilidad de ser notados, los mensajes electrónicos deben acortarse y simplificarse, de modo que puedan comunicar todo su contenido antes de que la atención languidezca o se aleje a la deriva con otro rumbo:" (Ibíd. 125)

CONCLUSIONES

La identidad como un proceso que se construye teniendo en cuenta el tiempo y espacio y el sentido que le atribuyo a lo que me rodea (Castells 2000), es hoy un hecho cultural significativo ya que es precisamente, la dimensión que permite saber quiénes somos, dónde estamos y para dónde vamos. Si bien se ha argumentado que la búsqueda del “quién yo” y el establecimiento del “yo soy” es una tarea exclusiva de la modernidad, es así como en dicha búsqueda, las personas toman aquello que les es accesible, interesante, satisfactorio y controlable (Almudena 2002).

Hoy puede decirse que hay una gran variedad de opciones disponibles para la sociedad en general y otras más que se especifican de acuerdo a los grupos generacionales, despertando no sólo la necesidad de adecuarse a las exigencias del medio, sino también el interés de seguir dicho ritmo. Es por todo ello, que las redes sociales en medio de la revolución de las tecnologías como se ha referido Castells (2000), es una de esas opciones que han emergido en las formas de comunicación, de relación y de construcción del “yo soy”. Facebook como uno de los fenómenos más destacados de las experiencias virtuales y también sociales, se ha ganado un espacio significativo dentro de las vivencias de las personas, sobre todo en las jóvenes generaciones.

Es así como los resultados de esta investigación han permitido establecer algunas premisas sobre la influencia que tiene Facebook en las construcciones de identidad de los estudiantes de Trabajo Social de la Universidad del Valle, Sede Norte del Cauca. Como se ha mencionado, la identidad se construye de acuerdo a lo que se tome del contexto y hoy Facebook representa un escenario de fácil acceso que promueve la curiosidad y el interés y donde aparentemente, se puede tener control de las actividades a realizar.

En este orden de ideas y teniendo en cuenta que no hablamos de una sola identidad ni mucho menos estática, esta pluralidad de identidades precisamente es un escenario que ofrece Facebook, la actualización de diversas formas de

mostrar “quién soy” a través de esta red, dependiendo asimismo de las exigencias del contexto y de lo que se espera ver. Se infiere por tanto, que el fenómeno Facebook ha tenido gran incidencia en las experiencias sociales de las y los estudiantes debido a que su uso, ha abierto una puerta a un mundo mejorado e ideal del mundo presencial.

Es así como los resultados de esta investigación señalaron que Facebook ha llegado a la vida de las y los estudiantes principalmente para mantener contacto y vínculo con amistades del pasado, lejanas, con familiares y para hacer nuevos “amigos”, también ha servido de plataforma para mostrar a los otros a través del perfil quiénes son y/o anhelan ser. Facebook, ha ampliado y mejorado la identidad de las y los estudiantes respecto a la que tienen en la vida offline, es decir que lo que enseñan en sus perfiles, da cuenta de su realidad, pero mucho mejor esperada, relacionada sobre todo a lo que debe ser y los otros esperan ver.

Es por ello que la influencia del uso de Facebook se manifiesta de acuerdo con lo obtenido en este estudio, como el medio por el cual se puede mostrar lo “bueno”, “aceptable”, “divertido”, lo “mejor”, “lo bello” ya sea por medio de fotografías, estados, imágenes, canciones, entre otros, que dejan a los otros, la impresión de ser personas con cualidades destacables y meritorias que merecen un determinado status.

En relación a la categoría con la que se pretendió dar cuenta de la Información expuesta en Facebook: contenido privado, informativo y gráfico, se pudo evidenciar que las fronteras de la privacidad se han extendido, a la vez que las y los usuarios han tenido que modificar aspectos de la misma para poder encajar en este tipo de comunidades virtuales. La falsa sensación de privacidad ha llevado a que las y los estudiantes expongan información (nombre, universidad, lugar dónde vive, fecha de nacimiento, etc.) en sus perfiles, que un tiempo atrás o en otro contexto no habrían suministrada con tal facilidad.

La privacidad es hoy por hoy, uno de los motivos que más angustian a los usuarios y aunque esta red social ofrece múltiples herramientas para

salvaguardarla es imposible no hacer evidente rasgos de personalidad que terminan siendo leídos por los contactos a través de las pantallas.

Por otra parte la información que exponen en Facebook como las fotografías, comentarios, “me gusta”, e información personal, se dan en el marco de reciprocidad que exige la red en sus relaciones de “amistad”.

En cuanto a la categoría referente a la coherencia y/o contraste entre la información virtual e información no virtual identificadas, se observó que existe una fuerte propensión entre las y los estudiantes a mostrar solo aspectos meritorios de su vida cotidiana avalada por pruebas visuales como los son las fotos las cuales tienen gran trascendencia para estos, es decir los jóvenes presentan en su mundo *online* aquellas situaciones que los hace sentir orgullosos y que resalta todos sus atributos mientras que las tristezas o derrotas todavía para muchos de ellos hacen parte de su vida privada.

Si bien las y los estudiantes en su mayoría, no ponen información personal falsa en sus cuentas, si tienden a exponer material donde sus atributos físicos y logros tenga la mejor apariencia e impresión, por lo que se puede inferir que lo que exponen representa su vida *offline* pero cuando cumple con estándares de belleza, prestigio social y por consiguiente la versión idealizada de sí mismos.

En referencia al concepto de sí mismo y de sus contactos las y los estudiantes se definen como personas totalmente transparentes ante los demás, pero no confían en que los demás sean sinceros a la hora de publicar su información en la red. Por otra parte Facebook es visto como una forma de construir relaciones de amistad duraderas pero no conciben una relación amorosa por las dinámicas que exigen este tipo de relaciones.

Con respecto a las formas de expresión: comentarios, interacciones, participación en Facebook, esta red social ha planteado nuevas formas de comunicar los sentimientos y estados; la escritura, los emoticones, las fotos, imágenes, comentarios y “me gustas” tienen una fuerte carga emocional para el emisor quien por medio de estos espera ser entendido, es más, la mayoría de las y los

estudiantes refirieron que estas formas de expresión son mucho más cómodas pues les ahorra tiempo de escritura, la real dificultad está en que no siempre el receptor entiende los códigos enviados, sin embargo estas siguen siendo la mejor opción para canalizar y “resumir” sentimientos, ideas y opiniones.

La inmediatez en la que se configura este tipo de redes sociales patrocinadas por los nuevos tipos de tecnologías, permite estar todo el tiempo pendiente de lo que sucede y en interacción con los demás, esto con el fin de no estar desinformado, además en ese tipo de acciones es donde se encuentra retribución por parte de los otros usuarios quienes brindan apoyo traducido en “me gusta”, comentarios o compartiendo lo publicado.

Para terminar ¿Por qué fue relevante estudiar este fenómeno desde el Trabajo Social? Porque esta disciplina comprende a las personas como seres humanos integrales en permanente relación con su contexto, es en este sentido que hoy las redes sociales y en especial Facebook, es un escenario que no se debe ignorar ya que en éste, hay procesos de socialización, interacción, donde emergen diversas formas de estar en el mundo, cómo se conciben a sí mismos y al otro y por consiguiente el reconocimiento de la diferencia. Cabe agregar que esta red social, no se exime de ser un escenario de confluencia de problemáticas; el ciberacoso, la pérdida de la vida intimidad y la ética, el desprestigio social, entre otras, son un ejemplo que compromete la intervención desde Trabajo Social con el fin de comprender la realidad y su posible manejo.

BIBLIOGRAFÍA

- Alamillo, Ignacio (2008). *Identidad en la red*. Revista ISSUU Investigación y ciencia 386. Edición Española de Scientific American. España.
- Almudena, Hernando (2002). *Arqueología de la Identidad*, Ediciones Akal, S. A., Madrid.
- Aparici, Roberto (2010). *Conectados en el ciberespacio*. UNED, Madrid.
- Barbero, J. Martín (2003). *Globalización y Soberanía, identidades en globalización*. Revista Javeriana Vol. 0139 No. 0691. pp. 8-21.
- Bauman, Zygmunt (2000). *Modernidad líquida*. Fondo de Cultura Económica. Argentina.
- Bauman, Zygmunt (2002). *La cultura como praxis*. Paidós, Barcelona.
- Bauman, Zygmunt (2005). *Amor líquido: acerca de la fragilidad de los vínculos humanos*. Fondo de Cultura Económica. Argentina.
- Bauman, Zygmunt (2007). *Vida de consumo*. Fondo de Cultura Económica. México.
- Bauman, Zygmunt (2011) *Daños colaterales, Desigualdades sociales en la era global*. Fondo de Cultura Económica. México.
- Berger, L, Peter y Luckmann, Thomas (1999). *Construcción social de la realidad*. España: Paidos.
- Berger, L, Peter y Luckmann, Thomas (1997). *Modernidad, Pluralismo y Crisis del Sentido*. España: Paidos.
- Bestard, Joan (1998). *Parentesco y modernidad*, Ediciones Paidós. España.
- Bolívar R., Ingrid Johanna (Editora), Arias Vanegas, Julio, Ruiz Serna, Daniel, Vásquez, María de la Luz (2006) *Identidades culturales y formación del Estado en Colombia: Colonización, naturaleza y cultura*, Universidad de los Andes, Facultad de Ciencias Sociales, Departamento de Ciencia Política, CESO, Ediciones Uniandes. Bogotá.
- Castellanos LI., Gabriela, Grueso, Delfín Ignacio, Rodríguez, Mariángela, (Compiladores) (2009) *Identidad, cultura y política: Perspectivas*

conceptuales, miradas empíricas, Programa Editorial Universidad del Valle. Santiago de Cali.

- Castells, Manuel (2000). *La era de la información, economía sociedad y cultura, el poder de la identidad Vol. II*, Siglo veintiuno editores. México.
- Castells, Manuel (2003). Artículo: Internet, libertad y sociedad: una perspectiva analítica, Polis. Revista de la Universidad Bolivariana. Vol. 1 no. 4: por una nueva globalización. pp. 253-384.
- Contreras, Pau (2003) *Me llamo Kohfan, identidad hacker: Una aproximación antropológica*, Editorial Gedisa. Quito.
- Disalvo, David (2011). Revista: Investigación y ciencia. Mente y cerebro No. 48: Redes Sociales, Editorial: Prensa científica. España. pp. 60-37.
- Gardner, Howard y Davis, Katie (2014). *La generación APP. Como los jóvenes gestionan su identidad, su privacidad y su imaginación en el mundo digital*, Paidós. Barcelona.
- Giddens, Anthony (2000) *Modernidad e identidad del yo: el yo y la sociedad en la época contemporánea*, Ediciones Península. España.
- Goffman, Erving (1989) *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Amorrortu editores. Buenos Aires.
- Goyeneche, Edwar (2009). *Fotografía y sociedad*. La carreta editores E.U. Medellín.
- Grinberg, Leon y Rebeca (1980). *Identidad y cambio*, Ediciones Paidos. España.
- Guerrero Arias, Patricio (2002) *La cultura estrategias conceptuales para entender la identidad, la diversidad, la alteridad y la diferencia*, Editorial UPS Quito, Escuela de Antropología aplicada, Departamento de Ciencia, Ediciones Abya – Yala. Quito.
- Gutiérrez Boada John Daniel (2001). *Los límites entre la intimidad y la información*, Editorial Universidad Externado de Colombia. Bogotá.
- Hobbes, Thomas (1980). *Leviatán, o la materia, forma y poder de una república, eclesiástica y civil*, Editorial Fondo de cultura económica, México.

- Homans, George (1971). *El grupo humano*. Editorial Universitaria de Buenos Aires. Buenos Aires.
- Kirkpatrick, David (2010). *El efecto de Facebook, la verdadera historia de la empresa que está conectando al mundo*, España: Gestión 2000, 2011. Barcelona.
- Moraes, Dênis (2007). *“sociedad mediatizada”*. Gedisa editorial, S.A., Barcelona.
- Páramo, Pablo Fernando, et.al. (2013). *La investigación en ciencias sociales: estrategias de investigación*, Universidad Piloto de Colombia, 2ª ed. Bogotá.
- Parsons, Talcont (1984). *El sistema social*, Alianza Editorial. España.
- Sampiere Hernández, Roberto, Fernández Collado, Carlos, Baptista Lucio, Pilar (2010) *Metodología de la Investigación*, McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Taylor, Charles (1996). *Fuentes del yo, La construcción de la identidad moderna*, Ediciones Paidós Ibérica, S.A. España.
- Quéau, Philippe. (1995). *Lo Virtual. Virtudes y Vértigos*, Paidós Hipermedia 1. Barcelona.
- Ritzer, George, (1993). *Teoría sociológica contemporánea*, Mc Graw Hill, México.
- Tenorio Conde, Alicia (1996). *Bases conceptuales para el trabajo con grupos*, Editece.
- Urresti, Marcelo et.al (2008). *Ciberculturas Juveniles*, LA CRUJÍA. Buenos Aires.
- Verderber Rudolph F y Kathleen (2005). *Comunícate*, Thomson, México.

WEBGRAFÍA

- Albornoz, María Belén (2008). *Cibercultura y las nuevas nociones de privacidad*, NÓMADAS, No. 28. Universidad Central – Colombia. En http://www.ucentral.edu.co/images/editorial/nomadas/docs/nomadas_4_ciber_belen.pdf Consultado el 15 de abril de 2015.
- Conangla, Merce y Soler, Jaume (2011). *ECOLOGIA EMOCIONAL PARA EL NUEVO MILENIO: El arte de reinventarse a uno mismo*, Amat editorial. En https://books.google.com.co/books?id=DoQiBAAAQBAJ&pg=PA1&lpg=PA1&dq=ECOLOGIA+EMOCIONAL+PARA+EL+NUEVO+MILENIO:+El+arte+de+reinventarse+a+uno+mismo&source=bl&ots=aYmjI8Gf_g&sig=rbwXGudLzZYCtn1n=es-419&sa=X&ei=D5j8VKHONKewsATj0YLIaw&ved=0CD4Q6AEwBQ#v=onepage&q=ECOLOGIA%20EMOCIONAL%20PARA%20EL%20NUEVO%20MILENIO%3A%20El%20arte%20de%20reinventarse%20a%20uno%20mismo&f=false Consultado el 08 de marzo de 2015.
- Correa Osorno, Claudia María, Guillén Mesa, Luisa Mercedes (2011). *La teoría de la individualización y el enfoque en Ciencia, Tecnología y Sociedad (CTS)*, escritos, Vol. 19, No 42, Medellín, Colombia. En <http://www.scielo.org.co/pdf/esupb/v19n42/v19n42a06.pdf> Consultado el 08 de marzo de 2015.
- Domingo Gimeno, Eva et.al. *Jóvenes consumidores y redes sociales*. en Castilla – La Mancha. En <http://www.portaljovenclm.com/documentos/noticias/3069/JovenesConsumidoresyRedesSocialesenCLM.pdf> Consultado el 09 de marzo de 2015.
- El-Sahili, Luis Felipe (2014) *Psicología de Facebook: Vislumbrando los fenómenos psíquicos, complejidad y alcance de la red social más grande el mundo*, Universidad de Guanajuato, México, En <https://books.google.com.co/books?id=zgLSAgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=facebook&hl=es&sa=X&ei=KEzZVOuND021sAT1roKACw&ved=0CCo>

[Q6AEwAg#v=onepage&q=facebook&f=false](#) Consultado el 09 de febrero de 2015.

- Escobar, Modesto y Román Helena, *“la presentación del self en el ciberespacio. un análisis de las autodefiniciones personales en blogs y redes sociales”*. En <http://www.fes-web.org/uploads/files/modules/congress/10/grupos-trabajo/ponencias/127.pdf> Consultado el 23 de abril de 2014.
- Fernández, Carlos (2011). *Privacidad y Facebook: estudio sobre los datos personales en las redes sociales online*. Universidad de Salamanca Facultad de Traducción y Documentación Máster en sistemas de información digital. En: <http://hdl.handle.net/10366/116281> Consultado el 14 de abril de 2015.
- Fuentelsaz Gallego, C. (2004). *Cálculo del tamaño de la muestra*, En http://www.ciede.net/econometrias/calculo_muestra.pdf Consultado el 13 de julio de 2014.
- García Ibarra, Katheryne Andrea Carolina (2010). *“Construcción de la identidad digital de los estudiantes javerianos en facebook”*. BOGOTÁ D.C En <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis394.pdf> Consultado el 29 de Septiembre de 2013.
- García Bedoya, Lina Mercedes (2012). *“Percepciones de lo íntimo en las prácticas de interacción en la red social virtual en un grupo de jóvenes de la ciudad de manizales”*, Manizales 2012, En <http://biblioteca.clacso.edu.ar/Colombia/alianzacindeumz/20130320123249/TLinaMercedesGarciaBedoya.pdf> Consultado el 1 de Octubre de 2013.
- Garzón Valdés, Ernesto, *Lo íntimo, lo privado y lo público*, 06 Cuadernos de transparencia. En <http://www.lapaz.gob.mx/transparencia/pdfs/06.pdf> Consultado el 09 de marzo de 2015.
- Griffin, Jack (2002). *Qué decir, Cómo, y Cuándo, Comunicarnos con aquellos que nos importan en nuestra vida personal y profesional*. Editorial Amat, S.L., Barcelona, En <https://books.google.com.co/books?id=cm9VWP8zBl4C&pg=PA109&dq=qu>

[%C3%A9+es+una+invitaci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ei=xq3XVnMCMKegwTTsoHQAq&ved=0CDQQ6AEwBTgK#v=onepage&q=qu%C3%A9%20es%20una%20invitaci%C3%B3n&f=false](#) Consultado el 08 de febrero de 2015.

- Heller, Ágnes (1987) *Sociología de la vida cotidiana*. Edición península, Barcelona. En <http://www.afoiceeomartelo.com.br/posfsa/Autores/Heller,%20Agnes/Sociologia%20de%20la%20vida%20cotidiana%20parte1.pdf> Consultado el 07 de marzo de 2015.
- Historia de Facebook, En http://www.cad.com.mx/historia_de_facebook.htm Consultado el 15 de Octubre de 2013.
- Inteco (Instituto Nacional de Tecnología de la Comunicación), Gobierno de España, Ministerio de Industria, Energía y Turismo, En <http://www.adolescenciasema.org/usuario/documentos/SOS%20ciberbullyn educadores.pdf> Consultado el 15 de abril de 2015.
- Islas, Octavio, et.al (2013) *Investigar las redes sociales. Comunicación total en la sociedad de la ubicuidad*, México. Razón y Palabra, En http://www.razonypalabra.org.mx/Libro_IRS/InvestigarRedesSociales.pdf Consultado el 03 de abril de 2015.
- Knop, Fabiola, et.al (2012).49, *Creación y Producción en Diseño y Comunicación*, Universidad de Palermo, Año 9, Número 49, Buenos Aires, Argentina. En http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/416_libro.pdf Consultado el 07 de marzo de 2015.
- López, Neira, Erika (2009). *Caracterización de las funciones de los emoticones en interacciones virtuales de chat abierto*, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, D.C. En <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis263.pdf> Consultado el 04 de abril de 2015.
- Maslow, Abraham. (1987). *Motivación y personalidad*, Ediciones Días de Santos S.A. 1991, En

<http://www.aldenai.com/maxlow,a.motivacionypersonalidad.pdf> Consultado el 09 de febrero de 2015.

- Ministerio de Tecnología de la Información y de las Comunicaciones (MINTIC), Informes trimestrales. En <http://colombiatic.mintic.gov.co/602/w3-article-8655.html> Consultado el 22 de abril de 2015.
- Morduchowicz, Roxana et.al (2010), *Los adolescentes y las Redes Sociales*, Ministerio de Educación de la Nación. En <http://www.me.gov.ar/escuelaymedios/material/redes.pdf> Consultado el 08 de marzo de 2015.
- Moreno, Florencia Natalia “*La construcción de la identidad y el uso de los espacios de comunicación en facebook dentro de la matriz sociocultural y comunicativa adolescente*” En <http://www.unqs.edu.ar/oumi/wp-content/uploads/2012/10/ponencia-Flor-construccion-de-la-identidad.pdf> Consultado el 3 de Octubre de 2013.
- Oiwoo, Investigación geodemográfica y análisis de los consumidores de Colombia en Facebook. En <https://www.owloo.com/facebook-stats/colombia> Consultado el abril 21 de 2015.
- Ogando, Mónica, “*La construcción social de la identidad y de la subjetividad en grupos adultos.*” En http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/1534.pdf Consultado el 23 de Abril de 2014.
- Pereira Pérez, Zulay (2011). “*Los diseños de método mixto en la investigación en educación: Una experiencia concreta.* Revista Electrónica Educare, vol. XV, núm. 1. Universidad Nacional, Heredia, Costa Rica. pp. 15-29. En <http://www.redalyc.org/pdf/1941/194118804003.pdf> Consultado el 30 de abril de 2015.
- Quintanilla, Stefany Jovel y Moreno Henríquez, Margarita Yolanda “*construcción de identidad de los jóvenes a través de la comunicación mediada por computadora*” En <http://www.uca.edu.sv/deptos/letras/investigaciones/tgraduacion/construccion-de-identidad-jovenes.pdf> Consultado el 4 de Septiembre de 2013.

- Reguillo, Rossana (2000). *Emergencia de culturas juveniles: Estrategias del desencanto*, Grupo Editorial Norma, En <http://www.iberopuebla.edu.mx/microSitios/catedraTouraine/articulos/Rossana%20Reguillo%20EMERGENCIA%20DE%20CULTURAS%20JUVENILES%20estrategias%20del%20desencanto.pdf> Consultado el 08 de Marzo de 2015.
- Reguillo, Rossana, (2012) *Navegaciones errantes. De música, jóvenes y redes: de Facebook a Youtube y viceversa*. Comunicación y Sociedad, núm. 18, julio-diciembre, pp. 135-171, México, En <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34623154007> Consultado el 09 de marzo de 2015.
- Reguillo, Rossana, (2013) “*Jovenes, sociedad digital y política.*” Entrevista, En <http://hipermediaciones.com/2013/09/01/ENTREVISTA-A-ROSSANA-REGUILLO-JOVENES-SOCIEDAD-DIGITAL-Y-POLITICA/> Consultado el 08 de marzo de 2015.
- Revilla Juan Carlos. *Los anclajes de la identidad personal*. Revista de pensamiento e investigación social No.4 Athenea Digital. En <http://antalya.uab.es/athenea/num4/revilla.pdf> Consultado el 29 de abril de 2015.
- Rodríguez, Fernando et.al. (2007) *Psicología y conciencia*, Editorial Kairós S.A. En <https://books.google.com.co/books?id=GPUwLZRfAPIC&pg=PA196&dq=curiosidad+en+psicologia&hl=es&sa=X&ei=rrfXVLWpHlHxggT3-YDACQ&ved=0CEAQ6AEwBzgK#v=onepage&q=curiosidad%20en%20psicologia&f=false> Consultado el 08 de febrero de 2015.
- Serrano-Puche, Javier (2013). *Vidas conectadas: tecnología digital, interacción social e identidad*, Revista Historia y Comunicación Social Vol. 18. No Esp. Nov. 353-364, Universidad de Navarra, En <http://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/viewFile/44249/41810> Consultado el 16 de abril de 2015.

- Tardáguila, César (2006). *Dispositivos Móviles y Multimedia*. En http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/9164/1/dispositivos_moviles_y_multimedia.pdf Consultado el 07 de marzo de 2014.
- Temple, Dominique, (2003). *Teoría de la reciprocidad: La economía de la reciprocidad*, Tomo II .2003, Artes gráficas editorial garza azul, Bolivia. En <http://bivica.org/upload/reciprocidad-economia.pdf> Consultado el 07 Marzo de 2015.
- Urueña, Alberto et.al (2011). *Las Redes Sociales en Internet*, ontsi (observatorio nacional de las telecomunicaciones y de la SI), En http://www.osimga.org/export/sites/osimga/gl/documentos/d/20111201_ontsi_redes_sociais.pdf Consultado el 09 de marzo de 2015.
- Zemelman Merino, Hugo (2010). *Sujeto y subjetividad: la problemática de las alternativas como construcción posible*, Polis, Revista de la Universidad Bolivariana, Vol. 9, N° 27, P. 355-366. En <http://www.scielo.cl/pdf/polis/v9n27/art16.pdf> Consultado el 10 de julio de 2015.

ANEXOS

GUIA DE ENCUESTA



MUNICIPIO DE SANTANDER DE QUILICHAO - CAUCA PRUEBA PILOTO SOBRE LA INFLUENCIA DE FACEBOOK EN LAS CONSTRUCCIONES DE IDENTIDAD

La presente encuesta pretende identificar la influencia del uso de Facebook en las construcciones identitarias de los estudiantes de la Universidad del Valle, Sede Norte del Cauca

CONFIDENCIALIDAD: Los datos ofrecidos en esta encuesta son de carácter confidencial y el uso de está será meramente documental.

N° De encuesta Fecha D M A Encuestadora

1. CONTENIDO PRIVADO, INFORMATIVO Y GRÁFICO.

1. ¿Por qué decidió crear una cuenta de Facebook?

Pregunta con opción de múltiple respuesta

1. Invitación de amigos (as)___
2. Curiosidad___
3. Contactarse con amigos (a) del pasado___
4. Publicidad___
5. Encontrar nuevas amistades___
6. Encontrar pareja___
7. Ocio___
8. Otro___ ¿Cuál?_____

2. ¿En qué año creó su cuenta de perfil de Facebook?

1. 2006 – 2007___
2. 2008 – 2009___
3. 2010 – 2011___
4. 2012 – 2013___
5. 2014___

3. ¿Cómo se identifica en su cuenta de Facebook?

1. Nombre (s) y apellido (s)___
2. Sólo el nombre___
3. Sólo apellido___
4. Seudónimo___
5. Otro___ ¿Cuál?_____

4. ¿Quién además de usted tiene acceso libre a su cuenta de Facebook?

1. Sólo yo___
2. Amigos (as)___
3. Pareja___
4. Otro___ ¿Cuál?_____

5. ¿Qué medio (s) utiliza usted para ingresar a su cuenta de Facebook? Pregunta con opción múltiple de respuesta.

1. Computador personal___
2. Celular___
3. Tablet___
4. Sala de internet___
5. Otro___ ¿Cuál?_____

6. ¿Tiene más de una cuenta en Facebook?

1. Si___ ¿Cuántas?___
2. No___ (Pase a la pregunta 8)

7. ¿Qué lo motivo a crearla?

1. Tener otros contactos___
2. Acceder a otro tipo de información___
3. Le hackearon la cuenta___
4. Tener un perfil más privado___
5. Realizar otro tipo de publicaciones___
6. Otro___ ¿Cuál?_____

8. ¿Cuáles de los siguientes elementos hace usted público en su cuenta de Facebook? Pregunta con opción de múltiple respuesta.

1. Número telefónico___
2. Lugar de procedencia___
3. Lugar de residencia___
4. Institución educativa___
5. Situación sentimental___
6. Lugar de trabajo___
7. Fecha de nacimiento___
8. Eventos sociales___
9. Preferencias sexuales___
10. Sexo___
11. Creencias religiosas___
12. Ubicación geográfica___
13. Otro___ ¿Cuál?_____

9. La imagen que tiene en su perfil actualmente es

1. Mi foto____
2. Foto con amigos____
3. Foto con mi pareja____
4. Foto con familiares____
5. Foto con mascota (s)____
6. Imágenes animadas____
7. No tengo ninguna imagen____
8. Otro ____ ¿Cuál?_____

10. ¿Su foto de perfil es?

1. Pública____
2. Sólo amigos____
3. Solo yo____

11. ¿Cada cuánto cambia usted su foto de perfil?

1. Diariamente____
2. Semanalmente____
3. Dos veces al mes____
4. Ocasionalmente____
5. Anualmente____
6. Otro ____ ¿Cuál?_____

12. ¿Qué aspecto predomina para que usted publique una foto en Facebook? Pregunta con opción múltiple de respuesta.

1. Me gusta cómo me veo____
2. Es divertida____
3. Tiene una buena imagen____
4. Le puede gustar a mis contactos____
5. Muestra mis actividades____
6. Otro ____ ¿Cuál?_____

13. Señale un aspecto por el cual usted no publicaría una foto en su perfil

1. No me gusta cómo me veo____
2. Ebrio (a)____
3. Lugar donde me encuentro____
4. Es aburrida____
5. Todas las anteriores____
6. Otro ____ ¿Cuál?_____

14. ¿Comparte videos en Facebook?

1. Si____
2. No____ (pase a la pregunta 16)

15. ¿De qué tipo?

1. Personales (familia, eventos sociales)____
2. Música____
3. Comedia____
4. Opinión política____
5. Problemáticas sociales____
6. Otro ____ ¿Cuál?_____

16. Los criterios con los que selecciona el material y elementos que comparte en Facebook, ¿dan plena cuenta de lo que quiere mostrar de usted?

1. Si____
 2. No ____ ¿Por qué?_____
- (Pase a la pregunta 18)

17. ¿Qué tipo de material?

1. Memes____
2. Opiniones políticas____
3. Videos____
4. Canciones____
5. Todas las anteriores____
6. Otro ____ ¿Cuál?_____

INTERESES, PREFERENCIAS E IMAGINARIOS

18. ¿Con qué frecuencia entra a revisar su cuenta de Facebook?

1. Diariamente____
2. Una vez al día____
3. Dos veces por día____
4. Tres a más veces por día____
5. Dos a tres veces por semana____
6. Semanalmente____
7. Ocasionalmente____

19. ¿Cuánto tiempo dedica a "facebukear"?

1. Menos de 30 minutos____
2. Media hora____
3. Una hora____
4. Dos horas y más____

20. ¿Qué le llaman la atención al ingresar a Facebook? Pregunta con opción múltiple de respuesta.

1. Estados de sus contactos____
2. Publicación y etiqueta de fotografías____
3. Invitación de amistad____
4. Revisar la bandeja de mensajes____
5. Ofertas laborales____
6. Eventos sociales____
7. Otros____ ¿Cuáles?_____

21. ¿Cuál es la actividad que más realiza en su cuenta de Facebook? Pregunta con opción múltiple de respuesta.

1. Subir fotos____
2. Visitar páginas de interés____
3. Chatear____
4. Revisar las últimas publicaciones de sus contactos____
5. Comentar publicaciones de sus contactos____
6. Compartir videos, memes, noticias____
7. Publicaciones en su muro (estados de ánimo, planes, logros, entre otros)____
8. Otra____ ¿Cuál?_____

22. ¿Cree usted que los "me gusta" que reciben las fotografías son importantes?

1. Muy de acuerdo____
2. De acuerdo____
3. Indeciso____
4. En desacuerdo____
5. Totalmente en desacuerdo____

23. Califique del 1 al 10 la importancia que usted le da a los elementos de su perfil de Facebook, siendo 1 mínimo y 10 máximo

1. Los me gusta de mis fotos____
2. Los me gusta de mis estados____
3. Los me gusta del material que comparto (canciones, comentarios, memes)____
4. Los comentarios de mis fotos____
5. Los comentarios de mis estados____
6. Bandeja de mensajes____
7. Las publicaciones de mis contactos en mi muro____

¿Qué otro elemento calificaría?

24. ¿Pertenece a algún grupo creado en Facebook?

1. Si____ ¿Cuál?_____
2. No____ (pase a la pregunta 27)

25. ¿A cuántos grupos pertenece?

1. Uno____
2. Dos____
3. Tres____
4. Más de cuatro____

26. ¿Qué tipo de grupo es?

1. Académico____
2. De música____
3. Familiar____
4. Deportivo____
5. Cultural____
6. De opinión____
7. Otro____ ¿Cuál?_____

27. ¿Pertenece a algún grupo por fuera de la red social?

1. Si____ ¿Cuál?_____
2. No____ (pase a la pregunta 30)

28. ¿A cuántos grupos pertenece?

1. Uno____
2. Dos____
3. Tres____
4. Más de cuatro____

29. ¿Qué tipo de grupo es?

1. Académico____
2. De música____
3. Familiar____
4. Deportivo____
5. Cultural____
6. De opinión____
7. Otro____ ¿Cuál?_____

30. ¿Cancelaría su cuenta de Facebook en este momento?

1. Si____ (responda la pregunta 31)
2. No____ (responda la pregunta 32)

31. ¿Por qué la cancelaría?

1. Estoy aburrido (a) con la cuenta ____
2. Me siento expuesto (a) ____
3. Tengo muy pocos contactos ____
4. Tengo muchos contactos ____
5. Quiero Crear otra cuenta ____
6. Otra razón ____ ¿Cuál? _____

32. ¿Por qué no la cancelana?

1. Perdería contacto con mis amistades ____
2. Me mantiene informado (a) ____
3. Me mantiene entretenido (a) ____
4. Tengo muy pocos contactos ____
5. Tengo muchos contactos ____
6. Otra razón ____ ¿Cuál? _____

INFORMACIÓN VIRTUAL Y NO VIRTUAL

33. ¿Cuál es la característica personal que más cree proyectar en su perfil de Facebook?

1. Sociabilidad ____
2. Empatía ____
3. Apatía ____
4. Extroversión ____
5. Introversión ____
6. Inteligencia ____
7. Otro ____ ¿Cuál? _____

34. ¿Cree usted que logra proyectar dicha característica en Facebook?

1. Si ____
 2. No ____
- ¿Por qué? _____

35. ¿Qué característica personal proyecta por fuera de la red social? Pregunta con opción múltiple de respuesta.

1. Sociabilidad ____
2. Empatía ____
3. Apatía ____
4. Extroversión ____
5. Introversión ____
6. Inteligencia ____
7. Otro ____ ¿Cuál? _____

36. ¿Cree usted que los perfiles de Facebook dan una definición real de una o un usuario?

1. Muy de acuerdo ____
2. De acuerdo ____
3. Indeciso ____
4. En desacuerdo ____
5. Totalmente en desacuerdo ____

37. ¿Cree que su perfil de Facebook define quién es usted?

1. Muy de acuerdo ____
2. De acuerdo ____
3. Indeciso ____
4. En desacuerdo ____
5. Totalmente en desacuerdo ____

38. ¿Por qué medio se le facilita más interactuar con otras personas?

1. Facebook ____
2. Otros sitios de Chat ____
3. Reuniones sociales ____
4. Interacción cara a cara ____
5. Otro ____ ¿Cuál? _____

39. ¿Conoce a todos los contactos que tiene en su cuenta de Facebook?

1. Si ____
2. No ____

40. ¿Ha interactuado cara a cara con todos sus contactos?

1. Si ____
2. No ____

41. ¿Qué criterio tiene en cuenta al agregar un contacto en Facebook?

1. Conocerlo (a) personalmente ____
2. Tener amigos en común ____
3. Su apariencia Físicamente ____
4. Sugerencia de un amigo (a) ____
5. Nivel de formación ____
6. Espacio en común ____
- e. Otro ____ ¿Cuál? _____

42. ¿Ha eliminado algún contacto de su lista de amigos de Facebook?

1. Si ____
2. No ____ (pase a la pregunta 44)

43. ¿Por qué?

1. Era su pareja ____
2. Ya no son amigos (as) ____
3. No le gustan sus publicaciones ____
4. Por diferencias personales ____
5. Otro ____ ¿Cuál? _____

44. ¿Cree que interactuar por Facebook con sus contactos es mejor que interactuar cara a cara?

1. Muy de acuerdo ____
2. De acuerdo ____
3. Indeciso ____
4. En desacuerdo ____
5. Totalmente en desacuerdo ____

45. ¿Cree usted que Facebook le da reconocimiento ante sus contactos?

1. Muy de acuerdo ____
2. De acuerdo ____
3. Indeciso ____
4. En desacuerdo ____
5. Totalmente en desacuerdo ____

46. ¿Qué aspectos de las relaciones presenciales ha encontrado en las relaciones virtuales? Pregunta con opción múltiple de respuesta.

1. Sinceridad ____
2. Fidelidad ____
3. Confianza ____
4. Respeto ____
5. Ninguno ____
6. Otro ____ ¿Cuál? _____

47. ¿Qué aspectos de las relaciones virtuales le gustaría encontrar en las relaciones presenciales? Pregunta con opción múltiple de respuesta.

1. Atención ____
2. Admiración ____
3. Halagos ____
4. Solidaridad ____
5. Comentarios positivos ____
6. Ninguno ____
7. Otro ____ ¿Cuál? _____

48. ¿Qué aspectos de su vida le ha ayudado a reforzar el uso de Facebook?

1. Información académica ____
2. Relaciones interpersonales ____
3. Autoestima ____
4. Capacidad de expresión ____
5. Ninguno ____
6. Otra ____ ¿Cuál? _____

49. ¿Cree que su perfil de Facebook le ha dado más reconocimiento entre sus amigos?

1. Muy de acuerdo ____
2. De acuerdo ____
3. Indeciso ____
4. En desacuerdo ____
5. Totalmente en desacuerdo ____

50. ¿En qué aspectos cree usted que Facebook invade la intimidad de los usuarios?

1. Uso de fotografías ____
2. Mostrar información personal ____
3. Mostrar sus contactos ____
4. Mostrar los grupos a los que pertenece ____
5. Mostrar los gustos ____
6. No la invade ____
7. Otro ____ ¿Cuál? _____

¡GRACIAS POR SU APOORTE!

GUIA DE ENTREVISTA PARA IDENTIFICAR LA INFLUENCIA DEL USO DE FACEBOOK EN LA CONSTRUCCION DE LA IDENTIDAD

Dirigido a: Estudiantes de la Universidad del Valle, Sede Norte del Cauca

Información expuesta en Facebook: Contenido privado, informativo y gráfico.

¿Frecuentemente expone usted material en Facebook? ¿Por qué? ¿De qué tipo?
¿Y qué material evita exponer? ¿Quién puede ver el contenido expuesto?

¿Tiene usted alguna condición para que otros publiquen en su perfil? ¿De qué forma lo controla?

¿Qué elementos y/o herramientas utiliza usted para realizar una publicación en su cuenta de Facebook?

¿Qué lo motiva a publicar y/o compartir material en Facebook?

¿Con qué frecuencia sube fotografías en su cuenta? ¿En todas está usted?
¿Podría decir aproximadamente cuántas fotografías hay en su perfil?

¿Quién puede ver las fotografías que usted sube a Facebook? ¿Porque?

¿Permite ser etiquetado en fotos, videos, comentarios, imágenes y demás por sus contactos? ¿Por qué?

¿Solicita la autorización de sus contactos para ser etiquetados en sus publicaciones? O ¿prefiere abstenerse de realizar etiquetas?

Relación; coherencia y/o contraste: Información virtual e información no virtual identificadas.

¿Qué información personal tiene usted expuesta en Facebook? ¿Para quiénes es visible? ¿Por qué?

¿Qué características deben tener las personas para que usted permita ver toda la información consignada en su perfil?

¿Ha desistido de diligenciar alguna información pedida en su cuenta Facebook como lugar de trabajo, situación sentimental, entre otras? ¿Porque?

¿Qué información personal usted no hace pública? ¿Por qué?

¿Podría mencionar las actividades que da a conocer en Facebook y las realiza por fuera de la red o las ha realizado algún día?

Los contactos que tiene en su cuenta ¿son todas y todos conocidos? ¿Es amigo o amiga de todos y todas?

¿Por qué no agregaría un contacto a su lista de amigos? o ¿Acepta todas las invitaciones de amistad que le llegan?

¿Hace público sus estados emocionales? ¿Por qué?

Por fuera de la red ¿hace público sus estados emocionales? ¿Por qué?

¿Ha alejado o acercado a usted una persona por fuera de la red, según lo que ha visto en su perfil?

¿Ha alejado o acercado a usted una persona dentro de Facebook, según lo que ha visto por fuera de éste?

¿Ha ingresado en la información personal de su cuenta alguna información que no corresponde con la realidad?

Concepto de sí mismo y contactos: sentido, significado y reconocimiento

¿Cree que la información virtual que hace pública dice quién es usted? ¿Por qué?

¿Considera que Facebook le ha ayudado a adquirir o reforzar algún atributo o característica social de su personalidad? o ¿Todo lo contrario? ¿Ha minimizado algún atributo?

¿Cree que la información virtual que hace pública sus contactos, dicen quién son ellas y ellos? ¿Por qué?

¿Podría dar la opinión que usted tiene de las relaciones ya sea de amistad o amorosas, que se establecen a través de Facebook?

¿Ha establecido algún tipo de relación a través de Facebook? O ¿Las ha reforzado? o por el ¿contrario se han roto?

¿Considera importante, oportuno y significativo las publicaciones de sus contactos? ¿Por qué? ¿Sigue a todas y todos sus contactos?

Formas de expresión: comentarios, interacciones y pertenencia a grupos

Cuando pública en su perfil ¿con qué fin lo hace? ¿Cree que siempre consigue su objetivo? ¿Porque?

Entre el chat o bandeja de entrada y el muro ¿Cuál utiliza regularmente para transmitir un mensaje a un contacto o a más?

¿Utiliza emoticones para escribir y/o publicar un mensaje? ¿Éstos le generan la misma sensación que escribir la palabra, frase, opinión o sentimiento?

¿Utiliza imágenes para expresar sus sentimientos?

¿Crees que alguien puede saber su estado de ánimo con solo ver una imagen que usted pública? ¿Por qué?

¿Qué tipo de publicaciones, llaman más su atención?

¿Qué suele hacer cuando le interesa alguna publicación?

¿Cuál es su reacción cuando un amigo/a o contacto publica su vida íntima en Facebook?

¿Qué opina acerca del reciente cambio de Facebook, el cual obliga a tener abierta y expuesta la cuenta si desea tenerlo instalado en su celular?

¿Ha creado algún grupo dentro y/o fuera de Facebook? ¿Cuáles fueron los motivos?

¿Hace parte de algún grupo por fuera de Facebook? ¿A cuántos? ¿Qué lo motiva a pertenecer aun o más grupos?

¿Hace parte de algún grupo en Facebook? ¿A cuántos? ¿Qué tipo de grupos son?

¿Qué beneficios y/o desventajas tiene el pertenecer a grupos creados en Facebook y respectivamente por fuera de la red?

PERFILES DE FACEBOOK ANALIZADOS



←

Información

🔍

🏠

Ha estudiado Trabajo social en Universidad del Valle
 Anterior: Liceo tecnico comercial LITECOM

📍

De Cali

Ciudad actual

Preguntar

Trabajo

Preguntar

Más información sobre [REDACTED]

Fecha de nacimiento, familia y otras. >

Información de contacto

>

Dirección

Preguntar

Número de teléfono

Preguntar

Correo electrónico

Preguntar

Amigos

>

[REDACTED]

51 amigos en común

>

←

Información

🔍

Eventos

>

📅

DESCONECTADO LOGIN # 51
 Jueves, 31 de julio de 2014 a las 15:00

📅

PREPÁRATE PARA ESTE 15 DE NOVIEMBRE, LA GRAN...
 Viernes, 15 de noviembre de 2013 a las 21:00

📅

VI ENCUENTRO NACIONAL SOBRE FAMILIAS: Retos para l...
 Miércoles, 28 de agosto de 2013 a las 14:00

📅

RUMBA REMATE Y CIERRE DE SEMESTRE
 Viernes, 14 de junio de 2013 a las 9:00

Grupos

>

📷

TRABAJO SOCIAL 100% ACTIVO
 1448 miembros
 TRABAJO SOCIAL COMO PLATA FO...

+

HB

TRABAJO SOCIAL- en PDF
 3049 miembros
 Este grupo fue creado SOLO par...

✓

📷

YO, TRABAJADORA SOCIAL
 11 064 miembros
 PROFESIONALES CAPACITADOS PARA...

+

📷

INTERVENCIÓN SOCIAL COMUNITARIA
 2327 miembros
 Este grupo tiene como objetivo...

+

Opiniones

>

📷

Club Campestre Los Andes
 ★★★★★

📷

Tres metros sobre el cielo - 3MSC
 ★★★★★

162

←

Información

🔍

🏠

Ha estudiado Trabajo social en Universidad del Valle

Anteriores: Institucion Educativa Boyaca e i.e boyaca

📍

De Cali

🏠

Vive en Cali

📡

Le siguen 324 personas

Trabajo

Preguntar

Más información sobre

Fecha de nacimiento, familia e idiomas

>

Información de contacto

>

Dirección

Preguntar

Número de teléfono

Preguntar

Correo electrónico

Preguntar

Amigos

>

118 amigos en común

>

←

Información

🔍

Lugares

>

Loma De Sanantonio

Lunes, 13 de abril a las 22:14

La colina de San Antonio

Lunes, 13 de abril a las 11:18

Centro Comercial Cosmocentro

Martes, 24 de marzo a las 16:26

CineColombia, Cosmocentro

Sábado, 14 de febrero a las 13:38

Deportes

>

Parapente Extremo

Seleccion Colombia

Seleccion Colombia

Música

>

Jamming Festival

Gira

Zona Ganjah

Músico/grupo de música

Lion Reggae

Músico/grupo de música

+

Adam Levine

Músico/grupo de música

+