Procesos de construcción identitaria a través del uso de redes sociales en un grupo de adolescentes

Santiago Ramos Agudelo

Trabajo de grado presentado para optar al título de Psicólogo

Asesor
Mauricio Alexander Arango Tobón, Magíster (MSc) en Psicología

Universidad de Antioquia
Facultad de Ciencias Sociales y Humanas
Psicología
Medellín, Antioquia, Colombia
2025

Cita	(Ramos-Agudelo, 2025)
Referencia **Estilo APA 7 (2020)**	Ramos-Agudelo, S. (2025). *Procesos de construcción identitaria a través del uso de redes sociales en un grupo de adolescentes*. [Trabajo de grado profesional]. Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.

creative commons CC BY NC SA

UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
Vicerrectoría de Docencia

Sistema de Bibliotecas

CRAI María Teresa Uribe (Facultad de Ciencias Sociales y Humanas)

Repositorio Institucional: http://bibliotecadigital.udea.edu.co

Universidad de Antioquia - www.udea.edu.co

El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Antioquia ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por los derechos de autor y conexos.

Dedicatoria

A todas aquellas personas que como yo han sentido curiosidad por la forma en que nos construimos en el mundo digital.

Agradecimientos

A mi familia que me brindó el apoyo y sustento que necesitaba cuando me atreví a estudiar esta carrera. A mis compañeros de estudio que me permitieron alcanzar nuevas metas, abrir mi mente y retarme a aprender nuevas cosas cada día, además de servirme como apoyo emocional durante toda esta carrera, los aprecio. A Mauricio que me acompañó durante bastante tiempo en la construcción de esta investigación, me enseñó nuevas cosas y me permitió nutrirme académicamente. A mi querida Alma Máter por ser un lugar donde la calidad del estudio, compañeros y profesores permiten a cada uno de nosotros alcanzar nuestros sueños. Y por último a mí mismo, que gracias a mi fuerza de voluntad logré sacar este estudio adelante.

Tabla de contenido

Resumen 7

Abstract 8

Introducción 9

1. Planteamiento del problema 11

2. Justificación 15

3. Objetivos 16

3.1 Objetivo general 16

3.2 Objetivos específicos 16

4. Marco teórico 17

4.1 Identidad 17

4.1.1 ¿Hay múltiples identidades o es una sola? 18

4.2 Identidad social 19

4.2.1 Teoría de la categorización del yo 21

4.3 Identidad digital 24

4.3.1 ¿Por qué el interés en lo digital? 24

4.3.2 ¿Qué se comprende por identidad digital? 25

4.3.3 La vida en la pantalla, una interpretación de la identidad a través de los Multi User Dungeons 26

4.3.4 La generación APP, una identidad a través del mundo digital en la actualidad 28

4.3.5 Variables que afectan la identidad digital 30

4.4 Redes sociales 32

4.4.1 Antecedentes 32

4.4.2 Redes sociales y sus implicaciones 34

4.4.3 Redes sociales e identidad digital 37

4.4.4 Posturas críticas de las redes sociales 39
4.4.5 Enmascarando la identidad 44
4.4.6 Implicaciones de la narración en las redes sociales 48
5. Metodología 53
5.1 Enfoque 53
5.2 Método 53
5.3 Instrumentos de recolección de la información 54
5.4 Plan de recolección de información 55
5.5 Plan de análisis de la información 56
5.6 Unidad de trabajo 57
5.7 Unidad de observación 57
5.8 Unidad de análisis 57
5.9 Participantes 57
5.10 Consideraciones éticas 58
6. Resultados 60
6.1 Construcción y configuración de la identidad 61
6.1.1 Dinámicas de construcción y expresión de la identidad 62
6.1.2 Diferenciación y gestión de roles identitarios 68
6.1.3 Construcción de la identidad digital 73
6.1.3.1 La identidad prefabricada en las redes sociales 82
6.2 Construcción, gestión y seguridad de la identidad en redes sociales 85
6.2.1 Usos y funciones de las redes sociales 86
6.2.1.1 Comportamiento en entornos digitales en comparación con los presenciales 92
6.2.1.2 Impacto de las redes sociales 95
6.2.2 Seguridad y privacidad en redes sociales 101

6.3 Creación y gestión del contenido en redes sociales 107

6.3.1 Creación de contenidos profesionales y emprendimiento en redes sociales 111

7. Discusión 117

8. Conclusiones 121

9. Recomendaciones 123

Referencias 124

Anexos 129

Resumen

El presente estudio tiene como objetivo comprender cómo se construye y expresa la identidad por medios digitales a través del uso de las redes sociales. Para ello se analiza la experiencia de cuatro jóvenes que utilizan estos medios de manera activa, explorando la forma en la que construyen y configuran su identidad en entornos digitales. Utilizando una metodología cualitativa se realizaron entrevistas a los sujetos de las cuales derivaron los datos que posteriormente se codificaron, analizaron y discutieron con la teoría. Se identificaron tres grandes categorías de análisis, la primera de ellas abordó temáticas como construcción y configuración de la identidad, por otro lado, la construcción, gestión y seguridad de la identidad en redes sociales, y por último la creación y administración de contenidos en estas plataformas. Los resultados indican que las redes sociales, gracias a su naturaleza *online*, permite construir una identidad digital flexible, de la cual pueden modificar y moldear la información que comparten para proyectar una imagen específica hacia los demás y sí mismo. Sin embargo, es importante resaltar que la identidad *online* no es externa a la *offline*, sino una extensión de la misma, donde los usuarios pueden explorar nuevas facetas que normalmente no explorarían por fuera de las redes. Eso sin olvidar las tensiones que hay entre la privacidad de la información y su autenticidad. Se concluye que la identidad digital es un proceso dinámico, vivo y en constante evolución, inmensamente influenciado por las relaciones sociales y las posibilidades que ofrecen las redes sociales.

Palabras clave: identidad, redes sociales, contenidos online

Abstract

The present study aims to understand how identity is constructed and expressed through digital media using social networks. To do so, the experience of four young people who actively use these media is analyzed, exploring the way in which they construct and configure their identity in digital environments. Using a qualitative methodology, interviews were conducted with the subjects, from which data were derived that were later coded, analyzed and discussed with the theory. Three major categories of analysis were identified, the first of which addressed issues such as the construction and configuration of identity, on the other hand, the construction, management and security of identity in social networks, and finally the creation and administration of content on these platforms. The results indicate that social networks, thanks to their online nature, allow the construction of a flexible digital identity, from which they can modify and mold the information they share to project a specific image to others and to themselves. However, it is important to highlight that the online identity is not external to the offline one, but rather an extension of it, where users can explore new facets that they would not normally explore outside of the networks. This is without forgetting the tensions that exist between the privacy of information and its authenticity. It is concluded that digital identity is a dynamic, living and constantly evolving process, immensely influenced by social relationships and the possibilities offered by social networks.

*Keywords***:** identity, social networks, online content

Introducción

En la era digital, las aplicaciones, el internet y las redes sociales han revolucionado la forma en como las personas se relacionan, comunican y también la forma en cómo se construye identidad. La presente investigación busca comprender, por medio de la experiencia de cuatro jóvenes que utilizan las redes sociales de forma activa, la forma en cómo se construye y expresa la identidad por este medio. El conjunto de rasgos, características o información que nos definen y diferencian de los demás es a lo que llamamos identidad, esta no es fija, se encuentra en constante construcción debido a que se nutre de las vivencias de las cuales los individuos experimentan cada día, desde el escenario donde el sujeto se relaciona, los grupos a los cuales pertenece, el medio en el cual se desenvuelve, las ideas que comparte, todo lo anterior y más contribuye en la construcción y expresión de la identidad. Esta al ser multifacética puede ser vista desde varios ángulos, donde las personas con las cuales se relacione, el medio y la percepción que se quiere dar al otro, son algunos de las variables por las cuales esta identidad puede variar.

Dentro de las redes sociales se da un escenario interesante ya que la identidad se construye a través del perfil del usuario, donde este comparte información propia como fotos, vídeos, comunidades, comentarios, etc. El sujeto puede proyectarse de distintas formas dentro de estas plataformas sociales, dada la naturaleza del internet y la falta de presencialidad, este puede modificar y tener la facilidad de filtrar los contenidos que comparte, dando la oportunidad de mostrarse como quiere que los demás lo perciban e incluso, en algunos casos, para enseñar lo mejor de sí. Además, las redes sociales son un escenario rico para que los individuos exploren nuevas facetas de su identidad que normalmente no harían, tal como la facilidad de entablar una conversación o ser más extrovertidos.

Es entonces como se entrevé la gran cantidad de fenómenos que se encuentran a la hora de construir la identidad por medio de las redes sociales, donde se gracias al relato de los participantes se pueden identificar contenidos, conductas e ideas que los individuos vivencian.

Para el desarrollo de esta investigación se utilizó un enfoque cualitativo, ya que se tuvo como objetivo comprender cómo los jóvenes construyen esa identidad por medio de las redes sociales, y es gracias a este enfoque que permite conocer los relatos, experiencias, y particularidades de cada individuo. Por esto, el método de investigación que se utilizó fue la fenomenología hermenéutica la cual analiza la experiencia subjetiva de las personas, buscando

interpretar aquellos significados que los individuos otorgan a sus vivencias. Es así como se usó la entrevista semiestructurada para conocer la experiencia subjetiva de cada individuo y obtener así los datos para su posterior análisis, ejercicio del cual derivaron tres categorías de análisis, por un lado la construcción y configuración de la identidad, donde abarca todo lo relacionado con la identidad, su expresión en ambientes *offline* y *online*, los roles y la percepción del otro; por otro lado, construcción, gestión y seguridad de la identidad en redes sociales; y por último la creación y administración de los contenidos dentro de las redes sociales. En conclusión, el trabajo evidenció que las redes sociales se presentan como una herramienta útil para desarrollar la identidad, a través de los contenidos que se comparten, las relaciones que allí se realizan y la gran oferta de herramientas de personalización, permiten que los usuarios exploren aspectos de su identidad que normalmente no desarrollan. Sin embargo, no hay que perder de vista las precauciones con respecto a seguridad y privacidad a la hora de usar estos entornos *online*, donde pueden llegar a afectar negativamente la experiencia de construcción de la identidad por medios digitales.

1. Planteamiento del problema

Según Kemp (2023) en su informe Digital 2023: Colombia señala que la población del país, en enero del 2023, era de 51,96 millones de habitantes, y tiene 38,45 millones de usuarios de redes sociales en ese mismo mes, lo que equivale al 74,0 por ciento de la población total. Este mismo informe señala que de esos 38,45 millones de usuarios, había 36,25 millones de usuarios con más de 18 años o más, lo que equivale al 93,9 por ciento de la población de 18 años o más en el país. Esto quiere decir que la gran parte de los adultos de Colombia hacen uso activo de las redes sociales.

En el informe se reporta que, según los datos publicitarios brindados por Meta, indican que Facebook tenía 33,50 millones de usuarios en Colombia a inicios del 2023. Donde un 51,1 por ciento de la audiencia de anuncios eran mujeres, mientras que 48,9 por ciento eran hombres. También este informe concluye que las principales razones para el uso de las redes sociales en usuarios entre los 18 y 64 años son: mantener contacto con amigos y familiares, leer nuevas historias, encontrar contenido, pasar el tiempo libre, entre otros (Kemp, 2023).

Las redes sociales hacen parte de un escenario vital para los adultos, pues gran parte de esta población en el país hace uso de estas para estar conectado con sus seres queridos, buscar información, entretenimiento, entre otros. De la misma forma, en un estudio realizado en adolescentes estos perciben las redes sociales como un medio de comunicación y entretenimiento bastante útiles, en los que pueden mantener conversaciones con personas cercanas y conocidas y también con desconocidos, además pueden compartir, divertirse, crear, informarse y opinar sobre todo tipo de temas (Cantor-Silva et al., 2018).

Asimismo, la interacción y tiempo de ocio, gracias a la aparición de las redes sociales, ha cambiado. Esto debido a que las nuevas tecnologías han transformado la búsqueda de información, la forma de interactuar entre personas y el entretenimiento. El hecho de que las redes sociales posibiliten a las personas crear un usuario con las características que deseen otorga la posibilidad de nuevas interacciones Lardies & Potes, 2022). El impacto que ha tenido la internet y la Red en los jóvenes ha sido tal que pueden transferir actividades que generalmente se hacían *online*, transformando sustancialmente el desarrollo del adolescente (Castañeda & Camacho, 2012). La posibilidad de crear relaciones en un instante e interactuar de una manera tan fácil en los espacios virtuales con otros, modificó las relaciones y las interacciones presenciales.

Aunque no sirvió como un sustituto de la interacción presencial, la virtualidad sí sirvió como una extensión del relacionamiento con los demás Lardies & Potes, 2022).

Redes sociales como Facebook, Twitter (ahora X), Instagram o, en su tiempo, Myspace, hacen un ejercicio por presentar la plataforma como una red donde sus usuarios pueden interactuar de distintas maneras, ya sea compartiendo vídeos, fotos, memes, comentarios, conversaciones y demás. Gardner y Davis (2014) señalan que Facebook y otras redes sociales, incluso aplicaciones, son diseñadas y presentadas de manera tal que permiten al usuario presentarse de manera personal tal como ellos quisieran, con herramientas tales como la foto de perfil, listas de gustos personales y actividades, esto da pie una serie de interacciones de toda índole en la Red, donde el usuario por medio de su identidad virtual, puede interactuar con los demás usuarios de muchas formas.

Ahora bien, al hablar de identidad, se tiene que hablar de identidades (Muros, 2011). Hacer una lectura de la literatura académica sobre lo que se ha escrito del término de la identidad es bastante complejo, debido a que es un constructo tan ampliamente tratado (Vignoles et al., 2011). Aunque se puede tener un punto de anclaje entre los distintos enfoques que tratan este constructo y se basan en tres niveles para definir la identidad: el individual, el relacional y el grupal. La identidad se entiende como un proceso en permanente construcción, altamente cambiante, lo que puede que hoy te guste y te identifiques con él puede variar el día de mañana. Por eso es problemático hablar de una identidad fija o única, ya que es a través del proceso experencial de la persona, el medio y el contexto, lo que permite la expresión de esta identidad. Por ello mismo, no se puede hablar de una única expresión de identidad, puede que halla sólo una, pero es multifacética, ya que la persona puede expresarla de distintas maneras (Vignoles et al., 2011).

En sociedad la identidad se comporta de una manera distinta y es que, aunque la construcción identitaria se ve permeada por variables individuales de la persona, esta también se ve altamente afectada por los grupos y la relación que el sujeto tiene con estos. Aquí es donde se entra en el terreno de la identidad social propuesta por Tajfel y Turner alrededor de los años 70, quienes planteaban que por más de que la imagen del sí mismo del sujeto esté lo bastante estructurada y formada en cuanto al mundo físico y social, allí en esa construcción del sí mismo también se ve afectada por la pertenencia tanto a categorías como a grupos. Es entonces como el conocimiento del sujeto sobre su pertenencia a grupos, la relación que tiene con los integrantes de

estos y además, el significado emocional que eso conlleva, es que el individuo construye también su identidad Canto Ortíz & Moral Toranzo, 2005; Scandroglio et al., 2008).

Así mismo, la identidad se ve permeada por los medios digitales. Y es que de los contenidos de redes sociales tales como información, memes, *likes*, comunidades, vivencias, comentarios, etc., posibilitan la construcción de un yo, una identidad de nosotros en el internet (Cueva Torres, 2019). La identidad digital, identidad 2.0 o Identidad en línea u *online* es definida como aquel conjunto de características, comportamientos, información que se encuentra de determinado usuario en la Red, lo que lo hace distinto a los demás usuarios (Giones-Valls y Brustenga-Serrat, 2010; Kim et al., 2011; Pérez Subías, 2012; Zhao et al., 2008).

Asimismo, Turkle (1997) hace referencia a que la identidad mediada digitalmente se construye cuando nos adentramos en las comunidades de la internet, tenemos experiencias en ella, compartimos información y cuando se experimenta también la realidad virtual. Esta autora aclara que la internet, "es otro elemento de la cultura informática que ha contribuido a pensar en la identidad en términos de multiplicidad. En internet, las personas son capaces de construir un yo al merodear por muchos yos" (Turkle, 1997, p. 227). Afirmando así que la identidad no es un constructo fijo, sino mas bien, algo dinámico y que cambia con respecto a la experiencia, en este caso, mediada por lo digital.

En ese afán de los usuarios por compartir contenido en los medios digitales como redes sociales, los usuarios muestran lo mejor de sí mismos, es decir que son selectivos con lo que muestran en redes. Lo comparten de tal manera que muestren la mejor imagen personal de ellos mismos. (Cantor-Silva et al., 2018; Gardner y Davis, 2014). Asimismo, Giones-Valls y Brustenga-Serrat (2010) relatan, "a veces esta identidad digital no se corresponde con la real, simplemente porque cada cual quiere mostrar lo mejor de sí mismo, con lo que se conoce como *self-presentation*" (p. 4). En este mismo sentido, estudios como el de Turkle (1997), como el de Gardner y Davis (2014) han encontrado en sus investigaciones que usualmente la identidad digital y la identidad por fuera de estos medios digitales (conocida generalmente como real) no corresponde o es fiel al cien por ciento. Incluso en estudiantes universitarios se ve esta preocupación por proyectar la mejor imagen de sí mismos en redes, aunque sea de una forma social inmediata, no tanto pensando que su contenido compartido en redes llegue a impactar en su futuro profesional (Castañeda & Camacho, 2012).

Por otra parte, en esa construcción de la identidad digital, cada red social tiene una distinción única, ya sea en Instagram, Facebook, LinkedIn, etc. Todas tienen algunas características distintas en su expresión y contenido, aunque el trasfondo es el mismo, y es que las personas puedan compartir emociones, información, expresarse y estar con sus amigos conectados. Es por ello por lo que se habla de una fragmentación del "yo", de esa identidad. Ya que cada red social implica dinámicas distintas, pero es la suma de estas lo que es la identidad digital (Cueva Torres, 2019).

A su vez, los adolescentes, dentro de estas redes sociales, hacen parte de comunidades que comparten experiencias, intereses personales, contenido y demás. El hecho de que compartan intereses, gustos, afinidades en común hace que tengan un sentido de pertenencia por esa comunidad, haciéndose una extensión de su ser individual (Cantor-Silva et al., 2018). Con todo lo anterior, se considera que el concepto de identidad digital es un proceso que se construye en constante retroalimentación de las experiencias, contenido, emociones que se viven y comparten en el internet, específicamente en redes sociales. Es por ello por lo que el interés de este estudio va en esa línea, donde se pretende responder a la pregunta ¿cómo los jóvenes construyen su identidad digital por medio del uso de las redes sociales?

2. Justificación

La presente investigación se enfoca en el estudio de la construcción de la identidad digital por medio la experiencia de jóvenes en redes sociales, ya que, debido a la inmensa expansión de las redes y el internet en el mundo contemporáneo, la experiencia del sujeto en estos medios, así como el contenido que se crea y comparte hace parte de cómo se configura la identidad.

Indagar sobre la construcción de identidad, en este caso identidad digital, permitirá, desde la psicología, conocer aún más los contenidos y comportamientos de los jóvenes en redes sociales, explorar cómo estas plataformas sirven de herramienta para que las personas construyan y expresen sus identidades en línea. Así, conocer cómo se comporta la identidad de grupo, la autoexpresión y la influencia social en estos adultos y jóvenes universitarios.

Por otro lado, para la ciencias sociales y humanas es interesante el abordaje de fenómenos de influencia social, por lo que las redes sociales son un medio de interés para estudiar esta cuestión, ya que durante las últimas décadas el uso de internet se ha vuelto mucho más cotidiano, sobre todo en la población adulta joven. Y es que para nadie es un secreto que la conectividad a internet y las redes sociales son pan de cada día. La influencia de grupos, personajes y demás son fenómenos que se perciben en las redes sociales e impactan parcial o directamente nuestra identidad, nos identificamos con cierto tipo de contenido en línea y por eso mismo lo compartimos, por lo que este tipo de fenómenos para las ciencias sociales y humanas es bastante enriquecedor e interesante de estudiar.

Por último, no hay que olvidar que la población adulta joven es el interés de esta investigación, abordarla, estudiarla y analizarla es el propósito para seguir. Y es que este tipo de población es las que más está presentes en las redes sociales, por lo que estudiar su experiencia en este medio es un contenido llamativo de estudiar debido a la naturaleza de este. Conocer la naturaleza de lo que comparten, cómo se relacionan con sus pares en línea y los usos que dan a distintas plataformas permitirá para ellos una mayor concientización de su vivir en la Red.

3. Objetivos

3.1 Objetivo general

Comprender cómo los jóvenes construyen su identidad digital por medio del uso de las redes sociales.

3.2 Objetivos específicos

- Caracterizar la identidad digital desplegada en el uso de redes sociales en estudiantes universitarios.
- Comprender el proceso de la experiencia en sujetos que crean, comparten y hacen uso de recursos digitales en las redes sociales y cómo lo relacionan con su identidad digital.

4. Marco teórico

4.1 Identidad

Cuando se habla de qué nos diferencia de los demás es inevitable no mencionar nuestra identidad. ¿Qué nos hace nosotros distintos/similares a los demás? Es una gran pregunta que ha sido abordada históricamente desde distintas disciplinas en las ciencias sociales. La literatura académica ha aumentado desde los años 1960 hasta los 2000 por factor en 7,4. Mientras que cuando se busca la palabra "identidad" ha presentado un aumento sustancial por factor del 49,5. De este modo, la literatura sobre identidad es bastante amplia, ha sido descrita desde múltiples perspectivas y autores. Es así como la identidad es un constructo tan amplio que definirlo es complicado (Vignoles et al., 2011).

Encontrar un punto de anclaje entre todas las perspectivas es difícil, pero se puede decir que los enfoques existentes que tratan este constructo suelen centrarse en uno o más de entre tres niveles de enfoque que suelen definir la identidad los cuales son: el individual, el relacional o el grupal. La diferencia entre el uso de estas se comprende en el distinto contenido de las teorías sobre la identidad y el cómo estas abordan su origen, mantenimiento o si cambian a lo largo del tiempo (Vignoles et al., 2011).

En primer lugar, profundizando en lo individual, se refiere a la autodefinición a nivel individual de la persona, donde incluye creencias, metas, comportamientos, decisiones, autoestima, expectativas, etc. Generalmente las teorías de la identidad enfocadas en lo individual tienen a enfatizar en procesos individuales en la creación de la identidad, poniendo al sujeto como agente en la creación y descubrimiento de su identidad (Vignoles et al., 2011). En segundo lugar, en cuanto a lo relacional, se encuentra la relación uno a uno con otras personas, donde estas asumen un contenido de identidad tal como compañero de trabajo, hijo, padre, vendedor, cliente, etc. Esta identidad relacional no se refiere solo a los roles, sino también a cómo lo asume la otra persona; muchos de los enfoques en este aspecto refieren que la identidad es un proceso que se construye con el otro en una relación interpersonal. Un tema en común de este enfoque es que la identidad no se puede crear por sí sola, sino que es necesaria la interpretación o reconocimiento de un otro para validarla (Vignoles et al., 2011). Por último, en cuanto a la identidad colectiva, se aborda cómo las personas se identifican con ciertas categorías o grupos

sociales, el significado que estos le dan a su pertenencia y lo que esto implica. Se pueden evidenciar desde comportamientos, emociones, creencias y actitudes que derivan de la pertenencia a grupos y su identificación con estos. Esta identidad colectiva se refiere a pertenecer a varios grupos sociales o categorías, tales como la nacionalidad, etnia, religión, minorías o mayorías, entre otras (Vignoles et al., 2011).

Por otro lado, en algunas teorías tales como la de William James, la identidad va más allá de estos tres aspectos nombrados anteriormente y se le suma un cuarto aspecto: una identidad material, la cual hace referencia a todo aquello físico que nos identifica, ropa, dinero, casa, auto, etc. Las personas al adquirir objetos materiales están poniendo en ellos conceptos propios, un tipo de autoimagen, por lo que estos también hacen parte de la identidad, según Williams (Vignoles et al., 2011).

4.1.1 ¿Hay múltiples identidades o es una sola?

Respecto a la pregunta que se plantea en este apartado, Vignoles et al. (2011) encuentran que en la investigación que realizaron hay autores que, por un lado, definen la identidad como unitaria y que está compuesta por varias facetas; en cambio otros plantean que hay múltiples identidades, como por ejemplo en la teoría de la identidad social propuesta por Tajfel y Turner en el año 1986, en la que hay varias identidades grupales las cuales pueden cambiar dependiendo de los contextos intergrupales (Vignoles et al., 2011).

Por otro lado, Hall (1996) plantea frente a esta pregunta que, desde un enfoque discursivo, ve a la identificación como una construcción o un proceso que nunca acaba. La identidad es algo que no está definido ni predeterminado, "es en definitiva condicional y se afinca en la contingencia" (Hall, 1996, p. 15). Es por ello que no se puede hablar de una unidad de identidad, sino algo multifacético, donde es construído desde distintas variables que afectan el ciclo vital humano. Según Hall (1996):

> El concepto acepta que las identidades nunca se unifican y, en los tiempos de la modernidad tardía, están cada vez más fragmentadas y fracturadas; nunca son singulares, sino construidas de múltiples maneras a través de discursos, prácticas y posiciones diferentes, a menudo cruzados y antagónicos. (p. 17)

Asimismo, para Vignoles et al., (2011) existe solo una identidad, pero esta es multifacética, ya que la misma persona se puede describir a sí misma de distintas maneras (por ejemplo, como madre, feminista, profesora, lesbiana, etc.). El hecho de que la identidad se describa como identidades separadas es sólo cuestión de terminología, "una cuestión de definición más que un problema de fondo real" (p. 6). Aunque también se puede hablar de que depende del marco de referencia del cual se le mire, porque no es lo mismo hablar de una persona colombiana, talentosa en algún deporte que ocasionalmente se refiere a sí misma en estas categorías (colombiana y talentosa para el deporte); o, en cambio, hablar de la identidad nacional de una persona colombiana y los significados que implica esto en un discurso cultural, son perspectivas distintas, pero no por eso contradictorias (Vignoles et al., 2011).

Es por ello que podemos hablar de una identidad multifacética, es decir, que se puede abordar la identidad desde distintos aspectos, lo que provoca un enfoque ya sea global o más específico a categorías a las cuales las personas pertenece. Donde particularmente no se hablan de cosas distintas, solo es la identidad de un individuo en diferentes concepciones o ámbitos de su vida.

4.2 Identidad social

La teoría de la identidad social emergió a mediados de los años 70, debido a los avances previos en los años 50 de Tajfel en el área de la percepción categorial y, posteriormente, en los experimentos del grupo mínimo, se convirtieron en paradigmas para el estudio de las relaciones intergrupales, la categorización y la discriminación intergrupal. En palabras de Canto Orítz y Toranzo Moral, Tajfel plantea que, "la psicología social había olvidado la conducta colectiva y el estudio de los efectos directos que la posición de los individuos en diversas partes del sistema social tiene en su comportamiento y en la propia identidad" (como se citó en Canto Ortíz y Moral Toranzo, 2005, p. 60).

Por ello Tajfel creó la teoría de la identidad social, donde junto a Turner, planteaban que por muy estructurada y desarrollada que estuviera la imagen de sí mismos en relación con el mundo físico y social que rodea a los individuos, hay un gran aporte de la pertenencia a grupos o categorías que influyen en la concepción del sí mismo. Tajfel planteó que una parte del autoconcepto de sí mismo de los individuos, está incluído la identidad social, definido como

aquel conocimiento que el individuo tiene sobre que pertenece a determinados grupos sociales y lo que involucra a pertenecer a ellos, además del significado emocional que la persona brinda a esa pertenencia Canto Ortíz & Moral Toranzo, 2005; Scandroglio et al., 2008).

La teoría de la identidad social empiezaría por un proceso llamado categorización, este permite ordenar un ambiente social y también dar a los individuos un sentido al funcionar esta categorización como un sistema de orientación que define el lugar del sujeto en la sociedad. Este mecanismo de categorización funciona como un proceso que, por un lado, acentúa las diferencias entre estímulos, no solo físicos, sino también a estereotipos sociales; y, por otro lado, resalta las similitudes de estímulos que son percibidos como de la misma categoría. Y es que para Tajfel "los individuos percibirían la sociedad compuesta por multitud de categorías sociales y tendrían conciencia de su pertenencia a alguna(s) de esa(s) categoría(s)" (como se citó en Canto Ortíz y Moral Toranzo, 2005, p. 60).

El criterio para evaluar si un individuo se percibe o no como perteneciente a un grupo social sería la identidad social, en la que, según Tajfel, el sujeto tendría cierta afinidad o conciencia colectiva de sí mismo como entidad social diferenciada de los demás, compartiendo así criterios de identidad social comúnes. Turner profundizaría en esto planteando que un grupo social es aquel donde dos o más individuos comparten una identidad social en común y, además, se perciben a sí mismos como integrantes de una misma categoría social Canto Ortíz & Moral Toranzo, 2005).

La TIS (Teoría de la identidad social) plantea que hay grandes diferencias entre la identidad personal y la identidad social, donde la primera abarca más rasgos de orden personal y específicos del individuo, la cual permite diferenciarse de los demás sujetos. Mientras que la identidad social se conforma de aquellos rasgos de orden social que lo hacen pertenecer a ciertos grupos o categorías sociales y lo hacen asejemarse más a los demás individuos, como un sentimiento de similitud Canto Ortíz & Moral Toranzo, 2005).

Para Tajfel los comportamientos sociales de los individuos obedecen a dos extremos: en uno se posiciona la conducta interpersonal, que consiste en la relación entre dos o más individuos y se ve determinada gracias a características individuales, como por ejemplo el encuentro entre dos amigos muy cercanos; y, en el otro, se encuentra la conducta intergrupal donde las relaciones se ven influidas por la pertenencia a grupos sociales y no por las características individuales, por

ejemplo, individuos de hinchadas de fútbol distintas Canto Ortíz & Moral Toranzo, 2005; Scandroglio et al., 2008).

En los grupos, conforme se aumenta la identificación con el endogrupo (aquel con el cual me identifico), se pasará entonces de un extremo interpersonal a uno intergrupal, motivando a los sujetos a encontrar una percepción positiva de su grupo en comparación a otros grupos. Es mediante la comparación social con otros grupos similares que los individuos perciben el estátus de su grupo y su posición en ellos. Los sujetos buscan siempre un autoconcepto positivo en esa comparación social, deseando pertenecer siempre a los grupos mejor socialmente valorados, resaltando siempre los aspectos positivos en una naturaleza de superioridad de su endogrupo con respecto a otros exogrupos. Si la comparación social de su grupo es positiva, se tendrá entonces como resultado una identidad social positiva o satisfactoria, por el contrario, si esa valoración es negativa, producirá una percepción de bajo prestigio en la persona que lo movilizará a buscar estrategias para mejorar su estátus Canto Ortíz & Moral Toranzo, 2005).

La TIS permite entender la manera como las personas se identifican con determinados grupos o categorías sociales y no con otros. Asimismo, esta teoría pretende explicar cómo se comportan los sujetos con respecto a su identidad social, organizarlos con respecto a categorías, sus afinidades y diferencias entre tanto individuos como grupos.

4.2.1 Teoría de la categorización del yo

Con la muerte de Henry Tajfel en 1982, su compañero John Turner desarrolló la teoría de la categorización del yo con el propósito de ser aplicada a fenómenos grupales. En esta teoría Turner implementó aspectos mucho más cognitivos. Uno de los argumentos centrales de esta perspectiva es cómo una misma persona se comporta de maneras tan distintas en circunstancias personales o contextos sociales. Explica que determinada categoría destaque (sea saliente) sobre otra obedece a una prominencia perceptiva automática de algunos estímulos. Esta saliencia obedece a lo que él llamaría como accesibilidad relativa y el ajuste, la primera se refiere a la rapidez con la que determinada categoría aparece cognitivamente ante una interacción social específica; y, la segunda, se refiere a el nivel con el que la categoría saliente obedece y concuerda con la respectiva situación social (Scandroglio et al., 2008).

Por otra parte, la categorización del yo ha sido usada por grandes autores de la psicología social tales como Hogg, Oakes, Reicher y Wetherell. Los cuales aplicaban la teoría al análisis de fenómenos como cohesividad grupal, influencia social, saliencia de categorías sociales, polarización grupal, entre otras Canto Ortíz & Moral Toranzo, 2005). Al seguir la iniciativa de Tajfel e imprimirle más procesos cognitivos y protagonismo a la caracterización, esta ha tenido un alto impacto en la psicología social, que junto con la teoría en general de la TIS se hayan aplicado a diversos fenómenos grupales como: cooperación, influencia social, solidaridad social, autoconcepto y personalidad, actitudes, liderazgo, cognición social, entre otros Canto Ortíz & Moral Toranzo, 2005).

Dentro de sus aportes, Turner planteó una regla para la formación de los grupos, la cual sería el principio de la identidad social, "un grupo tiene lugar cuando dos o más individuos comparten una identidad social común y se perciben a sí mismos como miembros de la misma categoría social" (como se citó en Canto Ortíz y Moral Toranzo, 2005, p. 62). La función de la identidad social es generar actitudes y conductas de grupo, por medio de ella hay una formación psicológica que provoca que los miembros de un mismo grupo generen relaciones de atracción mutua, influencia y cooperación; haciendo la conducta grupal algo posible Canto Ortíz & Moral Toranzo, 2005).

Turner, dentro de su teoría, entiende el término del autoconcepto como un componente cognitivo del sistema o el Yo. Este "estará formado por diferentes representaciones del yo que podrían funcionar con relativa independencia, pero todas ellas constituyente de un sistema cognitivo" Canto Ortíz & Moral Toranzo, 2005, p. 63). Esta autoconcepción, al funcionar dentro del sistema de autocategorización del yo, se aplica según un sistema jerárquico, así, en primer lugar el superordenado (categorización del individuo como ser humano), el individuo se considera a sí mismo como un ser humano, sobresaliendo la identidad como ser humano con respecto a otros animales. Esta obedece al nivel más elevado de abstracción de este sistema Canto Ortíz & Moral Toranzo, 2005). En este nivel entonces se diferencia a sí mismo de las demás especies animales existentes. En segundo lugar, el intermedio (categorías intergrupales), dentro de este nivel entran los endogrupos y exogrupos, incluyendo las características por las cuales los individuos se perciben semejantes o diferentes a ciertas personas; perteneciendo a uno u otro grupo Canto Ortíz & Moral Toranzo, 2005). Este nivel es de los más trabajados en psicología social, donde las personas se identifican con ciertos grupos y se diferencian de otros. En tercer

lugar, el subordinado (categorizaciones personales del yo), aquí entran las comparaciones que el individuo tiene a nivel interpersonal e intragrupal, es decir, las diferencias particulares que se tiene como individuo único con respecto a los demás integrantes del propio grupo Canto Ortíz & Moral Toranzo, 2005). Es aquí donde el sujeto se compara individualmente con los demás miembros de su grupo y con los de distintos grupos. Es entonces que gracias a estos tres niveles que se entiende la propia identidad de la persona desde una caracterización tanto humana, social y personal.

Por otro lado, otro concepto que propone esta teoría es el de despersonalización, el cual es definido como personalidades esterotípicas de determinada categoría, más que como un individuo único. Este proceso de despersonalización implica una redefinición cognitiva del yo. Un proceso que también transforma la conducta individual, en una colectiva, todo gracias a la autoconcepción colectiva Canto Ortíz & Moral Toranzo, 2005).

Esta despersonalización definida por la teoría, apunta a un cambio de comportamiento individual a uno colectivo, mejor regido por las normas sociales que estén afin al grupo. Esto da pie a que las personas se perciban a sí mismas semejantes a las categorías sociales a las que pertenecen y no a las diferencias individuales que presentan; pero no implica comportamientos inconscientes o la pérdida del sí mismo como lo apunta las teorías tradicionales que tratan este fenómeno. Y es que el Modelo de Identidad de los Fenómenos de Desindividuación (SIDE), una perspectiva que trata efectos de la desindividuación, señala que la despersonalización no implica la pérdida de sí mismo o un comportamiento inconsciente y fuera de la norma; sino un comportamiento regulado por las normas sociales del grupo o categoría a la cual el individuo pertenece. Entre sus postulados aparece la idea de que un individuo inmerso en un contexto de grupo y en anonimato haría que el sujeto aumente la inmersión con el grupo, reforzando así su identidad social de grupo y ese anonimato permitiría que disminuya las diferencias individuales que tiene con los demás miembros de ese grupo, aumentando la saliencia de esa identidad social y por tanto haciendo comportamientos colectivos o de grupo Canto Ortíz & Moral Toranzo, 2005).

En ese orden de ideas, las conductas antinormativas presentes en las muchedumbres obedecen no a comportamientos individuales de la persona, sino a una norma grupal de esa muchedumbre y que gracias a la afinidad de la persona con esa identidad social de ese grupo, permite que se comporte de manera antinormativa para la sociedad, mas para el grupo es una

conducta normativa. Cuando un individuo es desindividualizado las normas del grupo son mucho más importantes que las normas sociales generales Canto Ortíz & Moral Toranzo, 2005).

Estos fenómenos que aborda el modelo SIDE han sido bastante estudiados últimamente gracias a la presencia de las nuevas tecnologías, el internet y las redes sociales es un caldo de cultivo para el anonimato, los grupos y por tanto la desindividualización, planteándose como nuevos escenarios para la aplicación de este modelo y sus respectivos resultados Canto Ortíz & Moral Toranzo, 2005).

Todo esto anterior permite concluir que la identidad se compone tanto de rasgos grupales conforme a grupos de referencia y también de relaciones personales e íntimas del individuo. En cuanto a los componentes sociales de la identidad, se puede extrapolar a las comunidades, grupos y amigos que se hacen en las redes sociales, esto gracias a que los entornos de internet permiten a los individuos socializar con distintos sujetos con los cuales en su interacción permite construir una identidad en los medios electrónicos (Cantor-Silva et al., 2018).

4.3 Identidad digital

4.3.1 ¿Por qué el interés en lo digital?

La Red, en los últimos años, ha tenido un gran avance en cuanto a interacción entre usuarios. Y es que en la llamada Web 2.0 es el usuario el protagonista, donde éste, gracias a su interacción, construye parte del contenido de internet. El término de la Web 2.0 se creó gracias a la rápida evolución del internet, que pasó de ser una página estática a ser una Red que interactúa con el usuario y este último es quien crea esta gran tela de araña que tenemos hoy en día llamada Red (Lozano Salinas, 2008). Según Lozano Salinas (2008):

> En la Web 2.0 los consumidores de información se han convertido en productores de la misma información que ellos mismos consumen. La Web 2.0 pone a disposición de millones de personas herramientas y plataformas de fácil uso para la publicación de información en la red. (p. 2)

De la evolución que ha tenido el internet, los usuarios han compartido, creado, difundido contenido de una amplia variedad. Las aplicaciones han servido de diversas herramientas a los usuarios para expresar y compartir cualquier clase de contenido en la internet. De allí, se deriva interés por conocer cómo se expresa la identidad en internet y es que, gracias a que los usuarios se comportan de maneras tan distintas, es enriquecedor indagar cómo afectan estas aplicaciones a la gestión de la identidad de las personas.

4.3.2 ¿Qué se comprende por identidad digital?

A la identidad digital en la literatura se le ha llamado también como: identidad 2.0 o identidad en línea u *online*. Todos estos conceptos se refieren al mismo proceso: el conjunto de rasgos, características o información que definen a una persona y la diferencia de otra en la internet (Kim et al., 2011; Ospina Salazar, 2018; Pérez Subías, 2012). En ese sentido, la identidad digital es la referencia que tiene la misma persona y terceros del usuario en cuestión, donde gracias al contenido que comparte en redes, sus búsquedas en los navegadores, historial, pertenencia a comunidades, comentarios, entre otras varias prácticas digitales, se forma una identidad distinta.

Esta identidad digital no siempre coincide con la identidad por fuera de los contextos digitales (Turkle, 1997; Zhao et al., 2008). Según Turkle (1997) la identidad que expresan los usuarios en línea generalmente no responde fielmente a la identidad fuera de lo digital (vida real). Por ejemplo, una persona que es tímida en la vida real puede ser extrovertida en internet o, por el contrario, una persona ampliamente sociable en la vida real puede ser retraída socialmente en las redes. Aunque en estudios más recientes como el de Gardner y Davis (2014) se encontró que algunos usuarios expresan que la identidad digital corresponde cada vez más con la real, por lo que esta afirmación puede ser objeto de estudio.

En este sentido, la expresión de sí mismo en la vida real está limitada por el espacio físico, donde cuesta muchísimo más formar una identidad que le sea satisfactoria a la persona. Estos límites no están presentes en la virtualidad, es muchísimo más sencillo controlar variables identitarias en el mundo digital que en la vida real, es decir, la identidad digital es maleable al antojo del usuario. Variables como la edad, raza, género y demás se pueden modificar o simular en la internet (Kim et al., 2011). Al ser una identidad maleable, los usuarios pueden usar

estratégicamente las herramientas que otorgan los medios digitales para construir o gestionar su imagen, independientemente del medio (*blogs*, portales de noticias, redes sociales, correo electrónico, entre otros) los usuarios pueden moldear los contenidos con la finalidad de moldean la percepción que quieren que los demás tengan de ellos, así como la visión del sí mismo en la Red.

En palabras de Giones-Valls y Brustenga-Serrat (2010), Goffman plantea que cuando un individuo se presenta ante otra persona, transmite la impresión que quiere proyectar, así, los demás contrastan la información que ya tienen con la información que el sujeto les presenta y, por tanto, en conjunto, construyen la identidad del individuo en cuestión. En redes sociales, por ejemplo, se construye esa identidad digital a través de un perfil del usuario, donde este comparte información personal suya, así como los intereses, gustos, comunidades, contenido, fotos, vídeos, comentarios, etc. Todo ese conjunto de material diverso es a partir del cual se construye la identidad digital del sujeto en ese medio. Así también, en otra red social, el individuo puede elegir otros materiales y cambiar la imagen que desea proyectar, puede haber entre una o múltiples identidades en línea que, es responsabilidad del sujeto, prever si hay coherencia entre una u otra o no (Giones-Valls y Brustenga-Serrat, 2010). Para estas Giones-Valls y Brustenga-Serrat (2010), "Una identidad digital bien gestionada y homogénea con la identidad analógica no sólo repercute en una vida más activa en todos los ámbitos, sino que también tiende a consolidar un entramado social más sólido fuera de internet" (p. 3). En esa construcción o gestión de la identidad digital del sujeto depende de la capacidad del uso que les dé a las herramientas que les brindan los medios digitales tales como la personalización de su perfil, compartir o crear contenido y el cómo los demás lo perciben y él se percibe a sí mismo.

4.3.3 La vida en la pantalla, una interpretación de la identidad a través de los Multi User Dungeons

Sherry Turkle, en su libro *La vida en la pantalla* (1995), problematizó la gestión de la identidad en su relación con el ordenador. Según la autora, previo a la internet, esta era fundamentalmente una relación uno a uno, que transformaba la identidad del usuario gracias a la interacción y uso del ordenador. Pero gracias a la llegada de la Red y la rápida propagación de la

internet, dejó de ser una relación uno a uno del usuario con el ordenador, sino que comenzaron a entrar otras variables a la ecuación de la identidad en la internet (Turkle, 1997).

La llegada de espacios de interacción entre usuarios dejó a la imaginación y determinación del usuario la creación de su propia identidad en la internet. El ciberespacio (mundos virtuales) surgió entonces como una herramienta para que los usuarios expresaran sus identidades en línea como quisieran, modificando, en su expresión digital, desde aspectos físicos como género, color de piel, color de ojos, altura o peso, así como también aspectos de la personalidad e incluso ser de distinta especie (Gardner & Davis, 2014; Turkle, 1997).

De esos ciberespacios, Turkle (1997) realizó una investigación pionera en lo referente a la identidad mediada por lo digital, en este caso, enfocada a los MUD (*multi-user dungeons*) los cuales servían como espacios de interacción entre usuarios los cuales podían interpretar papeles a su antojo, estos podían ser tan cercanos o alejados de su "yo real" como ellos lo quisieran. Según Turkle (1997):

> Mientras los jugadores participan, se convierten en autores no sólo de texto sino de ellos mismos, construyendo nuevos yos a través de la interacción social. Un jugador dice "Eres el personaje y no eres el personaje, las dos cosas al mismo tiempo". Otro dice: "Eres lo que simulas ser". (pp. 18-19)

Es así como la interacción de usuarios en espacios como el MUD, en la época de los 90s, sentaron base para pensar en la interacción en línea entre usuarios y la plataforma, y cómo esta afectaba a la construcción de la misma identidad por este medio. Los usuarios que interactuaban en estas comunidades tenían varias identidades, podían ser mujeres, hombres, lagartos, ser un héroe espadachín, etc. Los MUD se presentan como un medio para expresar, por medio del anonimato (gracias a que generalmente estos espacios servían para conocer al otro por medio de un nombre ficticio o *nickname*), gran variedad de aspectos múltiples inexplorados por los usuarios, jugar con su identidad e incluso crear identidades nuevas (Turkle, 1997).

Por medio de varias ventanas en el ordenador con distintos MUD abiertos era posible tener distintas y variadas identidades, esto gracias a que los usuarios se desplazaban entre las ventanas interactuando con variedad de MUD, teniendo distintos personajes y, por tanto, identidades. Incluso, en su experimento hubo hallazgos en los cuales los participantes decían

sentir que, “La vida real es sólo una ventana más, y normalmente no es la mejor” (Turkle, 1997, p. 21). En consecuencia, los usuarios a veces prefieren “vivir” sus identidades en línea al contrario de su identidad real, ya que son maleables a su antojo, y es que hay variables tales como el anonimato que permiten a los usuarios desplegar facetas de su identidad que jamás han explorado en la vida real, tal es el caso de una participante de la investigación, donde narra:

> Me siento muy diferente cuando estoy conectada. Soy mucho más extrovertida, menos inhibida. Diría que me siento más como yo misma. Aunque esto es una contradicción. Me siento más como quien desearía ser. Sólo espero que cara a cara pueda encontrar alguna forma de ser en algún momento mi yo electrónico. (Turkle, 1997, p. 227)

Es así como podemos hablar de la multiplicidad de identidades, gracias a que la herramienta de los MUD ha posibilitado la construcción de identidades variadas, fuera de la vida real. Según Turkle (1997), “Internet se ha convertido en un significativo laboratorio social para la experimentación con las construcciones y reconstrucciones del yo que caracterizan la vida posmoderna” (p. 228). Contrario a lo que se piensa, la identidad ahora permeada por estos MUD es ahora algo dinámico y que cada uno construye a su antojo.

4.3.4 La generación APP, una identidad a través del mundo digital en la actualidad

Más allá de los hallazgos que hizo Turkle en su día con los MUD y las salas de chat, en la actualidad se puede extrapolar esa narrativa y lógica a lo que es hoy las redes sociales. Donde Facebook, Instagram, Twitter (ahora X), y demás, han eclipsado lo que eran antes las salas de chat con los MUD (Gardner & Davis, 2014). La comunicación por medio de estas aplicaciones ha cambiado, en comparación con las MUD (donde se interactuaba mediante sólo texto), ahora las redes sociales y aplicaciones todo es muchísimo más visual, los usuarios hacen uso constante de imágenes, vídeos, cortos, *GIFs*, entre otros (Gardner & Davis, 2014).

Es mediante el uso de estas aplicaciones y redes sociales que los usuarios configuran diversas expresiones identitarias, gracias al uso de diversas plataformas en las que pueden expresar y combinar gustos, intereses, compartir contenido y demás, que pueden llegar a ser quien quieren ser. Es decir, al dejar su huella digital plasmada en estas aplicaciones es que se

logra identificar que esa persona es distinta a las demás. Aunque a veces se pueda caer en una cierta identidad prefabricada. Es decir, en palabras de Gardner y Davis (2014), "la identidad de los jóvenes está cada vez más prefabricada. (…) se desarrolla y se presenta de modo que transmita una imagen deseable (y definitivamente positiva) de la persona en cuestión" (pp. 69-70). Es gracias a esta identidad prefabricada que los jóvenes se alejan más de la vida anterior y empiezan a tener un foco más centrado en lo que es su identidad en la red. Esto recuerda al hallazgo mencionado anteriormente en la investigación de Turkle (1997), donde una usuaria de MUD narró cómo, gracias al uso de estos espacios, podía explorar variables nunca vistas de su identidad, se sentía más como quería ser en verdad, pero en la vida real no se animaba.

Las tecnologías de la comunicación hoy en día son posibilitadoras de distintas expresiones de la identidad en sus usuarios. Estos pueden acceder a distintas comunidades virtuales al alcance de un clic, a la vez que permiten a las personas expresarse de maneras tan diversas que pueden explorar esas distintas facetas de las que se habló anteriormente en cuanto a la identidad digital. Para Gardner y Davis (2014) la identidad *app* es "multifacética y muy personalizada, además de orientada hacia el exterior" (p. 69). Aunque Gardner y Davis (2014) plantean un enfoque bastante amplio en lo que concierte a estas aplicaciones o tecnologías de la comunicación, en cuanto a cómo afectan la identidad de los jóvenes, también se pueden extrapolar sus planteamientos a lo que son las redes sociales en esta misma población. Estas redes sociales, que son accesibles por medio de las aplicaciones, son diseñadas de tal manera que permite jugar con distintas herramientas para la expresión de la identidad del usuario en línea, elementos como la foto de perfil, el contenido que se comparte, la posibilidad de subir y editar fotos, entre otros, herramientas útiles para la maleabilidad que hacen los usuarios de sus identidades por este medio.

Gracias a la facilidad para subir contenido por medio de estas redes, es que ahora las personas son identificables en línea, la vida virtual está más enlazada a su vida real u *online* (Gardner & Davis, 2014). En sus investigaciones, Gardner y Davis (2014) encontraron que las personas jóvenes ahora no distinguen entre ambas identidades, llegando a relatos como:

> Soy la misma persona cuando estoy en línea que cuando estoy afuera. Por lo tanto, lo que hay en línea es lo que hay fuera, y lo que hay fuera es también lo que hay en línea. No soy dos personas distintas. (p. 71)

Ambas facetas de la identidad de la persona pueden ser coherentes, mas no tienen por qué ser exactas, tal como se mencionó anteriormente, los usuarios pueden hacer uso de una identidad prefabricada o pulida. Y es que gran parte del contenido que se comparte en las redes sociales son fruto de nuestras vidas *online*, donde pretendemos plasmar experiencias, viajes, anécdotas, preocupaciones, emociones y demás. Es en el momento en el que elegimos qué compartir y qué no, lo que diferencia una identidad de la otra (identidad digital – identidad física). Y es allí donde los usuarios piensan compartir su contenido en redes de una manera más artificial con la intensión de ser más atrayente a su público (Cantor-Silva et al., 2018; Cueva Torres, 2019; Gardner y Davis, 2014).

4.3.5 Variables que afectan la identidad digital

Dentro de la bibliografía se identificaron distintas variables que afectan tanto la construcción como la gestión de la identidad digital en los usuarios. En primer lugar, la visibilidad, cuando se hace uso de los medios digitales, es importante pensar si se quiere ser visible para los demás usuarios o por el contrario pasar inadvertido. La visibilidad se adquiere mediante publicación de post en redes sociales, sitios de blogs, mensajes, comentarios, fotos, etc. Aunque cabe resaltar que esta también puede ser construida por terceros, por medio de referencias o comentarios que los demás hagan a tu actividad en la Red. La visibilidad que un usuario tiene en las redes es medible, ya sea mediante la cantidad de amigos, comentarios y *likes* en posts, seguidores y la cantidad de veces que tu comentario/post sea compartido por los demás usuarios (Giones-Valls y Brustenga-Serrat, 2010).

En segundo lugar, la identidad prefabricada o pulida, diversos estudios han servido de evidencia a que los jóvenes manipulan a voluntad el contenido que suben a las redes. Su objetivo principal es resultar más atrayente a su público resaltando vivencias llamativas tanto para ellos mismos como para los demás (Cantor-Silva et al., 2018; Cueva Torres, 2019; Gardner y Davis, 2014). Y es que cualquiera puede ser estrella según Gardner y Davis (2014), ellos presentan una problemática derivada de esa identidad prefabricada. Y es que sitios como Facebook y otras redes sociales como YouTube presentan un especial énfasis en el diseño de la presentación personal del usuario (contenido compartido, foto de perfil, lista de amigos, páginas que sigues, etc.) y es que una tendencia actual que han identificado estos y otros autores es que hay un discurso de éxito

donde cualquiera se puede convertir en una estrella, *influencer*[1] o famoso. Las personas suelen seguir a modelos de referencia en la red. Gardner y Davis (2014) relatan que, gracias a una investigación que realizó un docente, encontró que los alumnos ahora prefieren ser asistentes de alguien famoso, en vez de ser un empresario de alto cargo, escritor o investigador. Esto muestra que ahora las identidades digitales de los jóvenes están siendo más afectadas por esas imágenes individualistas y con discursos de éxito que propagan los llamados *influencers*, alineando más su contenido a parecer más llamativo para los demás usuarios y llegar a cumplir ese sueño de ser alguien famoso o importante en la red y, por tanto, en la sociedad.

Y es que los usuarios en su afán de presentar esa identidad digital exteriorizada, comparten constantemente contenido, prestándose entonces a una permanente evaluación y exposición. Estar constantemente compartiendo contenido en la red deja poco espacio para la reflexión interna y la construcción de la identidad. Períodos de inactividad en la red se presentan como una alternativa beneficiosa para los usuarios, generan una sensación de bienestar y favorecen la introspección (Gardner & Davis, 2014).

En tercer lugar, la reputación *online*, hace referencia a la opinión o consideración social que los demás usuarios de la red tienen sobre una persona, esta tiene su desarrollo gracias a la información que se comparte por los medios digitales, tales como comentarios, fotos, vídeos, compartir la ubicación, crear una cuenta en un sitio web, entre otro tipo de dinámicas que se dan en la Red. El objetivo principal de manejar una buena reputación *online* es tener reconocimiento social de los demás actores que se involucran en la Red, donde gente con mayor reputación es mucho más valorada su opinión que una que no. Es similar al hecho de cuando reservas en un hotel o planeas ir a un restaurante y miras las estrellas y comentarios que han hecho los usuarios sobre ese sitio. Tener una buena reputación *online* da, por tanto, una mejor percepción de los demás hacia ti (Castañeda & Camacho, 2012, Giones-Valls y Brustenga-Serrat, 2010; Ospina Salazar, 2018).

En cuarto lugar, el anonimato, gracias a la investigación que hizo Turkle (1997) se encontró que el anonimato y la posibilidad de relacionarse con los demás por medios digitales y no físicos, permiten a las personas cambiar variables de su identidad "real" con la digital. Así pueden jugar a tener nuevas identidades, ser personajes de fantasía, explorar fases nunca antes

[1] Persona con capacidad para influir sobre otras, principalmente a través de las redes sociales.

vistas en su relacionamiento con los demás en la vida real, como ser más extrovertidos, afinar con distintos grupos de referencia, e incluso cambiar tanto aspectos físicos como de la personalidad del usuario. Así mismo, lo narra Zhao et al., (2008) quien abordó el fenómeno de la creación de identidad en entornos digitales que presentan la posibilidad del anonimato, tales como los MUD en el estudio de Turkle.

Por último, en la literatura se encuentra la variable de la privacidad, un elemento fundamental a la hora de hablar de la identidad digital, pues ahora los protagonistas de la Web 2.0 y la Red somos nosotros mismos, convirtiéndonos en productores de contenido que puede ser problemático cuando lo subimos a la Red (Sibilia, 2008). Esto gracias a que a la hora de nosotros crear un perfil en una red social o instalar cualquier aplicación en nuestro *smartphone* estamos dando autorización a que los datos (fotos, vídeos, direcciones de correo electrónico, gustos, intereses, amigos, *likes*, comunidades, etc.) que se asignen allí podrán ser utilizados por terceros, incluso con la desaparición o eliminación del perfil en la red social la información todavía será almacenada y visualizada en el servidor y podrá ser utilizada en cualquier momento por la empresa detrás del medio digital (Aparici y Osuna-Acedo, 2013). Uno de los principales usos que le dan estas plataformas a la información que los usuarios plasman en ellas es para el uso del mercado y la publicidad, donde cada vez somos víctimas de un *feed* lleno de noticias, publicidad personalizada y demás (Lovink, 2019; Sibilia, 2008).

4.4 Redes sociales

4.4.1 Antecedentes

Las redes sociales, en términos históricos, iniciaron antes de la creación de la Web 2.0. La aparición de varias plataformas que permitían crear perfiles, listados de amigos y posibilidad de envío de mensajes tales como SixDegrees.com en el año 1997. Más adelante, entre los años 1997 y 2001, surgieron distintas aplicaciones que hacían uso de las mismas funciones que SixDegrees, tales como AsianAve (1997), BlackPlanet (1999) y MiGente (2000). Todas los anteriores con el añadido de poder crear perfiles tanto profesionales como personales. Más adelante la aparición de CyWorld o LunarStorm, en los años 2000 y 2001 respectivamente, permitieron agregar funciones

propias de las redes sociales tales como lista de amigos, páginas personales e historial de visitas a tu perfil (Ros-Martín, 2009).

Más adelante, con la aparición de la Web 2.0, se dio el auge de las redes sociales que permitían compartir contenidos multimedia, desde vídeos, fotos y gustos musicales, etc. Cabe resaltar que el término de la Web 2.0 se formó aproximadamente en el año 2004, gracias a una conferencia en la cual se compartieron distintas ideas de lo que le estaba pasando a la internet en esa época, surgió el término Web 2.0, que fue definido como el momento en el que los consumidores de la información en línea eran ahora también productores de esa misma información que circula en la Red (Lozano Salinas, 2008). Las redes sociales se popularizaron con la llegada de MySpace en 2004, gracias al gusto de los adultos y jóvenes por la música indie, lo que generó una revolución en esta red social atrayendo a personas menores de edad que personalizaban sus perfiles y páginas para compartir gustos musicales con otras personas alrededor del mundo (Ros-Martín, 2009). Asimismo, gracias al rápido avance de la Web 2.0 surgieron más medios sociales, lo que tuvo como consecuencias que estas plataformas fueron objetivo de empresas de comunicación. La conectividad, posibilidad de volver la información en línea en algoritmo, permitió entonces "moldear una forma particular de socialidad *online* alimentando un mercado global de medios sociales y contenido generado por los usuarios" (Van Dijck, 2016, p. 12).

Plataformas como Facebook, Twitter, YouTube o LinkedIn tuvieron un crecimiento exponencial en usuarios lo que, a su vez, permitió su crecimiento económico. Pasaron de ser una comunicación en red a socialidad moldeada por estas mismas plataformas, donde la conectividad adquirió mayor importancia en lugar de una cultura participativa (anterior potencial del internet frente a crear conexiones, construir comunidades y promover la democracia). Es entonces a medida que se gestaba la Web 2.0 que estas plataformas se iban construyendo en un tipo de "infraestructura funcional" (Van Dijck, 2016, p. 13), donde los usuarios de estos medios sociales trasladaban más actividades que realizaban en su entorno *offline* a entornos *online*. Las plataformas diseñadas en la Web 2.0 son muchísimo más complejas, en principio, nacieron como servicios indeterminados, pero poco a poco se convirtieron, tanto con el usuario y con el mercado, en servicios mucho más específicos y acotados en el sentido de que se crean plataformas diseñadas para público y fines específicos (Van Dijck, 2016).

Redes como Facebook, Twitter o Instagram lograron expandir de manera sustancial la forma en que los usuarios plantean relación con los demás y la posibilidad de formar identidades digitales dentro de la Web. Así como también la creación de comunidades virtuales y distintas dinámicas sociales que involucran el uso de estas herramientas *online*, para finalidades recreativas, informativas e incluso profesional en el caso de LinkedIn (Ros-Martín, 2009).

4.4.2 Redes sociales y sus implicaciones

Internet y las redes sociales han estado vinculadas hace tiempo, pasando por la creación de los correos electrónicos, la comunicación a través de enlaces de interés en la Red, hasta el contacto que se da por medio de gran variedad de blogs (Ros-Martín, 2009). Las redes sociales como herramientas digitales han sido útiles para conectarnos con usuarios, para relacionarnos, compartir información, eventos, temas en común, entre otros (Orihuela, 2008; Ros-Martín, 2009). Cabe resaltar que cada red social tiene una particularidad, pero todas entre sí tienen una utilidad en común, crear comunidades en línea mediante la conexión personal entre los usuarios, esto puede ser mediante mensajes, publicación de fotos, grupos de interés, entre otros (Ros-Martín, 2009). Las redes sociales tienen como finalidad convertir la internet en un sitio social, lo que permite nuevas formas de interacción humana tanto individual como comunitaria, haciendo que los mundos tanto *offline* como *online* se vean más entrelazados entre sí (Van Dijck, 2016). Las redes sociales, en consecuencia, han sido bastante estudiadas y han sido un emergente digital con mucho auge hoy en día. Subrahmanyamam las define así:

> Los sitios de redes sociales son la última herramienta de comunicación en línea que permite a los usuarios crear un público o semipúblico perfil, crear y ver sus propias redes sociales en línea y las de otros usuarios, e interactuar con personas en sus redes. (Subrahmanyamam como se citó en Ros-Martín, 2009, p. 555)

Comunicarse con los demás no había sido tan sencillo e inmediato como en las redes sociales, en estas se puede entablar conversación con personas de otro lugar del mundo sin la necesidad de tener un contacto físico con ellos. Permiten entonces ampliar las relaciones con las

personas más allá de un contacto físico, para a incluirse también un contacto virtual (Ros-Martín, 2009).

Por otra parte, Van Dijck (2016) define la importancia de los medios sociales en términos de que, al estar llena de millones de usuarios, surgió como una nueva "infraestructura *online* para la interacción social y la creatividad, que logró penetrar hasta en lo más recóndito de la cultura contemporánea" (p. 11). Y es que estos medios al ser creados gracias a la Web 2.0 y al estar impulsados en la creación e intercambio de contenido generado por los diversos usuarios de estas plataformas, ahora resulta ser un pilar tan importante en la vida cotidiana de tantas personas (Van Dijck, 2016).

Las redes sociales pueden tener distintas funciones, según el uso que las personas les den, por ejemplo, el entretenimiento, la búsqueda de amigos con perfil similar al nuestro, la búsqueda de empleo, la necesidad de compartir experiencias que se haya vivido, entre otras. Así como también ha servido para la promoción o activación de distintos movimientos sociales alrededor del mundo, tales como la defensa de los derechos humanos, los movimientos feministas, ambientalistas, políticos, etc. Las plataformas son un campo fértil para múltiples debates en la actualidad. Es por ello por lo que las redes sociales sirven como grandes canales de circulación de la información, vínculos, valores, biografías, entre otro tipo de contenido que pueda ser almacenado en la plataforma. En general, las implicaciones que tienen las redes sociales, o sus principales funciones, según Kaufman, son: en primer lugar conectar individuos en cualquier lugar y a cualquier hora, en segundo lugar, se encuentra hacer la disponibilidad de acceso a cualquier contenido multiplataforma y, finalmente, el más interesante sería la capacidad que tienen los usuarios de compartir decisiones, contenidos, gustos, intereses, entre otros; y por último se encuentra la capacidad de personalización del perfil del usuario tal como él o ella quieran (Durango, 2014).

Por otro lado, en cuanto a las implicaciones que tienen las redes sociales en la población juvenil son varias, en primer lugar, se encuentra la posibilidad de relacionarse de manera virtual con otras personas, donde los sujetos interactúan tanto por medio de la comunicación personal o presencial como por la comunicación virtual a través de redes sociales. No necesariamente se encuentra un reemplazo de una comunicación presencial por una virtual, sino que se genera una prolongación en la comunicación por este medio Lardies & Potes, 2022). Bohórquez López y Rodríguez-Cárdenas (2014) refieren que las relaciones virtuales implican un menor compromiso,

pasión, confianza e intimidad, pero el mismo grado de respeto y empatía que una relación presencial. De manera que lo virtual no surgió como un reemplazo del contacto físico, sino como una extensión de este con distintas dinámicas de comunicación.

Así mismo, las redes sociales permiten a los jóvenes personalizar su identidad a su antojo, modificando aspectos como su foto de perfil, biografía, contenidos, entre otros; todo esto en función de los deseos e intereses personales del usuario, queriendo expresar su identidad de la manera en que ellos gusten Lardies & Potes, 2022). Puede llegar a expresarse una identidad digital que no coincide con la identidad *online*, como se encontró en el estudio de Turkle (1997) o una identidad prefabricada tal como la narra Gardner y Davis (2014).

Por otro lado, la población adolescente ahora es más rebelde que la anterior, en el sentido de que ahora el pasaje de su niñez a la adultez ahora es su responsabilidad, y no como era antes donde el rol de los padres era fundamental Lardies & Potes, 2022). Ahora los jóvenes, al estar involucrados más con el uso de las redes sociales tienden, según el estudio realizado por Gomes-Franco-Silva y Sendín-Gutiérrez (2014), a presentar vínculos más débiles con sus padres y sentir una mayor afinidad con sus pares, es decir, los adolescentes. Forman vínculos y relaciones de manera tal que configuran nuevas formas de sociabilidad juvenil y la interacción virtual ahora se da por esas mismas redes sociales Lardies & Potes, 2022).

Es en esos vínculos con los pares, y en la formación de identidades en las redes sociales, que los jóvenes ahora recurren a la validación de su identidad a través de la pantalla. Esto gracias a que los perfiles de las redes sociales permiten esa exploración de los sujetos a la hora de formar y modelar esa identidad, sondear diferentes posibilidades identitarias por este medio, lo que deriva en que algunos jóvenes busquen una validación constante por parte de sus pares para aumentar su autoestima y conseguir, por tanto, un sentido de sí mismos Lardies & Potes, 2022). La intimidad y privacidad de los jóvenes termina siendo vulnerada en este sentido, ya que al estar constantemente buscando esa validación por parte del otro a través de *likes*, contenidos compartidos, comentarios, entre otros, los adolescentes comienzan a emplear las redes sociales como medio para contar sus experiencias, actuar, simular y narrar historias mediante fotos, vídeos, texto, memes, comentarios, entre otros Lardies & Potes, 2022).

Las redes sociales se pueden definir en tres tipos según el servicio que ofrece al usuario. Estos definidos por Lardies y Potes (2022) se dividen, en primer lugar, el profesional, el cual dentro de esta categoría entran plataformas relacionadas con plataformas de empleo y de

colaboración científica tales como: LinkedIn o Research Gate; en segundo lugar se encuentran las redes sociales personales, donde entran plataformas de mensajería instantánea, creación de vídeos y colección de imágenes para inspiración personal, tales como: WhatsApp, YouTube y Pinterest; y, por último, se encuentran las sociales, donde entran plataformas dedicadas a servir como espacios sociales y de comunicación para los usuarios, aquí se incluyen: Instagram, Facebook, Twitter (ahora X), Tinder, Twitch o TikTok.

Es por ello por lo que las redes sociales se presentan ahora como aplicaciones que prestan diversos productos o servicios a sus usuarios, los cuales por medio de estas pueden realizar dinámicas sociales, comunicativas, comerciales y demás.

4.4.3 Redes sociales e identidad digital

En lo que se refiere a la relación entre la construcción de la identidad digital y el uso de redes sociales hay un profundo vínculo. Tal como se mencionó anteriormente, la posibilidad que dan las redes sociales en cuanto a personalización del perfil es bastante amplia, además de la posibilidad de crear, compartir o comentar contenido variable que exprese los intereses e ideas de la persona lo cual deriva entonces en la personalización o construcción de aquella identidad digital. Gracias a la representación de los usuarios de esa identidad y de su personalidad en la red es que pueden tener una interacción virtual con los demás usuarios y consigo mismo también, en cuestiones de autoconcepto Lardies & Potes, 2022). Gestionar la identidad digital por estos medios implica entonces manejar la visibilidad, la privacidad y la reputación en la red (Giones-Valls y Brustenga-Serrat, 2010). Es en estos medios sociales que, “los sujetos, dentro del mundo de las redes sociales, construyen y narran una representación de sí mismos, configurando una identidad digital según lo publicado y su retroalimentación” Lardies & Potes, 2022, p. 10).

Además, las redes sociales permiten a los jóvenes usar a sus pares como una cierta “caja de resonancia” a partir de las relaciones y conversaciones que se entablan por este medio, esto posibilita que los sujetos experimenten identidades y además practiquen habilidades sociales, sumado a estas facetas inexploradas de la identidad online que, gracias a estos medios digitales, permiten al sujeto indagar nuevas características y facetas de su identidad (Castañeda & Camacho, 2012).

Sumado a lo anterior, el contenido que se comparte en estas redes sociales también hace parte de su identidad digital, debido a que la narración que se da por medio del perfil o biografía permiten la expresión de emociones y creencias que la persona quiera compartir, ya sea por medio de memes, fotos, vídeos, texto, mensajes, entre otros (Giones-Valls y Brustenga-Serrat, 2010; Lardies y Potes, 2022). Este tipo de contenidos se almacena en las bases de datos de las distintas plataformas, por lo que hay que ser bastante prudente a la hora de publicar contenido en estas redes, ya que puede ocasionar consecuencias imprevistas a futuro. El límite entre lo público, lo privado y lo íntimo es bastante fino, por lo que hay que advertir sobre los peligros de estos a la hora de compartir cualquier tipo de contenido por redes sociales Lardies & Potes, 2022).

Asimismo, las redes sociales pueden servir como un terreno que nutre las posibilidades de exploración de características que la vida *online* no permite. La capacidad de construir esa identidad digital permite entonces a las personas vivir y desarrollarse en un entorno informacional emergente. Por medio de las redes las personas pueden investigar y experimentar nuevos roles e intereses *online*, les ofrece la posibilidad de ser quien deseen ser, con sus ventajas y desventajas Lardies & Potes, 2022). Ese lugar de la identidad en redes hace parte, entonces, de una identidad integrada, donde se suma la percepción del sí mismo del sujeto, las experiencias vividas hasta el momento y también de la percepción del ambiente y cómo este define al sujeto. De esta manera, las distintas narrativas de vida, tanto *online* como *offline* forman parte de la construcción del sí mismo, el cual busca integrarlas bajo una narrativa coherente y consistente, es por ello que las plataformas y redes sociales permiten a los adolescentes realizar una revisión de los modelos identitarios, entendidos por Erikson, en palabras de Lardies y Potes (2022), como una moratoria psicosocial, de la cual se desprende dinámicas como aprender sobre los diversos gustos e intereses, ensayar roles, conocerse a sí mismos alejados de la vigilancia de los padres, con determinada libertad y autonomía. Los adolescentes entonces buscan en las narrativas y contenidos compartidos en ese perfil, una cierta coherencia y consistencia entre su autoconcepto *offline* y *online*, esto gracias a que desde la mirada de sus pares no está bien percibido un perfil falso o una cierta "hipocresía" entre lo que se narra por fuera de las redes y lo que se publica dentro de ellas, por eso la preocupación de los jóvenes por realizar publicaciones más auténticas con esa narrativa identitaria y así tener una mejor coherencia en ambos espacios Lardies & Potes, 2022).

Aunque, por otro lado, hay evidencia que sugiere los jóvenes, en la construcción de su identidad digital por medio de las redes sociales, no prevén o planean lo que publican, en un estudio realizado por Castañeda y Camacho (2012) a 164 estudiantes obtuvieron resultados que mostraban que los jóvenes a veces, o casi siempre, publican contenidos sin pensar en la Red, en el 94% de los participantes se halló esta respuesta. Aunque, cuando se les preguntó la percepción de ellos mismos sobre si coincide su "yo virtual" con su "yo real" en escala del 1 al 10, el resultado fue un 7,6. Entonces, a pesar de que los jóvenes sean conscientes o no de lo que comparten en sus redes sociales, se puede encontrar que en algunos estudios estos sujetos perciben que, aquello que consideran su identidad digital coincide entonces con la identidad online. Aunque, hay otros estudios como el de Morán-Pallero y Felipe-Castaño (2021) que sugieren que los adolescentes que no hallan coherencia o consistencia con ese autoconcepto en la red como por fuera de ella, es debido a que las redes sociales permiten una exploración personal y experimentación del yo o de la identidad tan características en estas edades, por lo que puede sugerir que esa identidad aún no está conformada del todo y aún se encuentre en un proceso de exploración. Por esto mismo, hay que tener en cuenta la etapa vital de la adolescencia y su gran variedad de experiencias (Castañeda & Camacho, 2012; Morán-Pallero y Felipe-Castaño, 2021).

4.4.4 Posturas críticas de las redes sociales

De las redes sociales se ha escrito y criticado bastante, es por ello por lo que en este apartado se hará un breve recuento de algunas posturas críticas sobre el uso de las redes sociales. En primer lugar, Van Dijck (2016) señala que debido a que los medios sociales formen parte del día a día en las vidas de las personas esto acarrea distintos tipos de problemáticas. Los medios sociales no son como lo eran antes en los años 2000s, donde las plataformas despreocupadas por lo comercial y más centradas en ofrecer a los usuarios información y producción creativa, tal como el caso de Wikipedia, que se presentaba como un medio social que privilegiaba la comunidad por encima del comercio, gracias a su modelo de producción de pares sin ánimo de lucro y su surgimiento como una enciclopedia, aparte de las ya existentes meramente comerciales. Asimismo, se presentaba como un espacio alternativo donde los usuarios podían acceder a información sin la necesidad de pagar por ello. Más adelante, entre los años 2005 y 2008, se presentó una problemática, que se mantiene en la actualidad, en la que hay una intención

explícita de atraer a más usuarios, desde esos años, hasta el día de hoy, se presentan estrategias más avanzadas y enfocadas en la monetización y capitalización de la plataforma, que en su interés originario de disfrutar de un sector no comercial de información y de producción creativa para sus usuarios (Van Dijck, 2016). Según la autora:

> Un vistazo rápido a las cien principales plataformas de medios sociales de la actualidad revela que una abrumadora mayoría (casi el 98%) está en manos de corporaciones que consideran a internet sobre todo como un mercado, y sólo en segundo lugar como un foro público; entre todas ellas, Wikipedia representa la excepción más notable (Van Dijck, 2016, p. 21).

De esta manera, tanto los medios sociales como las redes sociales hacen parte de una mercantilización del contenido de los usuarios, expuestos a más y más de publicidad, lo que implica una monetización para la visibilidad de su contenido en redes e, incluso, en el caso de Twitter (ahora X), de poder escribir muchos más caracteres en sus posts.

Asimismo, Van Dijck (2016) plantea que Facebook, en su afán de hacer un mundo mucho más abierto e interconectado entre sí, se olvidó de ciertas dinámicas que conlleva su botón de "compartir", pues, en su afán de, tal como quiere su dueño Mark Zuckerberg, mantener al mundo conectado se olvidó de la privacidad de sus usuarios. Según Van Dijck (2016), esta función, "En el contexto de los medios conectivos, "compartir" funciona de modo ambiguo: se relaciona con la idea de que los usuarios distribuyan información personal entre ellos, pero también supone la filtración de esa información personal hacia terceros" (p. 50).

En ese mismo sentido, Van Dijck (2016) señala que los medios sociales hoy en día se presentan como una herramienta en la cual los usuarios manifestaban situaciones cotidianas de su vida, las cuales se expresaban de manera superficial. Temas como conversaciones entre amigos, envío fotografías, intercambio de mensajes, indagar el estado de salud de un amigo o vecino, entre otros, eran prácticas que se tomaban a la ligera y era una acción comunicativa que involucraba a pocos usuarios. Hoy en día, gracias a la evolución misma de estos medios sociales y la gran cantidad de usuarios, las prácticas comunicativas entre usuarios ya no son tan efímeras ni ligeras, ahora implican un público mayor y adquiere, por tanto, un valor distinto. Así, la autora define ahora las prácticas comunicativas en los medios sociales:

> Enunciados que antes se emitían a la ligera hoy se lanzan a un espacio público en el que pueden tener efectos de mayor alcance y más duraderos. Las plataformas de los medios sociales alteraron sin duda alguna la naturaleza de la comunicación pública y privada (Van Dijck, 2016, p. 14).

Es así como la privacidad y notoriedad de lo que se comparte en la red ahora mismo presenta una vulnerabilidad notable, donde ahora publicar un post en cualquier red social puede tener un alcance inesperado y puede ser filtrado por la plataforma de tal manera que se puede hacer viral o no, dependiendo del alcance del contenido que se comparta (Van Dijck, 2016).

Por otro lado, en cuanto a las posturas críticas de Twitter, Van Dijck (2016) plantea que esta plataforma en un inicio se presentaba como un medio social neutro donde se planteaba la "libre opinión o expresión", en la cual todas las opiniones eran igual de válidas, un sitio de *microblogging* en el que los usuarios solían expresarse sobre cualquier tema de índole política, religiosa e, incluso, poder expresar eventos de su vida cotidiana. Más adelante, la plataforma cambió la lógica sobre su objetivo original, donde la opinión de cualquier usuario tenía igual de validez y reconocimiento, a estar valorada a partir del número de seguidores. Es en esta lógica de los seguidores, que los usuarios no sólo siguen a las demás personas para extender su red social, sino también para seguir la información que el otro comparte. Entonces se llegó a que los usuarios con más seguidores tienen más difusión y, por tanto, mayor capacidad de influencia. Cambiando sustancialmente la lógica original de una plataforma en la que la opinión de los usuarios valía por igual a una en la que Twitter funciona como una herramienta amplificadora para fomentar ideas de sólo unos cuantos con influencia y sirve también para manipular opiniones tanto de individuos como de colectivos.

Son los algoritmos de la plataforma los que hacen que cierto contenido tenga más visualizaciones e interacciones que otro, el poder de los seguidores da por tanto una capacidad de influencia muy amplia en la plataforma, la cual, en un inicio, se presentaba como una suerte de microblogging neutro de opinión, lo cual deriva entonces en la proliferación de ciertos temas sobre otros y con la llegada de Elon Musk, en una suerte de mercantilización del contenido que se debe pagar para ser más viral (Syntonize, s.f).

Asimismo, al hablar de visualizaciones e interacciones, los usuarios hoy en día de redes sociales están cada vez más desesperados por crear contenido para los demás, los *influencers* o creadores de contenido en redes cada vez más se ven abrumados por el alto flujo que sus seguidores requieren entretenimiento para seguir haciéndolos relevantes, "(…) las obsesiones poco saludables por seguir siendo relevantes en un campo en rápido crecimiento y las presiones de las redes sociales hacen que sea casi imposible seguir creando al ritmo que tanto la plataforma como el público desean" (Lovink, 2019, p. 96).

Y es que en cuanto a la privacidad y exteriorización de los contenidos emocionales, confesiones y opiniones que antes eran compartidos por los sujetos a su pequeño grupo de amigos cercanos, ahora se exterioriza de manera instantánea gracias a las redes sociales, debido a que ahora todo se comparte en la biografía y queda expuesto para que los demás usuarios la vean y opinen (Lovink, 2019). La constante preocupación por estas personalidades de seguir siendo virales hace que no haya un equilibrio entre trabajo y vida. Si se toma un breve descanso de compartir contenido, inmediatamente el algoritmo de las plataformas sociales los desciende en tendencia, por lo que perderían seguidores. Constantemente son víctimas tanto del público que clama contenido entretenido con un ritmo imposible de seguir, como también del algoritmo y sus diseñadores para seguir siendo tendencia (Lovink, 2019). Por lo que llegar a ser un creador de contenido en cualquier plataforma ya sea YouTube, TikTok, Instagram y demás es bastante complejo y perjudicial para la persona.

Bajo esa misma lógica de la exteriorización constante de los contenidos y la privacidad, Sibilia (2008) nos narra en su texto *La intimidad como espectáculo* como en los usuarios hay desplazamientos de temas que antes se consideraban íntimos, contenidos que antes eran considerados privados ahora tienen toda la atención del público, lo cual es problemático, ya que, justo como se mencionó anteriormente, los usuarios en su afán de mantener actualizados sus contenidos en redes, comparten contenido que antes era considerado privado, ahora a pasó a ser compartido a todo el público con el fin de conquistar cierta visibilidad en ellos. Y es que en esas nuevas formas de expresión como los blogs, redes sociales y medios digitales hay una oscilación entre si se deben tratar como vidas o como obras, esto gracias a que la naturaleza ahora del contenido que se comparte por estos medios es tal, que es difícil de definir si es verídica o no. La gran diversidad de contenido como fotos, textos, vídeos, entre otros, ¿se debe tomar como la expresión fiel de la vida de una persona o de un personaje ficticio? Es complicado saberlo debido

a que, diversos usuarios hacen uso del anonimato y herramientas digitales para exhibir un contenido que no corresponde con la realidad, una serie de ficciones auto creadas para enseñar una falsa identidad y una falsa intimidad (Sibilia, 2008).

La privacidad, en palabras de Sibilia (2008), nunca se había visto tan vulnerable como ahora, pues en un mundo digitalizado poblado de gente habilidosa con la tecnología y con malas intenciones (*hackers*) es posible que nuestra información se vea en riesgo de ser robada por terceros para fines maliciosos. Los datos personales que consignamos en distintas plataformas digitales son usados por estas empresas dueñas de las plataformas para segmentar dicha información en grupos de interés con el fin último de permitir el acceso de esa información a terceros que sean capaces de realizar una propuesta de marketing más personalizada e invasiva hacia el usuario. Por otro lado, la privacidad no sólo se ve afectada por estos terceros, sino también por nosotros mismos, donde en nuestro afán de utilizar esas herramientas o plataformas *online*, solemos compartir cosas que antes eran guardadas como secretos que ahora compartimos pasando por alto la propia intimidad, y que ahora gracias al cambio no sólo de la internet, sino también de otros medios, es que los sujetos cada vez más tienen ganas de exhibirse y hablar de sí mismos a tal punto que traspasan las barreras de lo que antes era íntimo y que ahora presentan sin complicación a todo tipo de públicos para satisfacer sus deseos de curiosidad y de consumir las vidas privadas ajenas, "las confesiones diarias están ahí, en palabras e imágenes, a disposición de quien quiera husmear; basta apenas con hacer clic" (Sibilia, 2008, p. 32).

Asimismo, Han (2014) habla de la privacidad y lo íntimo en su libro *En el Enjambre*, donde, según el autor, en el mundo cada vez hay menos respeto, es decir, una mirada distanciada con el otro, y es que al aplicar esa mirada hay un respeto por el otro, no hay una actitud de mirón o un deseo de husmear al otro. El respeto hace parte fundamental de lo público, donde escasea el respeto decae lo público ya que entonces hay una mirada curiosa que quiere ver siempre el más allá de lo manifiesto. Eso público implica un respeto por lo privado, por lo íntimo y, para Han, hoy reina una total falta de distancia entre unos y otros, esa mirada de respeto desaparece y lo íntimo y privado ahora es público. Para Han (2014), "La comunicación digital deshace, en general, las distancias." (p. 14), es en esa falta de distancia física que lo privado y lo público se entremezclan y, por tanto, se fomenta la exposición de lo íntimo y la esfera privada, permanentemente somos actores de esa constante exposición y, gracias a estos medios digitales, es que ahora nuestra privacidad e intimidad desaparecen.

Por otro lado, Sibilia (2008) plantea que, en cuanto al contenido autobiográfico que se sube a las redes, específicamente, en el cambio que se dio de pasar de una narrativa del yo en papel y lápiz que requería el enfoque del narrador, pasamos ahora a una pantalla electrónica, la subjetividad que se construye en estos géneros autobiográficos de la cual somos testigos en redes sociales ahora tienen una naturaleza distinta, donde cambia el yo narrado, un yo que narra y ahora es un yo protagonista de la historia, parece que ahora los sujetos en internet narran sucesos exteriores a sí mismos, algunos hasta ficticios y no reales, es por ello que ella afirma que ahora "… la vida se parezca mucho a una película" (p. 59) más que a una vida real, donde cada vez más los usuarios, preocupados por la imagen de sí mismos que dan hacia los demás, pulen los contenidos autobiográficos que sube a las redes sociales o a la internet y a veces recurren a narrar experiencias que no son reales.

Bajo esa misma línea, Han (2014) plantea que la palabra "digital" hace referencia al dedo que, al contrario de narrar, cuenta, es decir, pierde toda naturaleza narrativa y concentra más sus esfuerzos en calcular constantemente el número de interacciones y en ser algo más aditivo que histórica. La historia, por otro lado, sí sirve como narración. Es decir, el autor plantea que lo que se plasma en lo digital, ya sea en redes sociales como Facebook en el *timeline*, o en un *tweet* no se narra ninguna historia de vida, tampoco ninguna biografía. Se trata es de que el usuario, siendo un hombre digital, lo cuenta, no lo narra, allí toda historia es aditiva, no narrativa. La narración en lo digital pierde espesor e importancia, dando relevancia a lo contable, lo que se considera numerable y aditivo, y así, siendo cuantificable, se puede transformar en rendimiento y eficiencia. Perdiendo como tal la capacidad de introspección y análisis que conlleva una narración.

4.4.5 Enmascarando la identidad

Al momento de relacionarnos con otra persona lo que se busca, en un principio, es adquirir información acerca de él para poder ubicarlo en una determinada categoría social. Así conocer de primera mano lo que la otra persona nos quiere mostrar de él es decisivo, también buscamos contrastar la información que tenemos previamente de esa persona. Se puede conocer información tal como el estatus socioeconómico, su concepto de sí mismo, su pertenencia a determinados grupos, su profesión, su nacionalidad, etc. En palabras de Goffman (1997), "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" (p. 13).

El móvil para conocer aquella información es variable, si no se tiene demasiada confianza o no se sienten familiarizados con el individuo, los observadores entonces obtendrán información del sujeto mediante la recolección de indicios de su conducta observable o de su aspecto. Con la experiencia previa que se tiene con individuos similares a él se pondrán en juego una serie de prejuicios o estereotipos que pondrán entonces a prueba cuando se conozcan. Pueden o no confiar en lo que dice el sujeto sobre sí mismo o de las pruebas documentales que presenta acerca de quién es (Goffman, 1997).

Los individuos al relacionarse hacen uso de dos tipos de expresión, la primera una expresión que se da, la cual hace uso de símbolos verbales de los cuales el sujeto usa para comunicar información que él quiere transmitir. Y el segundo tipo de expresión hace referencia a las acciones que desprende el actor, es decir, las conductas. Se puede hacer uso de ambas con la intención de mal informar, la primera en forma de engaño y la segunda fingiendo (Goffman, 1997).

La manipulación de la información que presentamos a los demás se puede presentar, en ocasiones, debido a que somos víctimas de un estigma, concepto definido por Goffman (2006) en su obra *Estigma: la identidad deteriorada* como aquel atributo que desacredita a un individuo en términos relacionales. Es aquella característica ya sea física, mental o tribal que desaprueba el entorno social y dificulta, por tanto, el relacionamiento con la misma.

Los sujetos que tienen estigmas, en la construcción de su identidad, tanto personal como social, utilizan mayormente técnicas de control de la información, tales como el encubrimiento o enmascaramiento, donde juegan con el manejo de la información para no revelar detalles que lleven a los demás a descubrir sus defectos, en el caso del estigmatizado. O llegar a encubrir signos físicos, mentales o tribales en el caso de los estigmatizados. Todo esto con el fin de evitar el rechazo o descrédito que puedan provocar esos atributos defectuosos según los parámetros de la sociedad. Los sujetos entonces dudan entre exhibir sus defectos u ocultarlos, si expresarlo o guardar silencio, si mentir o decir la verdad, todo esto dependiendo de cada caso con variables como el quién, el dónde, el cómo y el cuándo (Goffman, 2006).

El hecho de hacer un ejercicio de control de la información tanto personal como social con respecto al rol que ocupamos con determinado contexto es algo que hemos hecho todos los

individuos en la sociedad, tanto estigmatizados como quienes no poseen una condición de estigma. Pues cuando se habla de las relaciones entre individuos, se introduce la idea que ejercemos un papel como en una obra de teatro, donde hace presencia un actor, un medio y un observador el cual se pretende que crea que el sujeto que ve posee esos atributos que él con tanto esfuerzo realiza (Goffman, 1997). A la hora de relacionarnos nos mueven muchísimos objetivos, entre ellos pueden estar el que los demás tengan un buen concepto de nosotros, aparentar un buen estatus en la sociedad o que, por el contrario, defraudemos a los demás o que se lleven un mal concepto nuestro y se desliguen de nosotros. En particular nuestra forma de actuar con los demás nos lleva a una cosa y es que, "Independientemente del objetivo particular que persigue el individuo y del motivo que le dicta este objetivo, será parte de sus intereses controlar la conducta de los otros, en especial trato con que le corresponden." (Goffman, 1997, p. 15). Es entonces como entendemos que lo que moviliza las acciones de los individuos en su relación con los demás, es transmitir esa impresión que él quiere que los demás acepten de él, que la perciban como verdadera y, por medio de esa actuación cumplir su objetivo.

El significado original de la palabra persona es máscara. Cuando nos relacionamos con los demás desempeñamos, como se dijo anteriormente, un rol. Es por medio de estos roles que nos permitimos conocernos mutuamente e incluso a nosotros mismos. Es gracias a nuestro esfuerzo permanente de formarnos nosotros mismos por medio de esa máscara que se llega a ser un sí mismo verdadero, un yo que quisiéramos ser. Ya que en este ponemos nuestras experiencias, acciones, ilusiones (Goffman, 1997). Podemos entonces pensar que, gracias a que nos movilizamos por roles o máscaras, llegamos a manipular o administrar la información hasta tal punto que enmascaramos u ocultamos información con tal de llegar agradar a los demás o que tengan los otros una percepción de nosotros mismos que queremos transmitir. Se puede concluir en una idea de nosotros tal que para ellos sea verdadera, y llegar a un punto, que hasta para nosotros lo sea.

Así se crea la tendencia a mostrar a los demás las formas idealizadas de nosotros mismos, carentes de estigma y satisfaciendo así las expectativas de los otros. Se modifica la información y se presenta de manera tal que los individuos ejemplifican e incorporan los valores acreditados por la sociedad, dejando de lado sus conductas generales (Goffman, 1997; 2006). De manera similar, se puede hablar de cómo los individuos modifican o administran su información a la hora de gestionar su identidad en las redes sociales. En línea, las señales físicas o conductas están

ausentes, no se pueden ver ni oír físicamente, lo cual aumenta la distancia percibida entre el sujeto y su público en redes, lo cual dificulta construir una imagen corpórea de los demás y lo que todo esto conlleva, tal como las expresiones faciales, el lenguaje no verbal y demás. Asimismo, la identidad *online* suele estar determinada por la información que el individuo revela de sí mismo, por lo que facilita la administración de la información de tal forma que sea más fácil ocultar o fingir contenido personal y, por tanto, se presenta una identidad pulida o prefabricada (Cantor-Silva et al., 2018; Cueva Torres, 2019; Gardner y Davis, 2014; Huang et al., 2021;).

Previas investigaciones han encontrado que en videojuegos los usuarios suelen crear personajes más cercanos a su yo ideal que su yo real. Además, en aplicaciones de citas se encuentran que los sujetos que las usan suelen exagerar o mentir sobre algunos de sus datos tales como la altura o el peso, para parecer más atractivos ante los demás. Asimismo, las redes sociales suelen tener un sinnúmero de herramientas para gestionar información en línea y que es de libre uso para sus usuarios. Pueden modificar y mostrar a su antojo información personal (género, educación, país de origen), preferencias (tales como gustos personales, comunidades a las que hacen parte, música), intereses (pasatiempos, películas favoritas, etc.), entre un gran otro número de campos de información. Además, pueden subir estados en su biografía y fotos. Esto gracias a que las redes son tan maleables permite que la construcción de una identidad *online* sea posible. Lo que significa que pueden crear y recrear su identidad en estos medios las veces que sean necesarias y con la información que les plazca de manera tal que puede ser parcial o completamente distinta la identidad que presentan *offline* con la *online* (Huang et al., 2021).

Conceptos como la auto representación estratégica o auto representación selectiva aluden a lo que la reconstrucción de la identidad digital refiere, es decir, a administrar la información de forma tal que enmascaran o fingen aspectos positivos para causar una buena impresión en los demás como plantea Goffman (1997). Asimismo, funciona en lo digital, donde resaltan de manera exagerada aspectos positivos de sí mismos y no tanto los negativos. Los usuarios se animan a explorar distintas identidades en línea y, como se dijo anteriormente, esta puede ser parcial o completamente diferente a su identidad fuera de la red. No siempre estas identidades tienden a coincidir una con la otra (Huang et al., 2021).

Al momento de modificar y administrar la información de sí mismos y presentarse de manera tal a los demás con su identidad por los medios *online*, estos presentan una gran ventaja a comparación de hacer este mismo ejercicio en el mundo *offline*. Y es que allí los límites de la

verdad son mucho más difusos, las personas pueden llegar a resaltar aspectos positivos de manera desproporcionada o exagerar la verdad, incluso pueden llegar a decir mentiras a propósito. En esta reconstrucción que se le da a la identidad digital u *online* las personas no sólo buscan beneficios como una imagen positiva o la libertad de comportarse o hablar como les plazca, sino también buscan satisfacer necesidades vanidosas e incluso evitar violaciones a su privacidad (Huang et al., 2021). Es por lo que a la hora de analizar las plataformas *online* como lo son las redes sociales hay que ser conscientes de que no siempre se presenta información veraz de los individuos ya que existe el riesgo de que estos modifiquen su información de tal manera que al compararlos con su identidad offline pueda resultar distinta o parcialmente congruente.

4.4.6 Implicaciones de la narración en las redes sociales

El arte de la narración nos congregaba a oír y contar historias que nos hacía estar presentes en ella, nos acomodaban en el ser asignándonos un lugar y dando sostén y orientación a nuestra vida misma. La narración pretende contar una historia de manera coherente, estructurada y con la intensión de compartir un mensaje que impacte de manera tal al otro que deje huella en él (Han, 2023). Las narraciones no son propias de la voluntad de una sola persona, sino que es una historia que entretejen distintos actores y diversas fuerzas que ayudan a darle un orden lógico, coherente y lleno de sentido al mensaje que se quiere comunicar, “son la expresión del modo de sentir de una época” (Han, 2023, p. 7).

Sin embargo, los estragos de la modernidad acabaron con la narración, una época marcada por el fenómeno del *storytelling*, una moda que busca contar historias breves y cargadas de emoción, pero sin ningún sentido narrativo. Las redes sociales y las narraciones (paradójicamente) se acentúa entonces una crisis narrativa, que por más que se le intente reanimar de nuevo, “ni el *storytelling* ni el giro a lo narrativo harán que regrese la narración.” (Han, 2023, p. 6). En la sociedad de la información hoy en día se venden historias que, aparentemente están cargadas de sentido, pero no lo son, sólo es un cúmulo de información que, a diferencia de las narraciones, no proporciona ningún tipo de sentido y sólo aporta contenidos aditivos que no sirven para gran cosa, “… hoy estamos más informados que nunca, pero andamos totalmente desorientados” (Han, 2023, p. 8). Lo anterior implica entonces que se pierde la comunidad, reemplazada por las *communities*, una comunidad de la mercancía llena de consumidores. Se

pierde entonces las reuniones alrededor del fuego a narrar historias donde se compartían las experiencias, vivencias, ideas, emociones y, en conjunto, la vida misma. Ahora somos presos del celular y las redes sociales donde solo se prestan como plataformas para el dominio de la información que, a comparación de la narración, no aporta sentido, identidad ni valor a la vida del usuario.

Las historias de valor cada vez son menos, ahora la información aditiva reina en las redes. Información que carece de sentido más que el instantáneo. Al estar expuestos a tanta información se puede llegar a estar perdido entre la misma. Han (2023) plantea que, en la narración, además de haber un sentido, hay un inicio y un final, pero las redes sociales al ser plataformas llenas de información no es posible llegar a cerrar ese ciclo. Un conjunto de datos al aire sin sentido narrativo ni temporal no es nada más que una sucesión de instantes presentes. Es por ello que la mal llamada "biografía" en redes no contiene lo que una narrativa vital significa e implica para una persona. Llegar a publicar una fotografía, una *story* o una *selfie* con un texto ligeramente escrito describiendo un suceso no será tan significativo como compartir con un amigo o familiar eso que te pasó y lo que significó para ti aquel momento, llenar tu f*eed* con historias no es lo mismo que narrar aquellas experiencias, volver al recuerdo implica traer en el ahora aquello que sentiste, que aunque no sea exactamente lo que viviste en ese momento, implica hacer un esfuerzo por seleccionar en tu memoria lo que sentiste, eso es narrar. Con la pérdida de la narración entonces lo que se encuentra en estas plataformas sociales no es más que datos históricos y cronológicos de eventos que sucedieron en el pasado, pero que, detrás de ellos, no hay ninguna lógica narrativa como si lo hay con el recuerdo y el contar presencialmente aquel evento (Han, 2023).

Es problemático el hecho de que cada vez más se pierde el sentido de narrar nuestra biografía, a la vez que subimos contenido a las bases de dados de estas plataformas y creemos que contamos nuestra historia, también cada vez más estamos más perdidos del sentido y la temporalidad de la misma que, en la búsqueda desesperada de ella, encontramos refugio en las dinámicas consumistas que, por medio del *storytelling* que alude a narrativas con un único propósito comercial que al ser efímeras, arbitrarias y consumibles no aportan ningún valor narrativo a la sociedad, e *storyselling* que busca contar estas historias para poder venderlas, nos buscan emocionar con historias que obedecen meramente a una lógica mercantilista y consumista (Han, 2023). Entrar en esta lógica entonces nos haría perder el rumbo de nuestra vida e identidad,

entrando en el juego de ser definidos solo como medios para comprar un producto y no como una vida digna de ser vivida y narrada.

Según Han, "Las plataformas digitales como Twitter, Facebook, Instagram, TikTok o Snapchat están situadas en el punto cero de la narración. No son medios para narrar, sino medios para informar." (2023, p. 24). En ese sentido, la información plasmada en la biografía de cada una de estas redes sociales obra como un contenido netamente aditivo, no narrativo, añadir acontecimientos importantes como algún título universitario, entrar a un colegio o tener pareja se consignan bajo una lógica meramente informacional, basta con sólo hacer clic en "añadir acontecimiento importante" para añadir esa información al perfil, los acontecimientos vitales son tratados sólo con la intensión de informar al público sobre ello, no para narrar la historia detrás de ellos. "En las plataformas digitales no es posible elaborar y sintetizar reflexiva y narrativamente lo vivido, pero tampoco es eso lo que se busca." (Han, 2023, p. 24). Es así como las *stories* que se publican en las redes, además de tener una temporalidad fija, no se ofrecen como una extensión narrativa en sí misma, son sólo "(…) informaciones visuales que desaparecen rápidamente. Nada queda." (Han, 2023, p. 23). De igual modo funcionan las *selfies*, una serie de fotografías que solo evidencian el instante, no tienen una intensión comunicativa o de recordación como lo son las fotografías analógicas, al contrario, sólo tienen una intensión comunicativa (Han, 2023).

Las plataformas digitales mencionadas anteriormente pretenden entonces volver toda información digital a datos, para ellos es más preciado una información convertida en dato que una narración. "Las plataformas digitales se configuran para alcanzar una protocolización total de la vida" (Han, 2023, p. 25). Convertir la vida en información que se pueda volver un dato. Datos como el estado de salud, lo que se hizo en el día, cómo se sintió, acontecimientos importantes y demás, se vuelven todos en mera información acumulativa que pierde toda potencia narrativa. A este fenómeno se le llama protocolización de la vida, nada puede escapar a postearse en las plataformas sociales. Y es que estos datos obedecen a principios de vigilancia y transferencia de la información de sus usuarios a empresas que buscan hacer marketing y publicidad; usar esos datos para explotar económicamente a sus potenciales consumidores. Esto incluso se ve en la lógica de los *influencers* por medio del *storyselling*, donde sus seguidores los ven como modelos a seguir. Estos *influencers* constantemente repiten el mensaje de la creatividad, la autenticidad y la libertad; cuentan sus anuncios de manera que no parecen ser molestos para la mayoría de las

audiencias. Y es que siendo percibidos como el perfecto arquetipo de lo que sus seguidores quieren ser, participan en una serie de lógica en la cual al comprar sus productos quieren ser como ellos, tener una experiencia similar a la de su *influencer* favorito (Han, 2022; 2023).

En la época moderna, con la llegada del *smartphone* y las redes sociales nuestra atención se ha vuelto nula, se ha perdido, además, la importancia de la escucha del otro. Cuando antes se congregaban personas a escuchar y poner extrema atención a lo que nos narraban, ahora si un titular o un vídeo no nos llama la atención seguimos deslizando (Han, 2023). Cuando hay una sobreestimulación de la información que nos llega en distintas plataformas sociales crece entonces la pérdida de interés en las mismas. El mero hecho de que algunas plataformas limiten los caracteres con los que se puede publicar en el *feed* hace que perdamos el interés en contar historias y se encuentren cada vez más titulares basura con información aditiva que no nos ofrece ningún beneficio. Así mismo, al no contar con historias en la red hace que se pierda el tejido empático con las demás personas, dejando de crear lazos con estos de manera que no se encuentre alguien con el que realmente se comparta un tiempo y una historia de calidad como lo era antes con la narración (Han, 2023).

"El hombre no es un ser de instantes" (Han, 2023, p. 22). Lo digital aumenta la atrofia del tiempo. En una red donde solo importa el momento, contar lo que se está pasando, se pierde entonces un hilo conductor de la vida, trascendiendo del pasado y el futuro y sólo concentrándose en el presente. Al llegar a publicar una *story* o una foto, no se está contando la experiencia completa, solo se cuenta un momento. Las plataformas sociales no son medios para narrar, sólo para informar. Es aquí donde entra en juego lo que Han llama la sociedad de la transparencia, donde gracias a las redes que acumulan información y realizan el ejercicio de almacenar por nosotros, ya no se encuentra entonces la necesidad de recordar, ya todo está allí, en Facebook, Instagram, TikTok. La magia detrás de la recordación (los olvidos, los huecos, etc.) se desvanece y la narración junto a ella también lo hace (Han, 2023). Esto es problemático entonces porque ya no se hace el ejercicio de hacer consciente lo que hemos vivido, ya sólo basta con mostrar una foto o un vídeo de lo que se hizo con la descripción del evento y la fecha para enseñárselo a algún compañero, amigo o familiar. Y se pierde entonces todo el sentido narrativo que implica recordar lo que se vivió por ejemplo unas vacaciones, el olor, las personas, el cómo estabas vestido, dónde fuiste, qué te sorprendió, sino que ahora todo esto se encuentra en una base de datos de una

plataforma que hace todo lo anterior por ti, perdiendo así todo el sentido del recuerdo y del acontecimiento pasado.

En una época marcada por el *storytelling* y la falta de narración, salta a la vista que la identidad se encuentre de manera difusa, allí donde haya una historia narrada hay identidad. En cambio, en lo digital escasamente se encuentra una narrativa con sentido que establezca identidad estable (Han, 2023). Es por ello que actualmente se puede hablar, en algunos usuarios de redes, de identidad prefabricada, en esta se busca resaltar las vivencias tal que resulte atractivo para otros usuarios, en una época donde se valora más los seguidores o el ser *influencer*, se acude al *storytelling* y la narración de historias emotivas para vender al otro una impresión de sí mismo que les resulte llamativo de seguir o de leer (Cantor-Silva et al., 2018; Cueva Torres, 2019; Gardner y Davis, 2014; Han, 2023).

Es allí donde resulta importante volver a una narración con sentido, que permita a las demás personas construir un hilo conductor de su vida tal que hagan conscientes su pasado, su presente y también su futuro, construyendo también en las redes sociales una comunidad tal que se permita compartir historias de valor y con sentido para cada uno de los actores que sepan de ella. Además de volver a resaltar valores como la escucha empática, la mirada del otro y también la misma narración que permite a todos crear lazos fuertes con los demás y consigo mismo, habrá entonces que volvernos a congregar en las fogatas y espacios sociales para escuchar las historias de los demás y permitirnos también conocer no sólo nuestra vida sino también la del otro.

5. Metodología

5.1 Enfoque

En la presente investigación se hará uso de un enfoque cualitativo. Para Vasilachis (2006) la investigación cualitativa tiene un enfoque en la experiencia de las personas, es decir, realizar un ejercicio según Gialdino (2006), de "inmersión en la vida cotidiana de la situación seleccionada para el estudio" (p. 26), en este caso la identidad digital, los memes, las redes sociales y demás actores que impliquen el desarrollo de esta investigación.

Además, implica el conocimiento de la experiencia y perspectiva de los sujetos a investigar, donde los estudiantes universitarios tendrán la palabra y valoraremos su experiencia frente a esa identidad digital, donde por medio de la interacción entre los participantes y el investigador, se describirá y analizará esa experiencia que nos narran, donde se tomará como principio la palabra (Gialdino, 2006).

5.2 Método

La identidad es definida como una visión de nosotros mismos que tiene una naturaleza fluida y dinámica, la cual se construye de manera tanto individual como social (Castañeda & Camacho, 2012). La identidad se construye mediante las vivencias personales que el individuo experimenta, esta se encuentra en constante construcción y, por tanto, su percepción cambia a través de la experiencia que asimila el sujeto en determinados escenarios de la vida.

Por otra parte, la identidad digital es aquella identidad que damos en la red, nuestros gustos, intereses, contenido, *likes*, etc. Todo aquello mediado por demás actores sociales como grupos, amigos, individuos y demás. Aquello que nos representa en la red es a lo que llamamos identidad digital, y a su vez, está mediada por las vivencias que experimenta el individuo. (Castañeda & Camacho, 2012)

Es por la naturaleza del estudio, donde se indagará sobre la identidad digital de los individuos, que se hará uso del método de investigación fenomenológica hermenéutica, el cual, según Ramírez Perdomo (2016), se centra en la experiencia subjetiva de los individuos y grupos

frente a ciertos fenómenos, esta se interesa por los significantes que da el sujeto a su mundo, en otras palabras, cómo vive su experiencia de vida.

La identidad, al construirse mediante las vivencias de los sujetos, permite que este método de investigación sea el más adecuado para su uso, donde se interesa en reconocer, comprender y estudiar esos significados, emociones, sentimientos y narrativas que median la experiencia de vida de cada individuo o persona.

5.3 Instrumentos de recolección de la información

Se realizará una entrevista semiestructurada individual, esta permite según Flick (2007), reconstruir una teoría subjetiva, es decir, el entrevistado tiene una serie de conocimientos sobre el fenómeno a investigar, el sujeto tiene algunos supuestos que pueden ser explícitos y que se le facilita responder mediante una pregunta abierta, pero es por medio del tipo de pregunta que va construyendo una respuesta más articulada y más acorde a la estructura que tiene el sujeto sobre el fenómeno a investigar. Por otro lado, Díaz-Bravo et al. (2013), señalan que la entrevista semiestructurada da pie a una mayor flexibilidad gracias a que, aunque algunas veces se parte de preguntas estructuradas que se han planteado con anterioridad en la guía, pueden derivarse y adaptarse a la conversación que se tiene con el entrevistado, donde permite profundizar en la experiencia del sujeto y aclarar términos con respecto al fenómeno que se quiere investigar. Esto implica tener un alto grado de sensibilidad y escucha activa durante la entrevista, para captar temáticas que puedan ser interesantes para el desarrollo del estudio, donde más que una formalidad, se percibe más como una cierta conversación amistosa entre ambas partes, donde el investigador impone una guía estricta de la entrevista, sino que pretende comprender la experiencia del sujeto con respecto al fenómeno a investigar (Díaz-Bravo et al., 2013).

El ejercicio de entrevista semiestructurada individual con el participante se hará en base su experiencia en redes sociales con respecto a la construcción de su perfil, contenido que comparte o crea, y, por tanto, su identidad digital.

5.4 Plan de recolección de información

En un primer momento se indagó por medio de las bases de datos los artículos los cuales ayudarán a hacer un paneo sobre qué se ha escrito antes sobre el tema de la identidad digital y sobre las redes sociales; este paso consistió en indagar tanto en bibliografía digital como en libros, para ampliar la visión y el sustento teórica del estudio, del cual derivaron cuatro grandes categorías de análisis dentro del marco teórico, la primera de ellas fue identidad, donde se realizó un paneo dentro de las investigaciones y teorías, y se buscó indagar la pregunta si existe una o varias identidades; en segundo lugar se buscó profundizar en el fenómeno de la identidad social, una de las variables más llamativas dentro del constructo de identidad; en tercer lugar, se buscó profundizar en la identidad digital, pilar fundamental del trabajo, del cual derivaron su definición, características y componentes que lo impactan en su construcción; por último se abordó la temática de las redes sociales, donde se analizaron sus antecedentes, implicaciones y posturas críticas.

Posteriormente, se realizó un contacto inicial con los participantes de la investigación, donde por medio de la conversación se proporcionó información sobre el objetivo de la investigación, qué se pretendía realizar y las implicaciones y pasos que eso llevaba. Al efectuar el contacto con la persona, se le informó sobre las herramientas que se necesitaban para realizar la recolección y análisis de los datos, además de informarle sobre el consentimiento informado el cual abarcó variables tanto éticas como normativas que orientan la investigación.

Finalmente, se realizó la entrevista en dos momentos, en un primer momento se hizo un paneo de preguntas generales con respecto a la temática de la investigación, tales como la experiencia dentro de las redes sociales, su percepción en el medio digital, la construcción de su identidad y otros. Posteriormente se evidenció que se necesitaba realizar un segundo ejercicio mucho más corto con el objetivo de focalizar la conversación en temas más específicos del estudio, tales como la identidad prefabricada, la percepción de sí mismos dentro de los medios digitales y su experiencia profesional *online*.

5.5 Plan de análisis de la información

En primer lugar, se recolectará la información por medio de las entrevistas a los participantes tal como se describió anteriormente, luego, se procederá a realizar una transcripción de estas mismas con el objetivo de comprender de mejor manera los contenidos de esta. Transcribir las entrevistas permite tener un registro claro y detallado de la información, lo cual facilita la obtención del detalle y profundidad de los datos (Bastié, s.f). Esto es un paso muy importante ya que, a la hora de codificar, categorizar y escribir los resultados del estudio, ya que posibilita citar de manera más precisa lo que los participantes narraron en sus relatos.

Con la información ya transcrita, lo que se procederá a realizar a una codificación, técnica la cual se caracteriza por abstraer los conceptos, relaciones, ideas, y significados inmersos en el texto. Todo esto con el propósito de poder nombrarlos para así relacionarlos con el objeto de la investigación, este proceso es muy importante ya que facilita al investigador encontrar relaciones entre relatos con el fin de dar cuenta el objeto del estudio (Strauss & Corbin, 2002).

Strauss y Corbin (2002) introducen tres formas de codificación: abierta, axial y selectiva. En cuanto a la codificación abierta, los autores nos hablan de fragmentar los datos en unidades significativas, ya sean frases, palabras o párrafos, que por medio de la conceptualización (relacionar puntos similares en los textos, descubriendo sus propiedades y dimensiones) nos permite darles un nombre para posteriormente enlazarlos a unas categorías específicas que facilitan la comprensión, el encuentro de patrones y el manejo de los datos.

En segundo lugar, se encuentra la codificación axial, donde aquí se enlazan esos códigos abiertos que se hicieron en primer lugar y se crean las categorías y subcategorías las cuales serán los ejes centrales de análisis de los relatos. Durante esta codificación el investigador relaciona aquellos códigos encontrados en el paso anterior con una categoría más amplia, facilitando el trabajo de encontrar relaciones, ejes centrales que se usarán posteriormente en la escritura y también la creación de subcategorías que se relacionarán con las categorías más amplias encontradas en primera instancia por el investigador (Strauss & Corbin, 2002).

Por último, los autores hablan de la codificación selectiva, donde gracias a todo el trabajo anterior, ahora se pretende construir una teoría o narrativa la cual guiará en gran parte la escritura y desarrollo del fenómeno a estudiar, permitiendo encontrar relaciones, detalles y teorías que den

sustento a lo que posteriormente se desarrollará en fin de estudiar el fenómeno que se quiere conocer (Strauss & Corbin, 2002).

Ya realizada la codificación, se construye la categorización, la cual es definida por Strauss y Corbin (2002) como conceptos que se derivan de los datos, responden a la pregunta de lo que está pasando inmerso allí en el texto, es ponerle nombre al fenómeno que está inmerso allí y permiten al investigador describir la información de una forma más sencilla y analítica, esto da marcha a una visión mucho más amplia y detallada de los fenómenos encontrados en los relatos de los entrevistados, lo cual facilitará enormemente el trabajo de escritura del investigador puesto que ahora tendrá un orden lógico por el cual abarcar el fenómeno que se quiere estudiar en la investigación.

5.6 Unidad de trabajo

Cuatro estudiantes jóvenes los cuales usen activamente redes sociales.

5.7 Unidad de observación

Relato de la experiencia subjetiva de usos y construcción de la identidad digital en las redes sociales.

5.8 Unidad de análisis

Identidad digital.

5.9 Participantes

La población a estudiar en este estudio serán cuatro estudiantes universitarios que usan activamente las redes sociales como Facebook, X (antes Twitter), Instagram, LinkedIn, entre otros.

Estos serán escogidos mediante la técnica de muestreo intencional. Este modo de selección de participantes se basada en el criterio del investigador a la hora de elegir participantes

que puedan aportar narrativas ricas en experiencias dentro del fenómeno que se quiere abordar para así acercarse a responder la pregunta de investigación (Otzen y Manterola, 2017). Al ser una investigación cualitativa con poco alcance, esta muestra no será representativa ni probabilística.

5.10 Consideraciones éticas

Para el ejercicio de la presente investigación se contará con los cuatro principales principios éticos que presiden cualquier investigación, estas descritas por la American Psychological Association (2017), Escobar Triana y Aristizábal Tobler (2011) y García Pérez (2006), así:

En primer lugar, se encuentra el respeto a la autonomía, se refiere a que los individuos son seres autónomos, por lo tanto, deben ser tratados así. En cuanto a las personas a las que su autonomía está reducida tienen el derecho a ser protegidas. Las personas autónomas son aquellas que son capaces de obrar gracias a sus fines personales, de manera que tienen sus propios criterios y libertad de obrar bajo esos mismos. El respeto por las personas, por tanto, exige que los participantes en este estudio decidan de manera voluntaria y que se le brinde toda la información respectiva frente a la investigación, respetando los tiempos, sus intereses, libertades y autonomía, así como también resaltar la importancia del consentimiento informado, donde debe destacar el respeto a los criterios, creencias y valores del sujeto a investigar.

En segundo lugar, con respecto principio de beneficencia, implica que el psicólogo siempre se esfuerce por hacer el bien con aquellos con los cuales trabaje profesionalmente, que asuman la total responsabilidad de no hacer daño y en salvaguardar los derechos e integridad de aquellos con los que interactúa, este principio está destinado principalmente para prevenir y eliminar el daño, así como también generar un equilibrio entre beneficio y daño.

En tercer lugar, se encuentra el principio de no maleficencia, el cual va muy encaminado con el anterior, exige al profesional no causar daño alguno a otros, este exige un nivel mayor de exigencia que el anterior, tanto que está amparado en prescripciones legales.

En último lugar, con respecto al principio de justicia, da una mirada íntegra en su aplicación ya que tiene en cuenta las dimensiones sociales y políticas de los problemas, así como también tiene en cuenta los riesgos y los beneficios derivados de la investigación, los cuales

deben ser distribuidos de manera equitativa; asimismo, se debe tratar a todos con igualdad teniendo en cuenta unas consideraciones bien definidas.

Por otro lado, de la American Psychological Association (2017) se tomarán las siguientes normas con respecto a la Investigación y Publicación (8):

8.01 Autorización institucional: Donde los psicólogos que pretenden realizar investigaciones en instituciones deben tener una autorización previa y seguir el protocolo aprobado.

8.02 Consentimiento informado para la investigación: Los participantes deben recibir una información clara sobre el estudio, los riesgos, beneficios, confidencialidad y también sus derechos.

Por otro lado, para el desarrollo de esta investigación enmarcada en el pregrado de psicología, se tendrá en cuenta la Ley 1090 de 2006 (Congreso de la República de Colombia, 2006), donde se reglamenta el ejercicio de la profesión de Psicología, se dicta el Código Deontológico y Bioético y otras disposiciones; se considerará lo siguiente:

Del Título II Disposiciones Generales se tomará el punto 9, donde dicta la investigación con participantes humanos. Esta refiere que el psicólogo respetará la dignidad y el bienestar de las personas que participarán de la investigación, además de tener pleno conocimiento de las normas legales y estándares profesionales que regulan la investigación con participantes humanos.

Del Capítulo VII - De la investigación científica, la propiedad intelectual y las publicaciones se considerarán los siguientes artículos:

En primer lugar, se tendrá en cuenta el artículo 49 donde indica que los profesionales en psicología serán responsables de todos los procesos implicados en la investigación; además el artículo 50, donde habla de que el psicólogo profesional deberá tener en cuenta los principios éticos de respeto, dignidad, bienestar y los derechos de los participantes; además, se tomará el artículo 51 el cual dice que se debe evitar información encubierta o incompleta; también el artículo 55 el cual demanda no aceptar presiones o condiciones que distorsionen la objetividad del estudio y, por último el artículo 56 sobre derechos de autor (Congreso de la República de Colombia, 2006).

6. Resultados

Para conocer a fondo el fenómeno de la construcción de la identidad por medios digitales, y en este caso, por las redes sociales, se tuvo en cuenta categorías de análisis que nos dan un vistazo sobre cómo se comportan esos procesos dentro de la experiencia subjetiva de los sujetos entrevistados. Estas categorías fueron: *Construcción y configuración de la identidad*, el segundo fue *Construcción, gestión y seguridad de la identidad en redes sociales* y, por último, *Creación y gestión del contenido en redes sociales*.

La primera unidad de análisis llamada *Construcción y configuración de la identidad*, habla en general de aspectos relacionados, como su nombre lo dice, en la construcción de la identidad, el rol del otro dentro de la misma, los roles con los que se identifica y también la identidad digital.

Su primer subapartado *Dinámicas de construcción y expresión de la identidad* habla a grandes rasgos de temas que aluden a cómo los sujetos, en su experiencia, van descubriendo roles con los cuales se identifican, cómo es el proceso de construcción, cambio y reafirmación de su identidad dentro de los medios digitales y offline, asimismo como aspectos identitarios que ocultan intencionalmente para limitar o expandir la conversación con determinados grupos sociales. Como segundo subapartado se encuentra la *Diferenciación y gestión de roles identitarios* se hayan temas como el conflicto entre roles, las dualidades presentes entre una vida profesional y otra personal, y la preocupación que se haya en los participantes por mostrar un rol profesional en redes sociales o áreas laborales. Como último subapartado de la construcción y configuración de la identidad, encontramos *Construcción de la identidad digital*, que contiene temas como la relación y coincidencia entre la identidad digital y la online, la problemática del ser yo mismo dentro de las redes sociales, *La identidad prefabricada en las redes sociales* que nos habla sobre la capacidad que tienen los usuarios de moldear el contenido a placer para mostrarse ante los demás de cierta forma.

La segunda categoría grande de análisis se llama *Construcción, gestión y seguridad de la identidad en redes sociales*, donde a grandes rasgos se abarca los contenidos que los usuarios comparten en redes sociales, las precauciones que se tienen sobre los mismos, los usos que le dan a las distintas plataformas y la construcción de sus perfiles dentro de este medio.

Su primer subapartado habla sobre *Usos y funciones de las redes sociales*, aquí se encuentran los diversos usos que le dan los usuarios a estas redes sociales como Facebook, Instagram, X (antes Twitter), YouTube, LinkedIn, WhatsApp, etc. como el almacenamiento de recuerdos por medio de fotos o vídeos, usarlos como trabajo o emprendimiento, realizar activismo social, aprender nuevas cosas y demás funciones que les dan los individuos a estas plataformas. De este se desprenden dos interesantes categorías, por un lado, el *Comportamiento en entornos digitales en comparación con los presenciales*, la cual como su nombre lo indica trata la conducta *online* y la compara con la *offline*, viendo si hay similitudes o diferencias, además que habla sobre un fenómeno interesante como es la facilidad expresiva que se da en los entornos digitales en comparación a medios convencionales como lo son una conversación cara a cara con otra persona. Y, por otro lado, se encuentra *Impacto de las redes sociales*, donde se habla de las ventajas y desventajas de usar este tipo de plataformas.

Por otro lado, el segundo subapartado es nombrado *Seguridad y privacidad en redes sociales*, abarca cómo los usuarios toman precauciones para proteger sus datos e información cuando usan este tipo de plataformas sociales, además de hacer uso de filtros sobre quiénes pueden o no ver su contenido dentro de las redes.

Por último, el tercer subapartado habla sobre la *Creación y gestión del contenido en redes sociales*, donde se habla de la intención del contenido que los usuarios crean o comparten en redes sociales, si estos derivan o no de experiencias o vivencias personales, así como la *Creación de contenidos profesionales y emprendimiento en redes sociales*, donde usualmente se suele dividir el contenido personal del profesional y este último se usa para los perfiles que son netamente para trabajos.

6.1 Construcción y configuración de la identidad

En este apartado se encontrará narrativas de los participantes en las que expresan sus experiencias con respecto al proceso de construcción de su identidad, cabe resaltar que este es un proceso que contiene bastantes aristas que al final convergen en lo que definimos como la identidad del individuo. Dentro de estas se encuentran variables tanto individuales, relacionales y grupales, que, a su vez, se pueden dar en distintos medios como lo pueden ser en la vida *offline*

como *online*. Por tanto, es importante analizar los relatos que dan los participantes frente a este proceso y cómo los distintos actores influyen en la construcción de su identidad.

6.1.1 Dinámicas de construcción y expresión de la identidad

Definirse a sí mismo es una tarea compleja, pero a la vez interesante, resumir nuestra personalidad, identidad, cualidades y comportamiento en una serie de adjetivos que en conjunto permiten que nos construyamos.

Sobre esta cuestión, el participante 2 se definió a sí mismo en una palabra así: "*Si me define una palabra, diría que soy muy nerd*[2] *con todo lo que conlleva eso*" (Participante 2, comunicación personal, 2024). Aquí se evidencia como, al definirse, se apoya de categorías sociales como es el caso de *nerd*, donde el participante se percibe a sí mismo dentro de esa categoría y, puede o no coincidir con lo que perciben los demás de él. Es así como el proceso de construcción de la identidad no sólo es un juego individual, sino que también se ven implicados otros actores sociales, en este caso la pertenencia a grupos, donde *nerd* hace parte entonces de la definición de sí mismo de este individuo.

Acerca de la pertenencia a los grupos Canto Ortíz y Toranzo Moral (2005) nos introducen los planteamientos de la Teoría de la Identidad Social planteada por Tafjel, donde describe la identidad social como aquel autoconcepto del individuo donde se reconoce como perteneciente a cierto grupo social, y a la vez toma en cuenta el valor o significado que le da el individuo a esa pertenencia. Es entonces como en la autodefinición del individuo, según Tafjel, va incluido la identidad social, donde la persona tiene conocimiento de pertenecer a un determinado grupo social y lo que ello involucra, puede ser un significado emocional, por conveniencia, entre otros Canto Ortíz & Moral Toranzo, 2005).

Puede ser tal la identificación con el grupo, que puede limitar la experiencia del sujeto que allí pertenece para aumentar su identidad con el grupo, el participante 2 lo narra así:

> *Últimamente pasa algo y es que tal vez por esa misma definición que estoy tomando que yo mismo la acepto y creo que actúo en consecuencia de eso es que tiendo a cerrarme*

[2] Persona estudiosa e inteligente que suele mostrar un carácter abstraído y poco sociable.

> *mucho en esa definición y a estar en una especie de zona de confort en donde no estoy dispuesto a hacer otras cosas que salgan dentro de lo esperable, de lo que haría un nerd supuestamente entonces, tal vez ya no estuve tan dispuesto como antes a salir a fiestas, a hacer ciertos planes eh más, digamos movidos o que requieren más energía.* (Participante 2, comunicación personal, 2024)

Al percibirse perteneciente a cierta categoría social o a cierto grupo, se puede ser víctimas de la expectativa que tiene el otro sobre nuestra conducta, haciendo entonces que el sujeto filtre su conducta realizando solo el "comportamiento esperable" del grupo, aquel con el cual se identifica. Todo esto por mantener su posición de estatus dentro del grupo o incluso acentuar las diferencias que tiene con otros grupos con los cuales no pertenece.

Tafjel y Turner nos orientan un poco más en el sentido de nuestra afinidad con el grupo al que pertenecemos, es decir, el endogrupo, y nuestra comparación con otros grupos los cuales vemos como distintos, el exogrupo. Cuando pertenecemos a ciertos grupos realizamos constantemente comparaciones sociales con otros exogrupos para evaluar el estatus, tanto del grupo en comparación de otros, como de nosotros como miembros de este. Cuando esta comparación es positiva, el autoconcepto de la persona es positivo y, por tanto, se produce un alto prestigio. Por otro lado, cuando esta comparación resulta ser insatisfactoria, producirá bajo prestigio y por lo tanto el sujeto miembro de este grupo comenzará a movilizarse para mejorar su identidad Canto Ortíz & Moral Toranzo, 2005).

Es así como por medio de nuestra identificación con el grupo podemos caracterizar nuestro comportamiento hacia unas conductas más estereotipadas propios de la identidad social de nuestro grupo y asimismo, acentuar las diferencias que tenemos con los demás. Por tanto que, la identidad social y el rol den otro dentro de la misma resulte tan importante a la hora de describirnos a nosotros mismos, ya que al estar en constante contacto con los demás nos resulta cercano entonces nuestra identificación con grupos, y así, comportarnos de cierta manera.

Por otro lado, encontramos personas que al definirse a sí mismas comienzan a enlistar sus cualidades, como el caso del participante 1, donde narró: *"(…) soy una persona responsable, muy comprometida con lo que hace, alegre*" (Participante 1, comunicación personal, 2024), es así como los individuos se definen a sí mismos en cuestión de cómo se identifican realizando tareas o actividades, siendo esta una parte importante de la definición de sí mismo, ya que en nuestra

vida diaria, el ejecutar un trabajo, tarea o actividad es algo usual y hace parte esencial de nuestra vida.

Asimismo, la participante 4 respondió a la pregunta sobre definirse a sí misma: *"(...) yo me defino a mí misma como una persona muy creativa (...) como una persona muy expresiva, que suele comunicar mucho."* (Participante 4, comunicación personal, 2024), algo similar a la anterior, sólo que en este caso está la variable que se ayuda a contestar esa pregunta teniendo en cuenta el cómo se relaciona con las demás personas, aludiendo a que es muy expresiva, creativa y que se comunica mucho, podemos concluir que al relacionarse con otras personas esos son los adjetivos con los cuales se identifica, por lo que también el papel del relacionamiento con otros hace parte importante de la construcción de la identidad.

Por último, tenemos al participante 3, quien señaló que: *"(...) siento que soy una persona muy creativa, una persona amable, sincera, tímida, noble."* (Participante 3, comunicación personal, 2024). Siendo estos últimos una serie de adjetivos con los cuales, similar a los anteriores, en su proceso de relacionarse con otras personas y con las actividades que realiza encuentra en esas palabras la forma de definirse a sí mismo.

Pero, ¿qué tienen en común todas estas respuestas frente a la tarea de definición de sí mismos? Todas las respuestas entran en la configuración de la identidad de la persona, es decir, en cómo ellos se perciben y a la vez cómo creen que los perciben los demás, ya que en el proceso de construcción identitario está también implicada la mirada del otro, el cómo esta otra mirada los enmarca en cierto rol o grupo social. Poner en palabras la esencia de uno mismo es una tarea compleja de realizar, por esto los participantes comenzaron realizando la descripción de sus cualidades o adjetivos más significativos de sí mismos. ¿Qué nos hace distintos o semejantes a los demás? ¿Es la forma cómo nos comportamos y cómo pensamos? Por eso mismo la respuesta más encontrada en los participantes fue comenzar a enlistar un conjunto de adjetivos con en cuales percibían que encajaban, pero es entonces cuando nos preguntamos si nos comportamos de la misma manera en todas las situaciones o contextos donde nos desenvolvemos, es decir, ¿pueden todas las personas con las que nos relacionamos percibirnos de la misma manera? El participante 2 cuestiona eso al señalar:

> *Yo tengo una postura frente a lo que uno normalmente piensa de personalidad, yo no creo que la personalidad sea una cosa que uno tiene y punto, sino que uno se comporta o*

> *piensa o siente en base a las personas o a la situación en la que uno esté rodeado.* (Participante 2, comunicación personal, 2024)

En este orden de ideas, es posible pensar en una identidad dinámica o contextual en la cual dependiendo del grupo social en el que se encuentre, se puede comportar de una manera u otra. Esta identidad dinámica funciona de manera que en distintos escenarios o ante distintas personas es posible comportarse de una u otra forma, sin dejar de ser sí mismos. Nuestra conducta puede cambiar debido. Un individuo, por ejemplo, puede actuar o comportarse de una forma distinta en un ambiente laboral a otro de fiesta, esto debido a que el contexto exige ciertos comportamientos que son aceptados o no en determinados espacios. Asimismo, la persona puede comportarse distinto para obtener cierto tipo de beneficios o querer generar una percepción de sí mismo distinta en los demás para así obtener una impresión distinta a la que usualmente está acostumbrado.

Es entonces gracias al contexto que definimos nuestra conducta y por tanto nuestra personalidad, claro, sin dejar de ser nosotros mismos. Ya que nuestra naturaleza identitaria nos permite tener cierto tipo de flexibilidad que amplía nuestro espectro de conducta y, por tanto, nos desenvolvernos en estos espacios de manera adaptativa, sin dejar de ser nosotros mismos. Teniendo en cuenta el contexto o escenario en el que nos desenvolvemos, así como también la forma en la que queremos relacionarnos con los demás, y el cómo deseamos que los demás nos perciban es como se construye nuestra identidad, nuestro sí mismo, aquello que nos caracteriza y diferencia de los demás. Goffman (2012) nos puede acercar a entender esta problemática cuando señala 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 que realiza tendrá las consecuencias que en forma implícita pretende y que, en general, las cosas son como aparentan ser. (p. 31)

Pensando entonces que nuestro comportamiento o nuestro actuar se realiza como un papel que, dependiendo del público, podemos interpretar de una forma u otra. Es una máscara que al

final se convierte en una representación que hemos formado de nosotros mismos, y que al final, según Goffman (2012) se vuelve en nuestro "sí mismo… el yo que quisiéramos ser" (p. 34).

Al interpretar estos roles durante nuestra vida diaria es que nos vamos conociendo y, por tanto, construyendo nuestra identidad y sí mismos, por lo que llegamos a respuestas como las que nos narraban los participantes, adjetivos, cualidades, palabras, entre otros.

Asimismo, Goffman (2012) explica que mientras el individuo hace su actuar frente a su público, este ya sea de forma consciente o inconsciente intenta que los demás le atribuyan lo que él quiere transmitir. El "sí mismo", según este autor, es entonces cierto tipo de imagen que la persona quiere representar en su actuar, transmitiendo por medio de esa actuación como él quiere ser percibido y asimilado. Es entonces en ese juego con el público que la escena toma tanta importancia, ya que no es sólo la actuación del individuo lo que se juzga, sino también su actividad. Son los establecimientos sociales, y en este caso, el público el que forma ese "sí mismo" del actuante.

De ahí que el papel del otro sea tan importante en la construcción de la identidad, porque al ser seres sociales la percepción, aprobación y relación con el otro toman un rol importante en nuestro sí mismo, convirtiéndolo en una serie de vaivén entre lo que percibe el individuo por sí mismo y lo que cree percibir de los demás.

Evidenciando una de las tantas utilidades de separar esos contextos, el participante 2 narra que:

> *(…) lo que pasa es que tiendo a separar mucho los ambientes, tal vez los separo yo mismo artificialmente, eso no necesariamente digo que sea contrario las cosas, sino tal vez es decisión propia separarlos porque no sé, puede ser que reciba cualquier beneficio de estar separando esos ambientes, como dije al inicio, no quería tener ciertas conversaciones sobre videojuegos o sobre componentes de computadoras, entonces me servía separarlo, era útil eeh, tal vez quiero evitar ciertas preguntas personales dentro de un ambiente profesional, entonces en el ámbito profesional me comporto de una manera diferente.* (Participante 2, comunicación personal, 2024)

Es gracias a este relato que entendemos que podemos llegar a diferenciar nuestra conducta en distintos espacios, también podemos llegar a reservarnos cierta información con cierto tipo de

personas. En este caso, para evitar tocar ciertos temas que pueden no ser de utilidad para la interacción o porque, por otro lado, queremos ocultarlos porque no serían bien percibidos por los demás.

Es aquí donde se toma un rol más importante esa percepción que queremos dar a la otra persona, donde siempre se quiere enseñar la mejor parte de sí mismo y ocultar aquella que puede no parecer del agrado de los demás. En ese mismo sentido, el relato del participante 3 encontramos lo siguiente:

> *(…) creo que era como mi escape donde como que ahí sentía que podía ser yo, eso puede ser por muchas consecuencias creo que de las primeras que se me vienen en mente es porque por el tema pues de la homosexualidad, yo en Guatemala es uno de los países como más cerrados en el tema LGTB entonces como que no podía expresarme como yo quería, no podía ser yo, estaba en un colegio de puros hombres entonces tenía que como mantener una figura como más varonil por así decirlo más seria, más callada.* (Participante 3, comunicación personal, 2024)

El prejuicio que cargan las personas de la comunidad LGBTIQ+ es también una de las causas por las cuales las personas ocultan cierta información, en este caso su sexualidad y expresión, haciéndolos sentir privados de su libertad, obligándolos a enmascarar su identidad sexual y aparentar ser mucho más masculinos, conservadores y similares a los demás. Todo esto con el fin de no ser víctimas de discriminación, no ser rechazados y poder relacionarse de manera adecuada con los demás.

Con respecto a este apartado de manipular u ocultar información a los demás, Goffman (2010) nos introduce el término “estigma”, referido a una característica física, tribal o mental que desaprueba el entorno social y dificulta el relacionamiento con la misma. Individuos víctimas del estigma por lo general encubren o enmascaran aquellos atributos y manipulan la información de forma tal que no permiten a los demás actores sociales acceder a esa información estigmatizante, todo esto con el objetivo de evitar el rechazo o descrédito que puedan ser víctimas si llegan a relevar esa información.

En este sentido, teniendo en cuenta el contexto y la importancia que le da el individuo a la percepción y aceptación de los demás, las personas víctimas del estigma pueden llegar a

manipular la información de forma tal que encubren o enmascaran esa parte de sí mismos para ganar beneficio particular. Esto se evidencia en el caso de algunos participantes donde ocultan información ya sea para encausar la conversación hacia temas de su propio interés como es el académico o profesional o, por otro lado, para ocultar su sexualidad y poder relacionarse con los demás actores sociales de manera efectiva.

En conclusión, en este apartado entendemos como el proceso de construcción y expresión de la identidad es algo complejo donde no sólo involucra mirarnos a nosotros mismos, sino también la mirada del otro, donde en nuestro juego de roles y teniendo en cuenta el contexto nos comportamos de una u otra manera. Actuando con diferente máscara y ocultando cierta información estigmatizante a los demás. Todos los roles que ocupamos en la sociedad nos hacen entonces enriquecer nuestra experiencia para así seguir construyendo nuestra identidad y por tanto, nuestro sí mismos.

Asimismo, entendemos que la construcción de sí mismos no sólo involucra variables individuales de la experiencia de la persona, sino también aspectos relacionales como la pertenencia a grupos, en las que, gracias a la identidad social, el sujeto puede incluir en su autodefinición, variables sociales como su pertenencia o no a determinado grupo o categoría social definida.

Es entonces en nuestra relación con las demás personas y el medio donde ocurre aquella interacción que nos comportamos de distinta manera, siendo así que en varios escenarios puede haber una diferencia entre estos roles identitarios que nos caracterizan. Por otro lado, puede haber cierta sinergia entre ellos, por lo cual hay que prestar atención a esas conductas y la razón por la cual nos comportamos de esa manera.

6.1.2 Diferenciación y gestión de roles identitarios

Una de las mayores preocupaciones de los sujetos en la sociedad es saber sí están ejecutando de manera adecuadas los roles en los diferentes contextos. Particularmente, en parte de los relatos narrados por los participantes de este estudio se evidenció una general preocupación por mostrar un rol profesional en contextos laborales, en especial cuando se abordó el tema del contenido compartido dentro de las redes sociales en relación con la manera con que

personas vinculadas al mundo profesional pueden acceder a ese contenido. Tal como lo narra la entrevistada 1:

> *Yo creo que uno en el mundo corporativo es completamente diferente, es otra persona, y así también se tendría que mostrar, pues, o sea, tiene que destacar más otro tipo de habilidades más técnicas y pues como más competencias a comparación de lo que destacaría no sé una persona en su perfil personal.* (Participante 1, comunicación personal, 2024)

Como se evidencia hay una problemática frente al rol que se asume dentro de las redes sociales, donde, por un lado, se encuentra el contenido de carácter personal que se suele compartir en un perfil personal de redes sociales, mientras que, por otro lado, se encuentra la aproximación de un futuro profesional, donde la persona se encuentra en la encrucijada de si mantener o modificar ese contenido que presenta dentro de sus redes para asumir un rol mucho más serio en relación con su perfil profesional.

En consecuencia, según los relatos de los participantes una parte de los jóvenes y adultos hoy en día tienden a realizar el esfuerzo de pensar dos veces antes de compartir cierto contenido dentro de sus redes, al ver tan cercano un futuro profesional se ven presionados a comportarse entonces como unas personas más formales, serias, profesionales e íntegras. Dejando de lado entonces tópicos que pueden ser malinterpretados por sus compañeros de trabajo.

Por lo tanto, se presenta entonces un inminente conflicto entre roles, por un lado, está el contenido y comportamiento que se realizaba desde su cuenta personal y, por otro lado, el rol profesional que deben asumir para evitar conflictos en el trabajo y, a la vez, mejorar su estatus y prestigio.

Y es que el mundo laboral, y sobre todo el corporativo, al ser tan agresivo, requiere entonces de un sumo cuidado de la expresión de la identidad dentro y fuera de las redes sociales, ya que, al ser almacenada la información dentro de internet, da la oportunidad a mantenerse allí durante bastante tiempo y puede, eventualmente ser malinterpretada por uno o más usuarios que pueden o no ser parte del trabajo donde se emplean y generar repercusiones en su carrera laboral.

En ese sentido, el participante 2 relata que:

> *Hace poco me preguntaba ya que uno entra en áreas laborales y que tiene que mostrar un rol profesional, eh es difícil conciliar esa vida completamente personal con la vida profesional. Porque en un ámbito profesional normalmente tiende a ser mucho más serio a expresar son ciertas opiniones y no otras.* (Participante 2, comunicación personal, 2024)

Esto evidencia la gran brecha que se encuentra entre ejercer un rol personal, alineado a nuestras aspiraciones y actividades por fuera de lo laboral. Por otro lado, la vida profesional que, en palabras del entrevistado, *"normalmente tiende a ser mucho más serio"* (Participante 2, comunicación personal, 2024). Así pues, hoy en día se evidencia más dentro de las redes sociales una cierta autocensura o limitación de expresión de la identidad debido a razones laborales. Víctimas del miedo a ser malinterpretados y posteriormente denunciados públicamente, se piensa dos veces antes de publicar algún contenido de interés que se quiera compartir por dentro de las redes sociales.

Tal como el caso que nos relata el participante 3, donde expresa que a la hora de usar su perfil profesional con el que labora dentro de las redes sociales que:

> *Pero obviamente tengo que cuidar un poquito mi lenguaje. No puedo expresarme como 100%, porque hay temas más delicados, como la religión, como la política. Otros temas que, pues, que obviamente no están al alcance. Entonces, como que me reservo mucho y solo hablo de lo que es skincare*[3]. (Participante 3, comunicación personal, 2024)

Son las redes sociales entonces un medio en el cual, gracias a su variedad de público, se dificulta expresar la identidad con total libertad. Ya que al ser una red pública y al no darse un contexto específico del por qué se compartió cierto contenido, queda entonces abierta la interpretación del usuario y pueden surgir malentendidos, conflictos e incluso denuncias públicas llamadas, en la actualidad, funas[4]. Es por ello por lo que muchos usuarios optan por autocensurar sus contenidos dentro de las redes, impidiendo así la libre expresión de su identidad dentro y

[3] Es el acto de cuidar la piel mediante el uso de distintos productos y técnicas específicas con el objetivo de mantener la piel sana y limpia.
[4] Se refiere al acto de denunciar públicamente una persona o entidad que ha cometido una mala acción o un crimen.

fuera de las mismas, en este caso, en el ámbito laboral, para mostrar una imagen más profesional y evitar problemas.

Para ilustrar de mejor forma el término de autocensura dentro de las redes sociales, Dans (2014) nos acerca a esta problemática y narra que a medida que el público o audiencia que percibe nuestra información en internet aumenta, también se acrecienta nuestra autocensura y, por tanto, la cantidad de información que se está dispuesto a compartir disminuye. Esto gracias a que, si se comparte un contenido con un familiar, amigo o conocido, nuestras opiniones e ideas pueden ser expresadas con mayor facilidad, esto gracias a que tenemos un nivel de confianza y afinidad con la persona con la cual compartimos aquella información. Mientras más se aumenta el nivel de exposición de aquella idea o contenido, menos control se tiene sobre la impresión que puede generar el material o el contenido compartido.

Es por ello que, al estar familiarizados con las redes sociales, muchas veces se piensa dos veces antes de publicar cierta clase de contenido, sea personal, laboral o de cualquier otra índole, debido a que el control que se tiene sobre la interpretación de aquel contenido se deja en manos de un posible desconocido, gracias a que las redes sociales son en su mayoría públicas. Al entrar en juego el contexto en el cual se compartió ese material, puede que en un entorno más personal o próximo se puedan aclarar, explicar o matizar las cosas, mientras que si se habla de un entorno como las redes sociales que, aunque permiten también matizar y explicar cosas en los comentarios, en muchas ocasiones pueden quedar alejadas del contexto original y generar malentendidos (Dans, 2014).

Incluso se puede llegar al punto en que, la brecha entre un rol profesional y otro más personal sea tan grande que se recurra al caso de ocultar el perfil personal de redes sociales al público laboral, es el caso por ejemplo de la participante 4, la cual expresaba que:

> *Yo estoy a 5 días de graduarme como psicóloga entonces si yo decidiera ser psicóloga no podría compartir mi perfil personal con gente porque daría una percepción de poco profesionalismo o seriedad y más esa carrera, pues la naturaleza de la psicología no me permitiría que conozcan como ese lado un poco satírico gracioso.* (Participante 4, comunicación personal, 2024)

Esto es problemático debido a que limita la libertad de expresión de la identidad dentro de las redes, fomentando la autocensura por el miedo a ser malinterpretado por algún receptor de la información en la red. Obligándolos entonces a crear un perfil profesional aparte y llevar oculta su identidad personal, más que la profesional. Todo por un interés en conservar un trabajo, generar una buena impresión en los demás o evitar conflictos más adelante.

Y es que, con respecto a lo empresarial, la vigilancia digital hoy en día está a flor de piel, con el aumento de la popularidad de las redes sociales como Facebook, X, Tiktok, entre otros, los analistas de recursos humanos al hacer un proceso de selección, también se fijan en los perfiles de redes sociales de los candidatos. Y es que según un estudio realizado por Bumeran, citado en el artículo de El Cronista (2024), las empresas ahora ponen más relevancia a la presencia digital de sus colaboradores. El 62% de los expertos consideró que los comentarios o publicaciones pueden repercutir en la imagen y cultura de la organización. Y el 32% de los especialistas dijeron que si encontraban que una publicación en redes afectaba la imagen de la empresa, tomarían medidas al respecto. Es por ello por lo que no es para nada ajeno esperar que los aspirantes a un puesto profesional ahora tomen precauciones a la hora de publicar o compartir contenido dentro de sus redes sociales.

Por consiguiente, es importante gestionar nuestro perfil dentro de las redes y saber expresar nuestra identidad de manera que no haya posibilidad de ser malinterpretada, ya sea cuando se sube un contenido de carácter personal o se comparte algo que se llamó la atención. Asimismo, es crucial pensar que, al autocensurarnos, estamos afectando por tanto nuestra libertad de expresión en la red, lo cual es problemático. Aunque, también se debe pensar en que, si es una red social pública y se tiene un público que ve constantemente lo que publicamos, es nuestra responsabilidad tomar las precauciones necesarias para que cualquier contenido que se comparta por este medio, sea debidamente comprendido sin posibilidad abierta a la malinterpretación de este.

Después de todo, es posible pensar en que tanto el rol profesional como el personal, son posibles llevar de la mano sin necesidad de separarlos, eso sí, teniendo en cuenta el contexto en el cual se piensa interactuar y también los actores que se verán allí involucrados, así pues que se debe tomar las medidas necesarias para que, en medida que nos relacionamos por medio de las redes sociales, no se tenga la sensación de estar coaccionado a decir o expresar determinadas cosas y no otras, sino que se tenga una armonía tal que permita un perfil construido de manera

integral, combinando variables personales y profesionales. O dado el caso, usar redes sociales específicas para los ambientes laborales como el caso de LinkedIn específicamente para cuestiones laborales y profesionales, mientras que otras como Facebook, Instagram o Twitter (X) como perfiles más personales.

En definitiva, cuando se construye y gestiona la identidad tanto por medios digitales como offline es crucial tomar las precauciones necesarias para que, en medida que nos auto conocemos y relacionamos con los demás actores sociales, podamos expresar y establecer lo que será nuestra identidad.

6.1.3 Construcción de la identidad digital

A propósito de la identidad, al ser fluida y dinámica, se puede manifestar en múltiples medios. Así esta se ve reflejada por los medios convencionales, es decir, en las relaciones directas (cara a cara) con otras personas, y también se encuentra una expresión de la identidad *online* o digital, la cual se construye y expresa por medio de la Red. Esta identidad digital se comprende como aquel conjunto de características de una persona en el ciberespacio, esto es, los contenidos que comparte dentro de la red, su historial, pertenencia a comunidades digitales, comentarios, entre otras actividades digitales que, en conjunto, forman la identidad *online* del individuo (Huang et al., 2021; Kim et al., 2011; Ospina Salazar, 2018; Pérez Subías, 2012). En este sentido, el contenido que se comparte, ya sean fotos, vídeos, comentarios, *likes*, comunidades a las que se pertenece y demás, hacen parte de la identidad digital del individuo, que, en este caso, se hace por medio de las redes sociales.

Las redes sociales, al ser una plataforma de difusión pública y abierta, suele convertirse en un medio para que los usuarios compartan actividades de su vida, estas pueden ser desde una historia con una foto o vídeo enseñando donde salieron a comer, hasta compartir contenido relacionado a las emociones o situaciones que están pasando, sirviendo todo este material como construcción para la identidad digital.

Ejemplificando lo anterior, la participante 1 describe que usa las redes sociales de la siguiente forma:

> *En Twitter, publico tweets o veo, pues, contenido. O hablo también con alguien por ahí entonces, envío, pues, como memes y cosas de esas. En Instagram, pues, más que todo como para ver fotos. En WhatsApp, pues, lo uso para trabajo y, pues, como para hablar también con las personas conocidas. Y TikTok, pues, no, también para ver contenido, principalmente.* (Participante 1, comunicación personal, 2024)

Es así como las redes sirven para gran cantidad de propósitos. Se puede hacer uso de ellas como espacio profesional o laboral, o como medio de entretenimiento para ver memes, chatear con personas o simplemente ver contenido variado que nos enseñan estas plataformas. De aquellos contenidos que se comparten dentro de la red me gustaría destacar, en primer lugar, el hecho de compartir memes. Ya que dentro de las redes sociales es un fenómeno comunicativo que ha tomado gran relevancia en los últimos años debido a su rápida propagación, utilidad, y por ser una herramienta comunicativa para expresar tanto experiencias individuales como colectivas que se prestan también para identificarse con ellas.

Por lo tanto, los memes como contenido comunicativo dentro de las redes sociales, sirven como herramienta para identificarse con el mensaje o situación que está comunicando ese meme. Por lo que, al llegar a hacer parte de la identidad de la persona, esta puede percibir que su experiencia no es sólo algo individual por lo que está pasando, sino también, hacer parte de un gran cúmulo de personas que piensan o están atravesando una situación similar a la de la persona.

Asimismo, lo expresa la participante número 4, cuando, respondiendo a la pregunta sobre la intención de compartir memes, responde:

> *Pues yo suelo poner memes que no solo me he reído, sino que con los que me siento identificada. Y me pasa mucho que yo los pongo en historias, por ejemplo, y la gente, mucha gente me contesta como "si soy", "por dos", o como cosas así. Entonces no es como que yo solo me siente identificada. En realidad yo me siento identificada y yo lo pongo y ya. Pero porque yo digo, bueno, pues es mi portal, yo puedo ponerlo y ya. Quien quiera verlo. Él lo ve. Pero pasa mucho que la gente también se hace como una doble identificación. Como que también se identifican. Y es como que me identifica tanto que me da risa. Entonces lo publico.* (Participante 4, comunicación personal, 2024)

Es entonces que se evidencia que los memes, al ser una herramienta comunicativa en la red, pueden incluso llegar a crear comunidad, donde más de una persona se identifica con el mensaje que emite ese meme y, por tanto, crean una experiencia ya no individual, sino compartida. Es en este juego de emisor y receptor, que también se crea identidad, ya que nos permite explorar gustos, intereses, ideas compartidas con las demás personas, incluso llegar a crear grupos de difusión de memes.

Además, los memes, durante el proceso de construcción de la identidad, sirven como medio para expresar y encausar las emociones, al ilustrar de manera jocosa una situación difícil, esta puede servir como método de desahogo emocional para aquellas personas que atraviesan una situación compleja.

Tal es el caso de la participante 1, que debido a que tuvo una ruptura amorosa, los memes que comparte van en esa misma línea:

> *Estoy pasando por la tusa, entonces, pues, o sea, son como, no sé, son como frases muy, sí, son tristes. Entonces, son como, tipo, de esas de, no sé, viernes y yo así, entonces, apareció una niña tirada en la cama… Y como un montón de, sí, son cosas así, casi todas por el estilo. O alguna vez que otro, pues, alguna vez que otro meme existe, algo que esté tocando yo.* (Participante 1, comunicación personal, 2024)

Así que, de esta manera, los memes sirven como herramienta de desahogo emocional, a su vez, aportan a la construcción de la identidad tanto individual como social de la persona debido a que ayuda a identificarse con los demás gracias a que, al postear esos memes dentro de sus redes sociales, ayuda a la propagación de este contenido y se fomenta la interacción con las demás personas que pasan por esa misma situación.

Gonzáles Carmona (2017) nos acerca al fenómeno de desahogo emocional por medio de los memes, cuando en su investigación encuentra que emociones como la frustración o la tristeza son usados dentro de los memes como método de desahogo y expresión emocional, pues permite poner en palabras e imágenes lo que están sintiendo, estudiantes de una licenciatura pueden alivianar sus emociones y reírse de la situación que están pasando. Además, el hecho de hacerlo dentro de una red social permite el compartir sus emociones con las demás personas y sentirse, de

cierto modo, escuchadas o comprendidas, lo cual exalta el proceso de identificación con los demás al sentir que no están atravesando ese proceso solos.

También, la psicoanalista Fiorella Litvinoff sostiene que el humor es un recurso poderoso que los seres humanos usamos para atravesar momentos difíciles, esto debido a que aliviana esos acontecimientos que producen angustia y promueve el cambio de perspectiva hacia una más lúdica y menos dramática, afirma que "El humor aporta una expectativa favorable y nos brinda placer" (Infobae, 2020).

Es por ello por lo que en las comunidades virtuales por redes sociales es tan común ver memes, debido a que representan una herramienta comunicativa con un potencial enorme para los usuarios, donde además de compartir una idea, expresar una problemática o ejemplificar una situación cotidiana, sirve como medio para la construcción de la identidad de la persona que lo crea, comparte o comenta.

Ahora bien, habiendo profundizado en los memes como material de la identidad digital, también la información del perfil como lo es las fotos, vídeos o historias, hacen parte de la identidad digital. El participante 3 nos ejemplifica un poco más qué clase de contenidos comparte dentro de sus redes sociales personales:

> *Cuando es en historias comparto casi siempre, o cuando estoy saliendo con algún amigo, estoy con un grupo de amigos, algo que me hace feliz. Eh, cuando voy a algún restaurante, cuando estoy comiendo o un momento que digo que me hace muy feliz a mí, ya sea algún animal, algún paisaje, alguna comida o algún momento, ya sea con familia o amigos. Y ya en cuanto a los posts que son los fijos que se quedan en Instagram si es más que todo como fotos mías de lugares eh o de eventos.* (Participante 3, comunicación personal, 2024)

Este proceso de construcción de la identidad digital es enriquecido entonces por la experiencia subjetiva de la persona que publica el contenido. Sirviéndose de actividades que pueden ser de diversa índole, tal como personal, profesional, de ocio, entretenimiento, entre un largo etcétera. Es a través de las redes sociales que podemos explorar nuestra identidad de diversas formas, haciendo uso de las distintas herramientas como lo son publicar memes, una historia, comentar un post, todo aquello que nos pueda dar visibilidad a las demás personas

también nos permite por tanto explorar la identidad, validando la retroalimentación que los demás tienen sobre nosotros y haciéndonos una idea de cómo nos perciben dentro de las redes.

Ejemplo de ello es el caso de la participante 4, quien narra que:

> *En mi Instagram. (…) hay mucha gente que me sigue y que no me conoce en la vida real. Sino que sabe que soy una persona que comparte memes. Ah, bueno. Porque otra particularidad es que yo comparto memes todo el día. Pero casi todos son... Tienen un gato. Entonces es shitpost[5]con gatos por ejemplo. Entonces yo siento que eso también ha construido una clase de personaje digital. Porque yo sé que hay mucha gente que no me conoce. Que yo sé que me sigue, pero que... pues y que le da like a mis historias de gatos. Entonces es como que... Saben que es una persona que le gustan los gatos y comparte cosas charras de gatos. En fin. Entonces sé que hay gente que me sigue por eso. Y que sin querer he construido como un poco esa identidad.* (Participante 4, comunicación personal, 2024)

Y es que, en la construcción de la identidad, en este caso digital, también entra la mirada del otro. Según Lardies y Potes (2022), "la validación de la identidad transcurre hoy en día a través de una pantalla, ya que los perfiles creados en las redes sociales ofrecen un lugar para la exploración de la identidad y la exposición del yo" (p. 5). Los usuarios exhiben la identidad de manera que los demás perciben la imagen que ellos quieren enseñar.

Lardies y Potes (2022) introducen la idea de que los jóvenes ahora buscan atención y aprobación por parte de sus pares y usan las redes sociales como medio para narrar sus vidas, usando fotos, vídeos, posts, etc. La mirada del otro influye en los usuarios de manera que, buscando *likes*, compartir o comentar, se vuelven influyentes en el autoconcepto de la persona, de acuerdo con la retroalimentación recibida.

Asimismo, Morán-Pallero y Felipe-Castaño (2021) en su estudio introducen que las redes sociales sirven como contexto favorable para que los adolescentes exploren su relación con los grupos y sus pares, con una desventaja, y es que mientras los jóvenes continúan con su construcción del autoconcepto dentro y fuera de la red, estos pueden resultar distintos, afectando

[5] Publicación en internet que es de mala calidad, irónica o graciosa.

la visión que puedan tener de ellos mismos y confundirlos. Debido a que ahora no sólo cuentan con las exigencias sociales y cotidianas de la vida cotidiana, sino que también hay que añadirle las exigencias del mundo digital, tal como la apariencia o la popularidad, que al final pueden influir en su formación de identidad (Morán-Pallero y Felipe-Castaño, 2021).

En la construcción de identidad el rol del otro es importante, así pues, la identificación con sus pares y los grupos es fundamental. El estar inmerso en una comunidad o grupo *online*, beneficia la construcción de la identidad, aumentando así la percepción de pertenencia e identidad con el grupo. Aunque, por otro lado, también los usuarios buscan la aceptación del otro, transformando su perfil en una serie de espectáculo para los demás internautas, exteriorizan por medio de las redes lo mejor de sí mismos para responder a la demanda constante de los demás, queriendo su aprobación Lardies & Potes, 2022; Wängqvist y Frisén, 2016).

En esa expectativa del otro dentro del relacionamiento con los demás se puede llegar a ser selectivo con la información que se comparte dentro y fuera de las redes sociales, algunos usuarios ocultan datos personales por cuestiones de privacidad, otros pueden hacerlo para no sentirse estigmatizados por miembros de su endogrupo, mientras que algunos pueden llegar a crear contenido que los beneficie en algún u otro aspecto. Por otra parte, las redes sociales también sirven como un medio para que las personas se expresen con libertad y exploraren nuevas facetas de su identidad.

Tal es el ejemplo del participante 3, quien narra dentro de su experiencia con las redes sociales que:

> *Creo que era como mi escape, donde como que ahí sentía que podía ser yo, eso puede ser por muchas cosas, creo que de las primeras que se me vienen en mente es porque por el tema pues de la homosexualidad, yo en Guatemala es uno de los países como más cerrados en el tema LGTB entonces como que no podía expresarme como yo quería, no podía ser yo, estaba en un colegio de puros hombres entonces tenía que como mantener una figura como más varonil por así decirlo más seria, más callada, pero como que en redes sociales como que me daba cuenta que había personas como yo y que no estaba mal y que era normal y como que ahí empezaba como que a hablar más con las personas, tener otras actitudes que me hacían bien y por eso como que conectaba más con esas personas.* (Participante 3, comunicación personal, 2024)

Y es que las redes sociales tienen un potencial enorme para las personas que desean explorar facetas de su identidad que, en el mundo real, serían difíciles de abordar. Esto debido a que la conexión con pares nunca había sido tan sencilla, se encuentra a un clic de distancia cualquier persona con la que se desee relacionar. Asimismo, los grupos están a la mano de los usuarios, permitiéndoles construir experiencias conjuntas con los demás usuarios, enriqueciendo sus vivencias para así explorar nuevos aspectos de sí mismos. Estas plataformas permiten tener una cierta independencia y libertad de la mirada de los padres Lardies & Potes, 2022; Wängqvist y Frisén, 2016).

En cuanto a la autopresentación del yo virtual y los contenidos que dentro de estas redes se comparte, Goffman (2012) nos habla de las máscaras que usamos y en cómo somos actores para las demás personas, aquí las redes sociales funcionarían como un escenario, donde al actuar se brinda un performance a los demás usuarios. Cada actuación que se hace tiene un *feedback*, que posteriormente los actores tomarán en cuenta para perfeccionar su performance y adaptarlo para que el público le guste, gestionar las impresiones del público (Wängqvist y Frisén, 2016; Lardies y Potes, 2022).

Y es que, en un mundo digitalizado, el *feedback* y el reconocimiento por parte del otro hace parte fundamental de la construcción de identidad de los individuos, esto gracias a que permiten la autoafirmación y desarrollo de sí mismos Lardies & Potes, 2022). Puede esto explicar por qué algunos usuarios dentro de las redes sociales se preocupan por la imagen que dan hacia los demás dentro de las redes sociales, procurando mostrar lo positivo o llamativo que les acontece en sus vidas.

El participante 3 nos acerca más a esta idea, cuando a la pregunta si se conoce a la totalidad de la persona o solo una parte dentro de las redes sociales, responde:

> *Eh, no, solo una parte, ya sea en cualquiera de las dos redes que tengo, siempre va a ser una parte, porque obviamente es lo que queremos mostrar en redes sociales. No es raro que una persona muestre cuando está llorando, cuando está enojado, cuando tiene algún problema, entonces obviamente conocen como el lado cool de X, el lado chévere, el lado que todos quieren ver. Entonces obviamente sí, no tengo que fingir ser otra persona, pero*

> *nunca van a terminar de conocer alguien en redes sociales.* (Participante 3, comunicación personal, 2024)

Y es que las redes sociales, con su gran cantidad de herramientas para publicar, compartir y comentar, nos da la oportunidad de ser selectivos en relación con los contenidos compartidos. Filtrando y pensando dos veces antes de publicar, algunos usuarios quieren dar una buena impresión a los demás, donde solo destacan momentos llamativos o felices que ellos perciben que puede llamar la atención de los demás y mostrarse entonces como una persona digna de conocer e interactuar. No se suele mostrar entonces acontecimientos malos o problemas por los que esté pasando la persona, ya que estos con frecuencia no generan mayor impacto en los públicos a los que los usuarios quieren apuntar. Por lo tanto, en su afán por querer mostrar lo mejor de ellos, usan las redes sociales como medio para publicitar solo hechos positivos en sus vidas y llamar la atención de los demás. La participante 4 también nos habla de esto cuando narra que:

> *Yo solamente comparto como cosas felices momentos felices o cosas que me que quiero como conservar ahí en la plataforma, (…) creo que en cierta medida todos usamos las redes como para mostrar una parte que queremos mostrar, nadie va a mostrar la peor parte de si en una red social o pocas personas pues.* (Participante 4, comunicación personal, 2024)

Por lo tanto, puede resultar problemático si pensamos entonces que las redes sociales se inundan de sólo eventos célebres y, por tanto, los problemas o acontecimientos negativos no se les dan lugar. Por lo que si algún usuario se alienta a narrar un suceso que sea contrario a lo que tradicionalmente se ve por internet, puede resultar siendo percibido como alguien pesimista o que quiere llamar la atención.

Según Lardies y Potes (2022) los usuarios suelen compartir aspectos positivos de su identidad, “en función de cómo quiere que los otros lo perciban” (p. 9). Se usan herramientas para editar fotos, se esconden los defectos con las *apps*, y se edita, por tanto, la auto representación. Algunos usuarios documentan su vida diaria con el objetivo de mostrar que sólo pasan momentos felices, evitando publicar acontecimientos negativos pensando que: si no están,

no existen. Mientras que otros publican absolutamente todo lo que les acontece, perdiendo entonces el límite entre lo público y lo privado.

¿Es entonces nuestra biografía o perfil en redes sociales una fiel representación de nosotros mismos?, esta pregunta implica explorar nuestro autoconcepto e identidad. Esta misma pregunta se realizó durante el ejercicio de entrevista y se obtuvo algunas respuestas interesantes. La participante 4 señala:

> *En redes sociales tú publicas o te muestras como tú quisieras verte, entonces lo que uno publica lo que uno muestra de sí es como uno quisiera verse o que los demás le vean a uno mismo desde los ojos externos. Yo digo que las redes sociales son una herramienta muy útil para conocer gente, para crear comunidad, pero nunca van a ser 100% reales, porque en realidad siempre estamos buscando como una parte de sí mismos que no deja de ser solo una pequeñísima parte, pues como del yo.* (Participante 4, comunicación personal, 2024)

Es así como entendemos que, para algunas personas las redes sociales son percibidas como espacios para expresar y explorar la identidad, permitiéndoles conocerse a sí mismo, mientras que se muestran como siempre lo han soñado a los demás. Poder conocer a sus pares, formar parte de grupos, compartir y construir vivencias juntos, así se construye la identidad. Sin embargo, aunque las redes dan una inmensa gama de oportunidades de exploración de la identidad, esta puede ser sólo una pequeña parte de esta, ya que, aunque se comparta contenido que se es similar a lo que se piensa *offline*, la interacción no será igual a como lo es cara a cara, es decir, en persona.

Hay adolescentes que suelen procurar que su perfil dentro de las redes sociales sea acorde a su auto representación, es decir, que sea auténtico con lo que ellos perciben de sí mismos, tal como son Lardies & Potes, 2022). Además, en un estudio que realizaron Castañeda y Camacho (2012) con estudiantes universitarios, se encontró que en una puntuación del 1 al 10, a la pregunta si su "yo" en las redes reflejaba su "yo" real, se obtuvo una media de 7,6 concluyendo que los estudiantes sí creen que son ellos mismos mediante las redes sociales.

Asimismo, la participante 1 señaló que el contenido que comparte en redes sociales la representa en un 80%, y no en un 100% debido a que, *"hay cosas que (...) yo no voy a compartir*

yo no voy a compartir como duermo o que me pongo o que hago en el trabajo todos los días, no, comparto cosas muy banales entonces" (Participante 1, comunicación personal, 2024).

Y es que, dentro de las redes sociales, tal como se expresó anteriormente, hay personas las cuales suelen compartir toda serie de acontecimientos que suceden en su vida diaria, mientras otros optan por la privacidad y ser más reservados y selectivos con lo que comparten por este medio.

Por otro lado, expresa el participante número 2 nos narra que, si se conoce sólo una parte o la totalidad de la persona dentro de las redes:

> *Si alguien mira en redes como escribo o en general cómo me expreso, o qué tanto hablo, creo que se va a sorprender cuando me ven en persona y luego soy tan diferente, entonces en redes también están conociendo una versión diferente a uno mismo.* (Participante 2, comunicación personal, 2024)

Por lo que se da un patrón donde los adolescentes y adultos jóvenes que usan las redes sociales perciben que, no es muy diferente como son *online* y *offline* de las redes sociales, aunque aun así, no deja de ser sólo una parte por lo que comentamos anteriormente y es que, algunos usuarios pueden tomar ventaja de las herramientas de las redes sociales para publicar sólo acontecimientos positivos de su vida dejando de lado las experiencias negativas dando una falsa pantalla de que todo está bien, también hay otros usuarios que no suelen compartir todo por lo que pasan en su día a día, y otros perciben que, aunque su vida *offline* y *online* son similares, no son la totalidad de ellos. Así pues, que las redes sociales sirven como un medio para explorar y expresar la identidad de una forma más liberal, sin ser la totalidad de la persona. Ya que la totalidad del individuo es el conjunto de todos los aspectos identitarios y medios por los que se moviliza la persona, así que, si se le quiere conocer en su totalidad, habría que conocerlo en todos estos sentidos.

6.1.3.1 La identidad prefabricada en las redes sociales

Con la introducción de las redes sociales, los usuarios adquirieron habilidades digitales que les permitieron explorar su identidad dentro de estas. Compartir y crear contenido en redes

implica entonces que gran cantidad de usuarios pueda ver este material, por lo que, en respuesta de esto y, teniendo precaución en lo que los demás puedan percibir de la persona, se piensa dos veces antes de publicar algo dentro de sus redes sociales, siendo lo positivo lo más llamativo y la opción más viable para enseñar a los demás.

Acercándonos un poco más al fenómeno de lo que los usuarios enseñan y lo que no en de las redes sociales, el entrevistado 3, responde que, refiriéndose a su perfil tanto profesional como personal en las redes:

> *En las dos siempre muestro, como lo positivo, eh entonces, eh pues es raro que muestre como algo negativo y si lo muestro, pues lo muestro en closefriends, eh donde tengo como mis verdaderos amigos o las personas que yo quiero mucho, que les tengo mucha confianza, pero tampoco me gustaría como que las personas conozcan como todo de mí.* (Participante 3, comunicación personal, 2024)

Las redes sociales al ser un medio público para los usuarios, los creadores de contenido o las personas que comparten experiencias de sus vivencias en el día a día, suelen ser precavidos con lo que enseñan. Ya que esta información se almacena dentro de la plataforma y puede ser vista por una cantidad inmensa de usuarios, es por ello por lo que algunos de ellos aprovechan para mostrar "su mejor cara" dentro de las mismas, para así dar una buena impresión a los demás y agradarles mucho más a sus pares.

Y es que, aunque en investigaciones recientes se ha encontrado que los jóvenes no distinguen entre su identidad *offline* y *online*, perciben que en ambas se comportan de la misma manera (Castañeda & Camacho, 2012; Hernández-Orellana et al., 2021). Es cierto que, en otras ocasiones, por ejemplo, cuando se habla de citas por internet, a diferencia de las MUD o las *Chat Room* que se refería Turkle (1997) en su momento (donde las salas eran principalmente anónimas y se hacían juegos de rol), estas plataformas de citas están diseñadas para facilitar el intercambio de la información personal de los usuarios, tales como fotos, el género, la edad, la ubicación, etc. Resultados de estudios demostraron que en estas plataformas se suele diferir la identidad expresada por estos medios, en comparación con la identidad que se da en relaciones cara a cara (Ellison et al., 2006). Asimismo, en investigaciones en Facebook, se encontró que la identidad expresada por estos medios parecen ser identidades socialmente deseables, que las personas

aspirarían a tener en la vida fuera de línea pero que por una u otra razón no la obtienen (Zhao et al., 2008).

Las herramientas dadas por estos sitios permiten que los usuarios modifiquen información a su antojo, haciendo uso entonces de la identidad prefabricada, definida por Gardner y Davis (2014), como aquella identidad digital que se desarrolla y se presenta de modo que transmita una imagen positiva y agradable de la persona. Es posible entonces que, gracias al uso de estas herramientas digitales en la red, la identidad prefabricada se encuentra y se configura en relación con perfiles e identidades digitales socialmente aceptables por la mayoría. Los usuarios no quieren ser percibidos llorando, desempleados, pasando por un mal momento, sino que al contrario, quieren ser personas que llaman la atención de los demás, enalteciendo sus logros y éxitos para ser percibidos de mejor manera por los demás, esto se evidencia en algunos de los relatos que se describieron anteriormente, donde los participantes narraban que usualmente prefieren mostrarse positivamente dentro de las redes sociales.

Las redes sociales al ser una plataforma que es usada por muchas personas se tornan bastante superficial si se quiere alcanzar cierto tipo de público, atraer a sus pares o simplemente hacerse notar. Al buscar la validación del otro, algunos usuarios buscan desesperadamente el reconocimiento y un buen estatus. Por lo que recurren a este tipo de estrategias de identidad prefabricada, y es que, aunque ambas facetas de la identidad (*offline* y *online*) pueden ser coherentes, estas no tienen por qué ser exactamente iguales. Gran parte del contenido que se comparte en redes es fruto de lo que experimentamos por fuera de ellas, es entonces el momento donde se decide qué compartir, qué no y de qué manera, que se puede hacer uso de esta identidad prefabricada para, de una manera artificial, ser más atrayente al público de su interés (Cantor-Silva et al., 2018; Cueva Torres, 2019; Gardner & Davis, 2014).

La participante 2 nos narra, con respecto a la pregunta sobre qué opina de las personas que manipulan la información dentro de las redes para "aparentar ser otra persona", que: *"Creo que en cierta medida todos usamos las redes como para mostrar una parte que queremos mostrar nadie va a mostrar la peor parte de si en una red social o pocas personas pues"* (Participante 2, comunicación personal, 2024).

Y es que en el afán de ser *influencers* o súper estrellas en la red, los usuarios pueden llegar la construcción de su propia identidad, donde exteriorizando constantemente lo que comparten en la red, se muestran entonces como un objeto de evaluación constante y

cuantificable (Gardner & Davis, 2014). Los *likes*, comentarios y reacciones de su post alimentan el ego de los usuarios de las redes sociales y dejan entonces poco espacio para la reflexión, introspección y construcción de su identidad en la red. Desperdiciando totalmente el potencial que representa las redes sociales en cuestiones de exploración de la identidad, queriéndose parecer más a un producto que a ellos mismos.

En conclusión, la identidad prefabricada puede ser vista por los usuarios con un potencial enorme para mostrarse como siempre han querido ser percibidos. Explorar facetas que de manera *offline* no son capaces de expresar por una u otra razón. Pero que al final es sólo una pantalla que maltrata la identidad de la persona por estos medios; es importante mostrar lo positivo, sí, pero la vida también se compone de momentos malos y no hay por qué avergonzarnos de ello. Hacer uso de este tipo de identidad prefabricada puede entonces configurar hacia los demás una falsa imagen del yo de la persona, que cuando se conoce en una interacción cara a cara, esta identidad puede cambiar y ser parcial o totalmente distinta. Hacer uso de las redes sociales para explorar la identidad es beneficioso para la misma, más hay que tener precaución de usar de manera incorrecta las herramientas para modificar el contenido que se comparte en las mismas.

6.2 Construcción, gestión y seguridad de la identidad en redes sociales

Las redes sociales son una herramienta con un potencial enorme para explorar facetas de la identidad que, en un entorno *online*, puede tener mayor dificultad para desarrollarse. Pero así como brinda facilidades para desarrollar y construir un perfil como lo desee el usuario, también se encuentran riesgos dentro de estas plataformas. Desde suplantaciones, robo de información, afectaciones a la privacidad y otras desventajas que son propias de las redes sociales. Es importante que los usuarios sean conscientes de los usos que les dan a estas plataformas, para aprovechar al máximo la herramienta sin que se vea vulnerada su privacidad y seguridad.

Gestionar la identidad digital por medio de las redes sociales puede sonar una tarea compleja, pero teniendo en cuenta las precauciones necesarias de privacidad, seguridad y responsabilidad con lo que se comparte, se tendrá entonces un buen desarrollo del perfil dentro de estas plataformas. En este apartado se harán algunas consideraciones sobre la seguridad, gestión y construcción de la identidad digital por el medio de las redes sociales.

6.2.1 Usos y funciones de las redes sociales

Actualmente el uso de redes sociales es más que habitual y es sabido estas permiten la construcción de perfiles que, en función del objetivo deseado, posibilitan compartir unos contenidos u otros para expresar y desarrollar su identidad por medio de la plataforma. Asimismo, existen diversas redes sociales que están específicamente enfocadas para un sector en particular, por ejemplo, LinkedIn que es una red social dedicada a contenido corporativo y laboral; Instagram para compartir fotos y vídeos de la vida diaria o emprendimientos; Facebook para biografías y comunidades; X para compartir estados, fotos, vídeos y enterarse del contexto internacional; YouTube para subir y ver vídeos, entre otras.

Las redes sociales tienen un gran potencial para explotar distintas habilidades, conocimientos y llegar incluso hasta revivir momentos que nos cuesta recordar mediante el uso de compartir y almacenar fotos o vídeos de nuestras experiencias en la vida. Tal es el caso que nos narra el participante 2, cuando dice que:

> *Me gusta entrar a la red social, a mi Instagram, a mi perfil solamente para ver qué cosas he compartido porque es una forma de acceder a memorias que de otra manera se me habían olvidado o que sería mucho más difícil que recuerde entonces como una selección de momentos como highlights que uno ha tenido en la vida o de frases que a veces comparto a los que tengo acceso en cualquier momento. Lo utilizo como una especie de álbum ahora mismo que sí me gusta que siento que soy yo y del que me siento hasta orgulloso.* (Participante 2, comunicación personal, 2024)

Instagram, al funcionar como una red social donde se aprecian fotos y vídeos de los usuarios, ayuda entonces a formar una serie de biografía de la persona. En esta red social usualmente se publican eventos significativos de la persona y que, dado su importancia esta decide mostrarlo por medio de la plataforma. Haciendo así que el acceso a la memoria de ese evento sea mucho más sencillo ya que existe una evidencia fotográfica de lo sucedido. La participante 4 nos narra en este sentido que:

> *Yo solamente comparto como cosas felices momentos felices o cosas que quiero como conservar ahí en la plataforma, porque yo lo uso más que todo como un diario que tenga momentos que a mí me gustan para verlo en el futuro como si fuera un álbum de fotos.* (Participante 4, comunicación personal, 2024)

Al mostrar ese momento mediante una foto o un vídeo, posibilita el recuerdo de cómo sucedió aquel evento y que pueda entonces revivir aquella experiencia. El uso de las redes sociales para este fin es un arte que involucra la capacidad de crear identidad y la autobiografía, en el sentido de que la misma persona decide qué momento almacenar y cuál no. Cabe resaltar como se dijo en apartados anteriores que, usualmente, los usuarios deciden compartir experiencias satisfactorias más que otras trágicas o que le traigan malos recuerdos de aquel momento.

Según un estudio realizado por Johnson y Morley (2021), se encontró que se las redes sociales refuerzan la memoria autobiográfica. Cuando una persona publica una experiencia personal dentro de las redes sociales, esto implica para el usuario tener que ensayar y procesar el evento, tener que repensarlo. Verificar qué *stickers* o *emojis* pondrá dentro de la foto, qué descripción adjuntará con el vídeo, etc. Todo esto ayuda entonces a que la memoria recuerde con mayor facilidad estos eventos, anudado a que, como se comentó anteriormente, las personas suelen publicar eventos memorables dentro de las redes, lo cual, al tener una mayor carga significativa para el individuo, refuerza el recuerdo (Wei, 2021).

Contrario a lo que se pensaba con el efecto Google, donde se presume que los usuarios presentan fallas en la memoria gracias a que no tienen la necesidad de recordar datos que son fácilmente se encuentran en línea, el efecto mnemónico en las redes sociales ayuda a que los recuerdos autobiográficos sean recordados con mayor facilidad gracias a estas plataformas (Johnson & Morley, 2021). Como señala Wei (2021):

> Publicar en las redes sociales requiere más procesamiento y planificación y podría fomentar una reflexión más profunda de las experiencias. Poner energía para construir la propia imagen de uno mismo en las redes sociales y para proyectar una identidad en línea específica es un proceso que vincula estas experiencias personales con la propia identidad. Este proceso hace que esos recuerdos sean más fuertes y prominentes. (párr. 7)

Es por eso que las redes sociales como medio para almacenar y recordar memorias son una herramienta bastante efectiva, pues además de trabajar la memoria autobiográfica, también posibilita la construcción la identidad. Si el usuario comparte momentos y vivencias positivas, es lo que quiere que su identidad sea, si por el contrario comparte experiencias negativas, eso, de igual manera, repercutirá en su identidad. Por tanto, las redes sociales como medio para almacenar recuerdos tienen unos beneficios para la persona bastante llamativos. Por otro lado, las redes sociales también pueden ser usadas como medio para emprender o trabajar. Esto dado al alcance que tiene sobre otros usuarios, donde gracias al contenido que se comparte por estos medios, se atrae y crea una comunidad que, al final de todo, pueden resultar siendo posibles clientes o socios de la marca que el usuario impulsa.

La participante 4 narra que, en cuanto al uso de sus perfiles en redes sociales:

> *No solamente es como un medio para compartir memes y distracciones sino que también es mi herramienta de trabajo. Porque es el canal de difusión principal de mis emprendimientos. De los dos que tengo por ahora y del tercero que estoy creando también. Va a ser como el medio de difusión principal. Entonces no es como que solamente como que comparta memes y esté viendo lo que... Pues como lo que comparten mis amigos. Sino que literal la mitad del día estoy metida en Instagram trabajando.* (Participante 4, comunicación personal, 2024)

Y es que además de servir como un medio para almacenar vivencias, las redes sociales también sirven como herramienta para publicitar contenido de emprendimientos. Gracias a su cantidad de usuarios, es excelente si se quiere mostrar y vender algún producto. En los perfiles corporativos o profesionales, los usuarios diseñan y crean contenido con tal de atraer al público de su interés para ofrecerles algún producto o servicio. La misma participante 4 señala que:

> *Y hay como un truco en marketing. Que es hacer como un personaje digital. Literal crear un personaje. Que represente por completo la marca. Entonces como un personaje que yo sé que he creado. (…) Pues que nosotros le dimos vida literal. (…) Y ella es como la encargada de hacer comunidad en historias. (…) Porque cada capítulo del podcast que tenemos tiene un tema. (…) Y en cada capítulo hemos hecho a Lira. Pues a la dragona*

> *vestida como con esa culturalidad de la que vamos a hablar. Entonces eso sí es como una creación de un personaje completamente digital. Ajeno a mí. Pero que tiene como una función. Que es crear comunidad, comunicar también un poco fines publicitarios.* (Participante 4, comunicación personal, 2024)

Esto también es construir identidad, pero en este caso una corporativa, donde los demás usuarios identifican en la marca ciertos valores, contenidos, incluso, cierta personalidad. Esto gracias a que, para atraer mejor a su público, algunos hacen uso de estrategias de marketing como mascotas para darle un mayor atractivo e identidad a la marca. Ahora bien, por otro lado, las redes sociales e internet sirven como plataforma para aprender cosas nuevas. Esto gracias al gran contenido informacional que circula por la red y que, gracias al alcance de estas plataformas, está mucho más accesible para los usuarios. La participante 1 dice que:

> *Yo creo que si uno usa bien las redes sociales uno puede sacar mucho provecho, no sé, para información que tú quieras, para realizar alguna actividad para buscar cursos, pues como para poder aprender y demás también como para contactar con personas no sé, al menos en el ámbito profesional LinkedIn.* (Participante 1, comunicación personal, 2024)

Una de las ventajas de las redes sociales y el internet en general es que hay muchísima cantidad de información disponible para que los usuarios la aprovechen y aprendan cosas nuevas. Los datos nunca han estado más cercanos de los usuarios que en la era digital, donde a solo un clic de distancia se puede conocer sobre cualquier tema. Islas Torres y Carranza Alcántar (2011) nos dicen que las redes sociales se han convertido en una herramienta de aprendizaje colaborativo que a la vez provoca espacios de intercambio de información que fomentan la cooperación entre usuarios.

Y es que al ser las redes sociales un entorno social y de aprendizaje, implica que la información que ha sido descubierta por algunos, pueda ser compartida por otros, ayudando a transmitir el conocimiento entre usuarios. Los perfiles dedicados a compartir saberes no son extraños en redes sociales, donde gracias al alcance que se tiene dentro de estas plataformas, se puede compartir infinidad de áreas de conocimiento que al final llegan a impactar a miles o millones de usuarios dentro de la red. Eso sí, se debe tener la precaución de conocer las fuentes

de las cuales se sustenta la información que comparten los usuarios, porque también es sabido que el internet está repleto de información falsa o errónea.

Aun así, al ser las redes sociales y la Web 2.0 un entorno gratuito, presenta una ventaja inmensa para que usuarios alrededor del mundo puedan conocer y aprender nuevas cosas útiles para su vida cotidiana (Islas Torres & Carranza Alcántar, 2011). Tener libre acceso a la información es un beneficio inmenso que presentan estas plataformas, por lo que hay que saber aprovecharlo. El participante 3 narra en este aspecto que:

> *Todo va a depender como digo el contenido que tú consumes puede ser de valor porque allí hay con contenidos de educación, contenidos para aprender algún otro idioma, te pueden ayudar porque ahora básicamente todo lo buscan en redes sociales, que no sé, quiero cocinar algo, quiero hacer alguna receta, entonces ese contenido también es bueno.* (Participante 3, comunicación personal, 2024)

Y es que las redes sociales también pueden ser fácilmente distractores para el aprendizaje, debido a que se presenta contenido tan variado en tan poco tiempo, la atención se dispersa en esos estímulos y, por tanto, se olvida el objetivo inicial que era aprender una nueva habilidad, conocimiento o demás. Por ello hay que focalizar la atención hacia un solo objetivo si se quiere navegar dentro de las redes sociales, donde si se quiere aprender, se debe entonces omitir cualquier otro estímulo que no tenga que ver con ello, pero si, por otro lado, se quiere es entretener, se pueden observar memes, vídeos, fotos, comentarios o información que aparezca dentro del *feed*.

La distracción generada por información irrelevante dentro de las redes sociales puede resultar un problema para el aprendizaje dentro de la misma, así como también la falta de concentración en una sola tarea. Esta distracción puede provenir tanto de vínculos a textos complementarios, datos o información anexa que no aportan al texto inicial. Asimismo, se encuentran sitios con información, como se dijo anteriormente, irrelevante o de baja calidad académica, por lo que se debe tener precaución con estos sitios (Islas Torres & Carranza Alcántar, 2011; Sandoval-Almazán, 2011).

Por otra parte, las redes sociales al ser un escenario donde se encuentran una diversidad inmensa de ideas también sirven como medio para el activismo social. En comunidades de todas

partes del mundo usan estas plataformas para alzar su voz y expresar sus ideas, denunciar y lanzar soluciones. Al ser una red con tanto alcance, los usuarios pueden expresar sus ideas, difundir información y crear comunidad. De esta manera, la unión de grandes masas de usuarios puede hacer más notable una problemática y así enfocar las miradas de los grandes medios a la problemática que se quiere dar a conocer.

La participante 4 nos señala que, además de compartir contenido como memes o su emprendimiento en redes sociales, también lo usa para realizar ciberactivismo:

> *Y yo hago activismo pues digital podría decirse así. Pero también pues en persona por así decirlo. (…) Dimos una conferencia sobre sobre la comisión de la verdad y la mujer, bueno, temas varios, pero pues como te decía soy activista feminista (…) Pero también comparto muchas cosas sobre el feminismo. Muchas, muchas, entonces yo sé que las personas que me siguen saben que yo comparto memes y cosas serias sobre el feminismo.* (Participante 4, comunicación personal, 2024)

En la expresión de la identidad, los contenidos que se comparten en redes sociales, ayudan a que las demás personas perciban las ideas con las cuales se tiene más afinidad. En este caso, el feminismo es una característica identitaria que traspasa lo *offline* y lo *online* también, pues la persona está orgullosa de pertenecer a la comunidad feminista y compartir contenido relacionado a este tema en sus redes y en la vida fuera de ella.

En redes sociales también se presenta como escenario para el debate, allí se articulan distintas perspectivas de un mismo problema y se puede entonces compartir ideas y comentarios al respecto para nutrir el debate. Características como el crear consciencia global del tema, movilizar masas de manera rápida, educar a la población respecto a una problemática, generar presión social y empoderar, son sólo unos cuantos impactos que genera el ciberactivismo (López, 2024).

Es así como se pueden conocer algunos usos que le dan los usuarios a las redes sociales, gracias a la cantidad tan inmensa de herramientas con las que cada una cuenta, se puede sacar provecho de cada una para distintos propósitos, desde el laboral, hacer activismo, aprender cosas nuevas, almacenar y revivir memorias, entre otras. El alcance de las redes sociales está al servicio del que lo use, eso sí, se debe tener claras las precauciones de seguridad y privacidad dentro de

las mismas para no ser víctimas de robo de información, estafa, engaño, o demás. En la era digital, estas plataformas nos sirven como manos ayuda para los objetivos que nos planteemos en la vida, por lo que hay que saberlas aprovechar al máximo y de manera consciente.

6.2.1.1 Comportamiento en entornos digitales en comparación con los presenciales

Sabemos que las redes sociales son un entorno digital que permite que sus usuarios desarrollen una serie de habilidades y herramientas que les permitan enseñar su identidad tal como deseen. Pero hay que tener algo en cuenta, y es cómo es su comportamiento dentro de entornos digitales en comparación a como lo son *offline*. Puede que los usuarios describan que se comportan de la misma manera *online* y por fuera de la red, mientras que otros aprovechan el medio digital para explorar nuevas facetas que normalmente se les dificulta en sus interacciones cara a cara con otras personas.

Similar al fenómeno que se describió antes de la identidad prefabricada, los medios digitales sirven como tierra fértil para explorar la identidad y otras facetas de esta. Por lo que personas que tienen dificultades para comunicarse o expresarse cara a cara, encuentran refugio en la red para poder explotar todo el potencial comunicativo que deseen, relacionándose con personas de su comunidad, amigos o incluso con personas de cualquier parte del mundo.

Concretamente podemos traer a colación el caso, del participante 2 que relata:

> *Soy más tímido en persona. O sea, si alguien mira en redes cómo escribo o en general cómo me expreso, o qué tanto hablo, creo que se va a sorprender cuando me ven en persona y luego soy tan diferente, entonces en redes también están conociendo una versión diferente a uno mismo.* (Participante 2, comunicación personal, 2024)

Nuestro comportamiento *online* y *offline* no tienen por qué coincidir perfectamente, suelen haber variaciones en estos gracias a fenómenos propios de los entornos digitales, tales como el anonimato, la descorporización y la gran gama de herramientas que nos brinda la red para poder expresarnos con libertad. Es así como, por ejemplo, algunas personas que normalmente son introvertidas fuera de la red, dentro de ella se transforman y desbordan ese potencial comunicativo y expresivo más propio de personas con características extrovertidas.

Wängqvist y Frisén (2016) hablan sobre esas características propias de los entornos digitales cuando narran que algo que distingue los entornos en línea de otros contextos, y es que gracias al anonimato y la descorporización puede hacer que la auto representación de los usuarios en esos contextos sea ciertamente independiente de la identidad offline y la apariencia física de las personas detrás de los perfiles.

La participante 1 nos dice que: *"A mí me cuesta hablar con las personas, frente a frente, cuando son mis problemas los que estamos tratando. No los problemas de otros, sino los míos. Entonces, sí siento que se hace más fácil por una red social."* (Participante 1, comunicación personal, 2024). Gracias a las características propias de los entornos digitales, a las personas usualmente se les da la facilidad de expresarse por medio de estos, ya que no implica una interacción cara a cara con su público, que en muchas ocasiones puede generar cierto temor a hablar en público o generar incertidumbre respecto a cómo reaccionarán las demás personas a lo que se dice, mientras que en entornos digitales estos efectos se ven mermados ya que no implica una interacción cara a cara con los demás usuarios que navegan en la red.

En ese mismo sentido, la participante 4 narra que, cuando se le preguntó su comportamiento en línea en comparación por fuera de ella que:

> *Yo no soy tan extrovertida de entrada. Sino que yo tengo que tener confianza en la vida real. En cambio en Instagram que... Pues no es así. En Instagram yo llego de entrada siendo más extrovertida. Lo que ya soy. Porque es muy fácil como crear un personaje o una identidad detrás de una pantalla. Y que sea pues como una personalidad digital. A la que le es más fácil como comunicarse o hacer las cosas.* (Participante 4, comunicación personal, 2024)

Es así como dentro de las redes sociales, para algunos, es mucho más sencillo interactuar con los demás, en comparación con las relaciones por fuera de la red, tener nuevas amistades en redes sociales es un paso muy sencillo, sólo basta con hacer clic en "añadir amigo" y ya está, esperar la confirmación de la otra persona para empezar a interactuar y ver los contenidos compartidos entre sí, mientras que, por otro lado, de manera *offline*, se añade además de una dificultad mayor, unos pasos extras, donde generalmente se debe tener un contexto de cómo se conoció a esa persona, si se tiene relación con ella, cosas en común, cierta afinidad para poder

desarrollar una amistad y demás. En este sentido, inferimos a partir de los relatos que es claramente más fácil tener una interacción por medio de las redes sociales, ya que no siempre implica que haya una confianza allí, por lo que las amistades ahora son menos complejas gracias al internet.

Otros autores concluyen que crear amistades por internet suele ser difícil debido a que no existe un entorno físico o un lazo emocional fuerte que los conecte (Bohórquez López y Rodríguez-Cárdenas, 2014). Sin embargo, la facilidad que se encuentra dentro de comunicarse dentro de la red es que no implica tener que realizar un contacto cara a cara con el otro, no hay posibilidad de transmitir un lenguaje no verbal ya que no se está viendo la expresión del otro. El no tener una referencia física de la persona, además del anonimato, suele actuar como una ventaja para que las personas más "frías" puedan expresar sus emociones y sentimientos, aunque estos a su vez pueden actuar como obstáculos a la hora de entablar una relación con otro usuario (Bohórquez López y Rodríguez-Cárdenas, 2014).

Además, la posibilidad de chatear con las demás personas permite tomar un tiempo de respuesta para cada conversación, sumado a que se puede realizar desde el anonimato, hechos que favorecen entonces la posibilidad de expresarse y ser como deseen detrás de la pantalla del computador o celular, asimismo el anonimato permite una cierta desinhibición que ayuda a mostrar aquellas partes que normalmente no se mostrarían en una relación cara a cara (Del Prete y Redon Pantoja, 2020). Por otro lado, así como las redes sociales permiten tener herramientas que facilitan la comunicación entre personas, así como la amistad entre ellas, también, como se dijo anteriormente, permite desarrollar facetas de la identidad que normalmente se tiene dificultad para realizar *offline*. Tal es el caso del participante 2 que expresa:

> *Yo conociendo a una persona por internet tiendo a ser capaz de hacer juegos de palabras, de ser más interesante, de ser más atrevido quizás que en persona, que me cuesta mucho más, en parte porque creo que he estado mucho más en internet que en persona en mis interacciones y por el bagaje que tengo en las redes sociales.* (Participante 2, comunicación personal, 2024)

Y es que usualmente las personas dentro de las redes sociales suelen tener mucha más confianza en sí mismos, esto debido a que dentro de estas pueden auto representarse como ellos

deseen. Gracias al filtro que pueden aplicar de su contenido sobre qué publicar y qué no, así como de qué forma hacerlo, esto les da mayor confianza y seguridad en sí mismos para percibirse como ellos realmente lo desean. Generalmente se suele decidir por enseñar, como se dijo en apartados anteriores, lo mejor de sí mismos (Cantor-Silva et al., 2018; Cueva Torres, 2019; Gardner y Davis, 2014). Atraer mayor visibilidad de sus pares, resultar más interesante y afianzar mejor las cosas en común con usuarios de su interés, suelen ser los objetivos por los cuales se hace esta práctica en la red.

Este tipo de cosas no se puede hacer con facilidad por fuera de la red, ya que las interacciones cara a cara exigen una respuesta inmediata a lo que la otra persona se habla. Además de que el enseñar sus intereses y destacar sus cualidades suele ser mucho más difícil por estos medios, por lo que puede generar un contraste en el comportamiento dentro y fuera de la red. Esto debido a que las personas adquieren mayor confianza en su perfil de redes ya que allí almacenan sus mejores momentos, mientras que en persona se es más complicado sacar estos temas para impresionar a los demás.

En definitiva, tanto el comportamiento *offline* como *online* no siempre coincide. Comprender la naturaleza del comportamiento humano en estos contextos nos ayuda a comprender cómo se compone y desarrolla su identidad. Los medios digitales por su naturaleza facilitan la comunicación, la exploración de nuevas facetas identitarias y además la conexión con varias comunidades que dentro de allí habitan. Conectar con las demás personas también resulta más sencillo dentro de la red, aunque la calidad del vínculo puede ser mucho más leve que cuando se forma en un entorno *online.* Además, gracias a los relatos brindados por los participantes, se identificaron que aspectos como la timidez, la comunicación y el atrevimiento, son mucho más fáciles de expresar por medios digitales que por los que no, dando así una gran ventaja a este público que, gracias a las redes sociales, pueden descubrir y afianzar sus habilidades sociales y construcción identitaria.

6.2.1.2 Impacto de las redes sociales

Las redes sociales han servido como una herramienta con un potencial enorme para sus usuarios: beneficios de conexión constante y comunicativos, son algunos ejemplos, pero así como se presentan ventajas, también hay ciertas advertencias que hay que tener en cuenta para su uso.

Una de las mayores polémicas que se desprende de las redes sociales es su potencial adictivo, donde las generaciones de menores y nativos digitales, término introducido por Prensky (2001) como aquellas personas que han crecido rodeadas por tecnología digital, son los que más fácilmente son víctimas de este flagelo gracias a su mayor dominio de la Red (Castro Gerónimo y de la Villa Moral Jiménez, 2017).

Uno de los efectos que causa esa adicción o constante uso de las redes sociales es que impide emplear el tiempo que se pasa en ellas para realizar las responsabilidades propias de la vida cotidiana. En este sentido, la participante 4 nos indica que con respecto al uso desmedido de las redes sociales:

> *TikTok la verdad casi no lo uso. Lo uso como una vez a la semana. Pero es porque... Es porque yo sé que es una red social que tiene todas las características para que yo me vuelva adicta a esa red social. Entonces trato de tenerla muy... De tener el consumo demasiado medido de TikTok porque me conozco.* (Participante 4, comunicación personal, 2024)

Y es que, gracias al algoritmo y el diseño de estas, es sencillo para el cerebro sentirse recompensado gracias a la liberación de la dopamina, un neurotransmisor que juega un papel fundamental en la recompensa y el placer (Instituto de Neurociencias Aplicadas, 2023). Siempre se espera tener una gratificación instantánea dentro de ellas, ya sea por medio de *likes*, comentarios, ver el contenido que nos gusta. Nuestro cerebro se inclina a hacernos sentir bien constantemente, por lo que puede generar una dependencia o adicción a las redes sociales, la cual a pesar de no hacer parte del DSM-5 y ser reconocida oficialmente como una condición psicopatológica, sigue causando problemas en algunos usuarios, donde gracias a la liberación de dopamina, nos hace sentir recompensados y pasar momentos placenteros, lo cual deriva entonces en un "círculo vicioso de gratificación instantánea" (Instituto de Neurociencias Aplicadas [INA], 2023, párr. 2).

Al mostrar lo que nos gusta constantemente, las redes sociales producen un uso frecuente buscando sentirse bien y entretenerse dentro de las mismas, olvidando por tanto la realidad *offline* que los rodea. Esto puede generar entonces un desbalance en su vida en general, afectando ámbitos como lo personal, lo académico o lo laboral. Por eso mismo hay que tener precaución

con el uso desmedido de estas aplicaciones y conocer de antemano los posibles riesgos que provoca usar las redes sociales. Además, es bien sabido que el algoritmo es una de las herramientas con un potencial nocivo dentro de la red, pues gracias a internet y las bases de datos, acumula los productos que te gustan, el contenido que te entretiene y también lo que buscas, mostrándote constantemente indirectamente cosas que te pueden llamar la atención. *"Es que tiene de verdad que ese algoritmo está tan bien diseñado que me muestra absolutamente todo lo que me gusta"* (Participante 4, comunicación personal, 2024). Nos narra la participante 4, cuando afirma que es consciente de que el algoritmo está previamente diseñado para enseñar al usuario lo que le resulta llamativo y le puede gustar, aumentando así la probabilidad de que la persona se mantenga usando la red social y, por tanto, no ser consciente del tiempo que pasa en la misma.

El participante 1 señala que con respecto al contenido que encuentra en la plataforma de Tiktok, una de las redes sociales más empleadas en el momento:

> *En el mundo de TikTok también uno ve de todo entonces también puedes encontrar muchos tutoriales por ahí, si tú le das un buen uso puedes aprender mucho, y si le das un mal uso, pues no sé, procrastinas demasiado y te vuelves, pues, o sea, te vuelves muy inmerso en ese mundo y olvidas lo que está a tu alrededor.* (Participante 1, comunicación personal, 2024)

Así como se puede encontrar contenido de valor dentro de las plataformas, también se encuentra otro contenido de ocio y entretenimiento que, desde su perspectiva, no aporta mucho y hace que olvide sus responsabilidades y obligaciones. Es por ello por lo que se debe tener consciencia del uso de las redes y no olvidar el mundo alrededor. El uso excesivo de estas puede provocar cambios similares a las personas con un trastorno de adicción a sustancias psicoactivas como una reducción de la materia gris que es donde se generan las conexiones neuronales, hasta afectación en sus otras esferas como la laboral o académica (Castro Gerónimo y de la Villa Moral Jiménez, 2017; INA, 2023).

Asimismo, el contenido, como se dijo antes, puede resultar solamente creado para puro entretenimiento y ocio, por lo que muchas veces no resulta algo fructífero o útil para el usuario verlo. La participante 3 nos habla un poco de esto cuando dice que:

> *Pero también hay como muchos temas que básicamente siento que es un poco basura que son unos que tienen como hipnotizados que consumimos y que estamos perdiendo como mucho de nuestro tiempo que lo podemos usar para otras cosas más importantes.* (Participante 3, comunicación personal, 2024)

Este contenido puede resultar pobre para el usuario en términos de utilidad, ya que generalmente son chismes, memes, entretenimiento o cosas por el estilo. Este material puede ser perjudicial para las personas, gracias a que lo único que genera en los usuarios es información que, en su mayoría, no aporta a la vida de la persona, nos es ningún aprendizaje nuevo, no es retador y no requiere de racionamiento para entenderlo, por lo que puede acostumbrar a la persona a mirar más contenido sin sentido y que no le genere trabajo entenderlo, por lo que, si en un futuro se presenta un material o contenido más complejo de entender o razonar, la solución más fácil para la persona es hacer *scroll*[6] y ver otro contenido sin valor.

De ahí que el término podredumbre cerebral o en inglés llamado *brain rot* haya sido tan popular en el año 2024, este significa:

> El supuesto deterioro del estado mental o intelectual de una persona, especialmente visto como resultado del consumo excesivo de material (ahora en particular contenido en línea) considerado trivial o poco estimulante. También: algo caracterizado como susceptible de conducir a dicho deterioro. (Oxford University Press, 2024, párr. 4)

Este término fue acuñado sobre todo gracias a la proliferación de Tiktok en el último año, donde se presenta una gran cantidad de material poco estimulante para los usuarios, lo cual deriva en un impacto negativo para el individuo o la sociedad (Macchi, 2024; Oxford University Press, 2024).

Según el reportaje hecho por Macchi (2024) para el periódico EL PAÍS, encuentra en diversas investigaciones que además de que ese material poco estimulante se encuentra en un gran auge gracias a las redes sociales, este también presenta otra diversidad de efectos negativos en los usuarios, como los siguientes:

[6] Desplazamiento hacia arriba o abajo de los contenidos que se muestran en una página web.

> La evidencia muestra que las redes sociales están reduciendo la materia gris, acortando la capacidad de atención, debilitando la memoria y distorsionando procesos cognitivos fundamentales, según recoge el diario británico The Guardian con citas a un gran número de investigaciones académicas de instituciones como la facultad de medicina de Harvard, la Universidad de Oxford y el King's College de Londres. (párr. 2)

Es por ello por lo que hay que mantener un uso consciente de las redes sociales y de los contenidos que se observan allí, ya que, así como se encuentra contenido interesante y útil para nuestra vida cotidiana, también está inundado de contenido considerado basura que no aporta al desarrollo del individuo o de la sociedad en general.

Ahora bien, en cuanto a las ventajas que se presentan dentro de las redes sociales, se ha hablado en apartados anteriores, donde sirve como plataforma o medio para rentabilizar el contenido por medio de emprendimientos, tal como crear una marca o ser *influencer*, eso sí, teniendo las precauciones necesarias para tratar a su público de una manera responsable.

El participante 3 menciona, con respecto a la ventaja económica de las redes sociales afirma que:

> *Y pues entender de que me ha mejorado también en él, como en el ámbito no solo laboral, sino económico. Entonces ese impacto también me ha favorecido mucho porque he crecido, me he mudado de ciudad. He podido como tener algunas metas.* (Participante 3, comunicación personal, 2024)

Y es que gracias al gran alcance que se tiene dentro de las redes sociales, se puede llegar a monetizar el contenido y vivir de ello, por lo que si se establece una comunidad sólida que dé visualizaciones al material que crea y comparte el usuario, puede ser capaz de mantenerse económicamente hablando de ello.

También otras ventajas que presenta las redes sociales es que se encuentra un sinfín de contenido educativo que se puede aprender de ellos, tal como buscar cursos, contenido informativo, estudiar algo, entre otros. La participante número 1 nos comenta sobre esto cuando relata que:

> *Yo creo que si uno usa bien las redes sociales uno puede sacar mucho provecho, no sé, para información que tú quieras, para realizar alguna actividad, para buscar cursos, pues como para poder aprender y demás, también como para contactar con personas no sé, al menos en el ámbito profesional LinkedIn.* (Participante 1, comunicación personal, 2024)

Y es que ahora cada vez más las redes sociales reemplazan a los buscadores como lo es Google. Ver vídeos cortos explicando los temas resulta más fácil y llamativo para los jóvenes hoy en día. Y es que gracias a un reportaje escrito por Huang (2022) en el periódico *online* de The New York Times en español, "TikTok es conocido por sus videos virales de baile y música pop. Pero para la generación Z, la aplicación de video también es cada vez más un motor de búsqueda" (párr. 4).

Y es que gracias al algoritmo que usan las redes sociales, donde enseña contenido personalizado para el usuario en función de las interacciones que realiza con el contenido que le aparece en su *feed*, ahora los jóvenes encuentran en Tiktok una opción para buscar información mucho más sintetizada y personalidad, en lugar de páginas web que se sienten impersonales (Huang, 2022). Esto provoca entonces una transformación en la búsqueda digital, donde ahora la población más joven busca la información mucho más resumida, directa y personalizada, en lugar de un blog en una página web o Wikipedia.

No sólo la transformación en la búsqueda digital resulta una ventaja de las redes sociales, sino también como se mencionó en anteriores apartados, la capacidad de almacenar y revivir recuerdos del pasado, donde gracias a la herramienta de publicar fotos e historias, se puede mantener el recuerdo visual de momentos significativos para los usuarios. Sumado al hecho de que también se puede compartir ideologías y crear comunidad dentro de estas plataformas sociales *online*.

Las posibilidades que nos brindan las redes sociales son infinitas, lo que sí se debe tener en cuenta es el uso responsable que se le da a las mismas, y ya conociendo un poco sobre algunas ventajas y desventajas de ellas, puede que ahora seamos más reflexivos del uso y desuso que les damos a nuestros perfiles dentro de la red, eso sí sin olvidar variables como la seguridad y la privacidad que se hablará en el siguiente apartado.

6.2.2 Seguridad y privacidad en redes sociales

Uno de los aspectos más controversiales dentro del manejo de las redes sociales es la seguridad y privacidad de estas plataformas, debido a la cantidad de información que estas redes contienen y a la fácil difusión de esta. Las barreras entre lo público y lo privado desaparecen dentro de los límites de las redes sociales, esto gracias a que el contenido que allí se almacena puede ser difundido con rapidez a un gran número de personas. Es por ello por lo que se debe tener precaución a la hora de saber qué publicar y qué no.

La participante 1 nos introduce a este tema de la privacidad e intimidad de los usuarios y menciona que:

> *Obviamente hay temas que no subo. Tanto también como por tener privacidad. Siento que la privacidad es algo que se ha perdido. Y que también me da miedo porque cualquier cosa que subas también puede estar usada en tu contra.* (Participante 1, comunicación personal, 2024)

Y es que a la hora de subir contenido a las redes sociales se debe tener una extrema precaución, debido a que no se sabe lo que tanto la plataforma, como los demás usuarios hagan con esa información, por lo que, para proteger nuestra integridad y seguridad, hay que pensar dos veces antes de publicar algo.

Así pues, gracias a que lo digital se tornó social, los espacios donde las personas se venden a los demás compartiendo información de sí mismas está más en auge que nunca. Ahora los límites entre lo íntimo, lo privado y lo público son cada vez más difusos, y los usuarios, en su afán por obtener más reacciones, visitas y seguidores, hacen lo posible por compartir información de sí mismos constantemente, desde una foto de lo que están comiendo, hasta una anécdota familiar disfrazada del *trend* de "*storytime*".

Sibilia (2008) profundiza sobre los límites entre lo público y lo privado y señala que en la sociedad contemporánea la intimidad ha perdido sentido gracias a que la visibilidad y exposición han tomado gran fuerza en el mundo digital. Anteriormente, la identidad era construida gracias a procesos íntimos e individuales, en cambio con la llegada de la era digital, la intimidad se ha tornado en un espectáculo que merece ser mostrado a otras personas. Estar constantemente

compartiendo experiencias, fotos, pensamientos, entre otros, en redes sociales como Facebook, Instagram, TikTok, se ha tornado un escenario público en el que hay una sobreexposición que desborda los límites de lo privado y de lo público, lo que se debe publicar y lo que no.

Asimismo, autores como Han (2013), en su libro *La sociedad de la transparencia*, muestra que las personas que comparten constantemente su diario vivir dentro de los medios digitales son víctimas voluntarias de la sobre exposición, además eliminar su privacidad por completo, hacen de su identidad un producto público. Para que algo sea válido, debe ser mostrado, y por ello los individuos se ven en la obligación de subir información correspondiente a su vida, olvidando los límites de lo secreto, lo íntimo y lo privado.

Ahora, hay algunos usuarios de redes sociales que son conscientes de los límites de la privacidad y seguridad dentro de estas plataformas, ya que en una sociedad tan exhibicionista, hay que tener bastante precaución con lo que se almacena dentro de la Red, ya que esta nunca sale de allí, una vez que algo se inserta en la internet, es muy difícil de borrar totalmente o editar. Con respecto a la privacidad y los posibles riesgos que tiene publicar cierto tipo de información en las redes sociales, la participante 1 menciona que:

> *Si hay una persona que te quiera hacer daño y ya tiene tus contactos en redes sociales, perfectamente se le puede hacer, pues, porque ahorita las personas no tienen como mucho filtro para clasificar la información y para saber qué sí debe demostrar y qué no.* (Participante 1, comunicación personal, 2024)

Y es que la información almacenada en las redes sociales queda guardada dentro de las bases de datos. Asimismo, los usuarios que visibilizan la misma pueden tomar esos datos y usarlos de manera que perjudiquen al autor de esas publicaciones o a terceros. Es por ello por lo que se debe tomar precaución de lo que se comparte en la Red, aún más cuando se habla de información personal como lo es dirección de residencia, nombre completo, ubicación, entre otros.

Frente a los cuidados que se debe mantener a la hora de usar las redes sociales, la participante 1 enfatiza: *"Es hacer muy conscientes de lo que se publica porque al fin de cuentas eso queda, así tú lo vuelvas a borrar eso ya que en Internet, hay formas de recolectar y volver a tener la información hay muchas"* (Participante 1, comunicación personal, 2024), tal como se

dijo anteriormente, se debe ser precavido con la información que allí se publica ya que una vez se sube a la Internet, es difícil que esta se borre.

Publicar datos personales e información de la vida privada puede ser, como se dijo anteriormente, perjudicial en algunos casos si alguien inescrupulosamente quiere hacer daño a alguien, haciendo uso del material que publica este en sus redes. Pero no sólo pueden ser víctimas de otros usuarios que quieran manipular la información que se postea dentro de las redes, sino también son víctimas del algoritmo de estas plataformas, debido a vulneraciones de privacidad, pueden vender esa información a terceros y usarla, por ejemplo, con fines publicitarios.

Además, publicar información constantemente también puede ser visto como una forma de control, autores como Sibilia (2008) y Han (2013) señalan que hay un efecto de hiper vigilancia, ya no puesta desde arriba como el modelo panóptico de Foucault, sino puesta desde nosotros mismos, pues constantemente se publica contenido esperando la reacción e interacción positiva de los demás. El individuo preocupado por ser percibido de buena forma por los demás constantemente piensa sobre qué publicar y el cómo hacerlo para obtener buena recepción de sus pares; sumado al interés de las empresas por utilizar esa información para diseñar estrategias publicitarias más agresivas para vender sus productos. Se debe entonces ser más consciente de lo que se almacena en estas plataformas sociales para así evitar sobrepasar los límites de la privacidad y seguridad de nuestra información, y así también, conservar la integridad de nuestra identidad.

Nuestro siglo está profundamente nutrido en información como nunca antes, y no sólo en ese aspecto, sino también en espacios y, a la vez, en relaciones. Las esferas entre lo público, privado e íntimo se entrecruzan en estos espacios, formando así unos "espacios mixtos y roles intercambiables, con transiciones y límites cada vez más permeables" (Sabater Fernández, 2014, p. 25). Las relaciones con lo privado entonces han cambiado, gracias a las TIC[7], ahora la sociabilidad se ha convertido en un ejercicio de individualismo en la red, donde es gracias a este medio que, sin territorio fijo, se desplaza junto al individuo creando relaciones cada vez más transitorias y abiertas con otros usuarios (Sabater Fernández, 2014).

Según Sabater Fernández (2014), la percepción de los jóvenes es que su privacidad se encuentra protegida, es cierto que a la hora de crearse un perfil en cualquier red social y

[7] Tecnologías de la Información y la Comunicación.

proporcionar información personal ya es de por sí una cierta apertura de su privacidad y seguridad dentro de estas plataformas. Como señala el autor:

> Pero, el quiebre de este recinto amurallado se produce en las redes sociales. Toda reserva cede a la hora de abrir un perfil en una red social e introducir los datos personales o de publicar libremente en el muro público, a la vista de todos los contactos de su red, el sitio para quedar o lo bien que lo han pasado en sus vacaciones o en una fiesta. Si bien, es cierto que la mayoría de jóvenes utiliza ampliamente las configuraciones tecnológicas de privacidad, la cesión de los datos a las compañías comerciales, la ampliación cuantitativa de la red de contactos –con una media de 300/400 contactos– y las vulnerabilidades técnicas, generan una situación de incertidumbre. Sin embargo, el joven asegura conocer y controlar los riesgos de Internet. (Sabater Fernández, 2014, p. 26).

Por más esfuerzos que se haga por mantener la privacidad dentro de las redes sociales, hay que hacer mayor énfasis en la calidad y cantidad de información personal que se comparte dentro de estas plataformas, para así mantener la integridad y seguridad de los usuarios en la Red. Y es que con respecto a los alcances que tiene las redes sociales con respecto a la vida privada, la participante 4 dice que:

> *Pues yo creo que lo que el consejo como para no juntar esta como la vida personal y la vida privada dentro de una red social es entender que la red social nunca va a ser privada, pues la red social es un medio de comunicación, un medio como de expansión.* (Participante 4, comunicación personal, 2024)

Es sabido que las redes sociales además de presentarse como un escenario para exponer ideas y acontecimientos de las personas, también sirve como impulso para comunicar y expandir ciertas, esto gracias a la gran difusión y alcance que tienen de por sí las redes sociales. Esto puede presentarse como ventaja si se quiere vender o concientizar alguna idea, pero también como desventaja si se utiliza de mala manera debido a la percepción de ti hacia los demás está en constante juego, de ahí que algunas personas publiquen aspectos de su vida personal para ser más atractivos hacia su público.

La privacidad no se había visto tan vulnerada nunca antes, según Sibilia (2008), en un mundo digital donde se puede ser víctima de *hackers* para robar la información y ser vendida a terceros. A la hora de traspasar las barreras de lo íntimo al querer compartir constantemente nuestra vida privada mediante el uso de estas redes sociales no es necesario ni el robo de la información, es posible que los mismos usuarios la den a cambio de alimentar el ojo curioso de los demás y alimentarse así también de las vidas ajenas. En esa misma línea, Han (2014) nos dice que al hacer uso de estos medios digitales, se ha perdido la distancia con el otro y con ello, también, el respeto. Y es que el respeto hace parte importante de lo público y lo privado, donde no hay respeto decae lo público y, por tanto, también lo privado. Es en esa falta de distancia física entre unos y otros que lo privado y lo público se entrelazan y se pierde el respeto por lo íntimo, por lo privado, por lo que quedamos expuestos al otro y este otro accede fácilmente a nuestro interior.

En consecuencia, algunas personas se abstienen de publicar información personal a personas que no conocen o no les tienen demasiada confianza, es por ello por lo que algunas plataformas ofrecen "para más privacidad" la opción de *closefriends* o poder restringir tu perfil o hasta que se acepte la solicitud de seguimiento o amistad, no se pueda ver tu información y el perfil. Tal es el caso de la participante 1 que se preocupa por la percepción que tengan los demás sobre lo que comparte, se preocupa más porque personas que no le tienen confianza vean su contenido:

> *Hay cosas que abstengo de no mostrárselas a todos, al menos en WhatsApp. Y no, o sea, no es que haya de cambiar la percepción, es que no sé, o sea, es que no le veo la necesidad de que esa persona sea, vea que yo soy así, además porque no le tengo la confianza.* (Participante 1, comunicación personal, 2024)

Y es que también más adelante, señaló:

> *Pues cuando se me siento muy mal, pues yo lo muestro, pero se los muestro a distinto público. Pues, por ejemplo cuando estoy triste, por lo general lo puedo tender a compartir en Twitter o de pronto en el closefriends de Instagram.* (Participante 1, comunicación personal, 2024)

Algunos usuarios usan las redes sociales para compartir acontecimientos de su vida cotidiana, pero sólo enfocada a que los amigos con los que tiene más confianza lo vean para así generar interacción con estos. En el estudio realizado por Sabater Fernández (2014) se concluye que, después de realizar entrevistas a estudiantes jóvenes, el 80% menciona estar preocupado por su privacidad y ser consciente de los riesgos que implica proporcionar información personal dentro de las redes. Asimismo, señala que los jóvenes por lo general son presumidos dentro de las redes sociales a la hora de crear contenido predominantemente lúdico y social, pero que, a la vez, configuran su privacidad, bloquea el acceso a sus contenidos para que no todo el público tenga acceso a ellos y declaran ser selectivos con sus contactos.

De manera similar, dentro de este estudio se encontró que diversos participantes utilizan distintas estrategias para proteger su privacidad y seguridad dentro de la red, desde el uso de distintos perfiles tales como el personal o el profesional para distintos públicos, como el uso de herramientas de *closefriends* para limitar el alcance y ser selectivo con quién puede o no ver su contenido dentro de las redes sociales, hasta también ser precavidos con el contenido que se sube o no a la Red con tal de proteger nuestra seguridad y privacidad.

En definitiva, las redes sociales se prestan como una herramienta con un potencial enorme para compartir nuestra vida cotidiana, pero se debe tener suma precaución con lo que allí se comparte debido a los riesgos que se asumen al navegar en la Red. La privacidad, lo íntimo y lo público no se habían visto tan difusos como la era digital, donde gracias a la no presencia física y a la hora de relacionarse unos con otros se asume unas prácticas de individualismo en el usuario el cual, si pretende atraer mayor público y generar una buena imagen a los demás, debe exhibirse y, por tanto, abrir su intimidad a los ojos curiosos del otro.

Como usuarios de las redes sociales debemos apostar por una mejor comunicación, protección y difusión de nuestra información, donde se planifique de manera responsable los contenidos que allí se publiquen y además ser responsable no sólo consigo mismo, sino también con el público que impacta estas redes, donde muchas veces puede resultar siendo malintencionado o malinterpretado por parte del receptor y generar conflictos y problemas que se podrían evitar. Asimismo, debemos apostar por narrar nuestra biografía conociendo los límites, privilegiar nuestra intimidad en lugar de vulnerar nuestra privacidad.

6.3 Creación y gestión del contenido en redes sociales

Uno de los aspectos, sino el más relevante para el estudio de la identidad digital, es el contenido que se comparte dentro de las redes sociales. Gracias a esta información los usuarios se dan cuenta de las personas con las que están tratando en la Red. Espacios como Facebook, Twitter (ahora X), Instagram, LinkedIn, Tiktok y otros, sirven como plataformas para que sus usuarios puedan comunicarse mediante la creación o difusión de contenidos de toda índole, desde fotos, vídeos, blogs, comentarios, etc. Es en esta unidad de información que podemos dar cuenta de la identidad del usuario: cómo este se comporta, qué ideas son las que tiene mayor afinidad, con cuáles no está de acuerdo, en dónde estuvo de viaje, qué experiencias tuvo, en qué trabaja, dónde vive, entre un largo etcétera de información que suministra el usuario mediante su perfil en la red social.

Al ser los medios digitales y las redes sociales herramientas que posibilitan explorar varias facetas de la identidad, los usuarios publican y gestionan su contenido con el fin de comunicarse y relacionarse con las demás personas, es gracias al contenido que comparten que logran construir una identidad medida por lo digital tal que permite que las otras personas lo identifiquen como tal y por tanto logre crear un vínculo entre sí. El participante 2 nos narra que, al preguntarle por el uso que emplea en las redes sociales:

> *De hecho, en cierto momento decidí utilizar, por ejemplo, mi Instagram como un lugar de donde almaceno memorias que son públicas porque a veces a la gente, pues a veces comparto cosas que me parecen divertidas y que creo que otras personas van a encontrar divertidas.* (Participante 2, comunicación personal, 2024)

Uno de los potenciales usos de las redes sociales, en este caso Instagram, que se caracteriza por almacenar y compartir fotos o vídeos, permite almacenar momentos significativos de la persona, los cuales, tiempo después, puede recordar mediante el contenido multimedia que allí se conserva. En ese mismo sentido, el participante 4 nos cuenta que, con respecto a lo que comparte en su perfil personal de redes sociales:

> *Cuando es en historias comparto casi siempre, o cuando estoy saliendo con algún amigo, estoy con un grupo de amigos, algo que me hace feliz. Eh cuando voy a algún restaurante, cuando estoy comiendo o un momento que digo que me hace muy feliz a mí, ya sea algún animal, algún paisaje, alguna comida o algún momento, ya sea con familia o amigos. Y ya en cuanto a los posts que son los fijos que se quedan en Instagram si es más que todo como fotos mías de lugares o de eventos.* (Participante 4, comunicación personal, 2024)

Gracias a los relatos, podemos inferir que uno de los usos frecuentes que les dan los usuarios a las redes sociales es compartir y almacenar momentos significativos que experimentan en su día a día. Y es que compartir esta serie de acontecimientos en forma de vídeos o fotos genera interacción con los demás usuarios que conviven en la plataforma, generando así comunidad y la oportunidad de relacionarse con personas alrededor del mundo.

Brewster y M Cox (2019) examinaron el hábito de 33 personas que como tarea se comprometieron a tomar y publicar una foto diaria. Allí concluyeron que el publicar una foto cada día en ciertas personas motivaba a levantarse de la cama y publicar algo interesante, además de mejorar la sensación de bienestar y conexión con los demás.

Similar a los relatos encontrados de los participantes, la acción de compartir fotos de algo interesante o significativo puede llegar a aportar sensación de bienestar y comunidad con los usuarios con los que se interactúa, además de servir como una expansión de la memoria a la cual se puede acceder con facilidad. Puede que los recuerdos se borren o distorsionen, pero las fotografías y vídeos no lo hacen.

Aunque hay que tener precaución cuando se utiliza de manera frecuente las fotografías o vídeos para recordar, ya que puede pasar que al tomar demasiadas fotos pueda afectar nuestra capacidad de recordar, pues depositamos la responsabilidad de rememorar a nuestra cámara del celular y olvidamos por completo el contexto que nos rodea, haciendo que posteriormente nuestra memoria olvide detalles del momento que estamos viviendo (Benaamari, 2023).

Las redes sociales entonces permiten que, por medio de contenido como fotos, vídeos, comentarios, *likes*, etcétera, se conforme una identidad mediada por lo digital que permita el relacionamiento con otros usuarios. Según Lardies y Potes (2022):

> Se plantea, entonces, la identidad como una construcción virtual donde la comunidad permite una moratoria psicosocial al usuario en red. La narración a través del perfil posibilita la expresión de creencias y emociones por medio de publicaciones, fotos, vídeos, mensajes o memes. (p. 7)

Gestionar esa clase de contenidos dentro de las redes sociales posibilita abrir relaciones nuevas al usuario, donde puede crear comunidad, compartir con personas de distintas partes del mundo y además construir su propia identidad. Los memes se presentan como un contenido emergente con un potencial enorme dentro de las redes sociales, lo que permite la comunicación por medio de la burla, la sátira y el sarcasmo. La participante 4 nos narra que, al hacer uso de Instagram:

> *Lo utilizo mucho para memes. Creo que esa red social que más utilizo para memes. Pero es porque me gusta mucho como la comunicación de los memes. Me parece pues muy charra. Y me parece como una manera muy peculiar de comunicar.* (Participante 4, comunicación personal, 2024)

Los memes se han convertido en una herramienta comunicativa dentro de las redes sociales muy importante sobre todo dentro de la población joven. Los memes han servido como medio para protesta social, burlarse de la realidad, expresar emociones o alguna opinión, de modo que también sirve para crear comunidad dentro de la Red, al ser una unidad comunicativa de fácil replicación, basta con sólo compartir en el perfil para que este tenga un mayor alcance dentro de internet. Con respecto a la intención de compartir memes, la participante 4 nos cuenta que sus objetivos son:

> *Reírme. Reírme y quien lo vea, que se ría. O que alguien... Pues yo suelo poner memes que no solo me han reído, sino que con los que me siento identificada. Y me pasa mucho que yo los pongo en historias, por ejemplo, y la gente, mucha gente me contesta como si soy, por dos, o como cosas así. Entonces no es como que yo solo me siente identificada. En realidad yo me siento identificada y yo lo pongo y ya. (...) Pero pasa mucho que la gente también se hace como una doble identificación. Como que también se identifican. Y*

> *es como que me identifica tanto que me da risa.* (Participante 4, comunicación personal, 2024)

Los memes, al ser parte activa del contenido que se comparte dentro de las redes sociales, también hace parte de la identidad digital. Los usuarios pueden dotar a los memes en su perfil del sentido que deseen, desde expresar un descontento por algún problema social del país, compartir alguna idea, realizar activismo de algún tema, hasta expresar emociones. Tal como nos narra la participante 1 en su relato: *"Pues, lo que te decía es como para reflejar como, pues, al menos en Twitter, como en mi perfil, como que así es como me estoy sintiendo en ese momento"* (Participante 1, comunicación personal, 2024).

En el estudio realizado por Gonzáles Carmona (2022) se encontró que los memes son un medio bastante efectivo para expresar emociones en las redes sociales, además de que ayuda a configurarse a sí mismos y aquello que les rodea, por tanto, a construir su identidad. El autor narraba que estudiantes universitarios usaban activamente memes para expresar vivencias de cómo se sentían y desarrollaban durante la carrera, por medio de situaciones jocosas y burlescas lograban mediar sus emociones y preocupaciones haciéndoles sentir que no estaban solos en aquella situación, dado que lo que enseñaba esos memes en concreto narraban, según su percepción, momentos los cuales ellos estaban pasando, haciéndolos sentir acompañados por sus pares. Además, los memes al ser de naturaleza fácilmente replicable, veloz e intertextual, permiten comunicar de manera efectiva las ideas, problemas u emociones que se quiera transmitir de forma que impacte a un grupo masivo de usuarios (Arango Pinto, 2015).

Encontramos en los relatos que en su mayoría los contenidos que se comparten dentro de las redes sociales son obra de experiencias que han vivido las personas y que desean almacenar y compartir dentro de sus redes sociales, de manera que estas van en línea con su identidad *offline*, dado que los sentimientos, ideas, vivencias que plasman dentro de las redes son propias.

Así lo sostiene la participante 4 cuando se le pregunta si su identidad por fuera de las redes coincide o va en línea con su identidad digital:

> *No, ambas son iguales (…) Pero lo que yo pongo son pues cosas mías literal. Pues cosas como de mi vida cotidiana. O pensamientos que yo tengo. Que si yo los pongo en Twitter yo los puedo sostener en la vida real y son cosas que yo he dicho y además como que*

> *estas personalidades digitales son o sea son tan parecidas a mí en la vida real. Pues literalmente soy yo en la vida real.* (Participante 4, comunicación personal, 2024)

Es así como, según el relato, algunos participantes perciben que, gracias a los contenidos que comparten y gestionan dentro de las redes sociales, la identidad es íntegra en el sentido de que comparten una misma definición y expresión de sí mismos en ambos medios (*offline* y *online*).

Para Giones-Valls y Brustenga-Serrat (2010), "Una identidad digital bien gestionada y homogénea con la identidad analógica no sólo repercute en una vida más activa en todos los ámbitos sino que también tiende a consolidar un entramado social más sólido fuera de Internet" (p. 3). Aunque todo esto depende de la calidad del contenido que se comparta dentro y fuera de la Red, ya que las redes sociales por su naturaleza digital, permiten también explorar otras facetas de la identidad que no necesariamente deben estar alineadas con la identidad analógica u offline.

En definitiva, para tener un correcto manejo de los contenidos que se comparten y difunden en la red se debe ser consciente del sentido y la intención comunicativa que se quiere dar, sumado a las precauciones de privacidad y seguridad que se hablaron en el apartado anterior. Herramientas comunicativas como lo son las fotos, vídeos, *likes*, comentarios, memes, chats, entre otros, nos ayudan a construir y gestionar nuestra identidad digital, donde cada vez se interactúa más por este medio y resulta, en algunos casos, complejo de manejar. Es por ello por lo que se debe tener una debida planificación de los contenidos y riesgos que implica subir o no determinada información a nuestras redes, para así tener una visual íntegra de nuestro perfil y permanecer seguros en la Red.

6.3.1 Creación de contenidos profesionales y emprendimiento en redes sociales

Los propósitos o niveles de las redes sociales son tan variados como se los imagine, existen plataformas dedicadas meramente a la relación con otros usuarios, como Facebook, Instagram, Twitter (ahora X), Tinder, entre otras. También hay otras orientadas al entretenimiento multimedia como Spotify, YouTube, TikTok, Pinterest, etc. Así como otras también populares y son las redes sociales profesionales, la más famosa de ellas es LinkedIn, este

tipo de plataformas es creado para crear relaciones profesionales, difundir proyectos corporativos, subir currículums, entre otros (RD STATION, s.f).

Lo que nos atañe dentro de este apartado es este último nivel mencionado de las redes sociales, el profesional. Aunque haya redes sociales dedicadas meramente a estas relaciones profesionales, es cierto que algunos personajes como los llamados *influencers* utilizan otras redes sociales, dedicadas en su mayoría al relacionamiento con otras personas, para publicar sus emprendimientos y hacer su trabajo allí. Tal es el caso de la participante 4 quien afirma:

> *Entonces pues yo hago publicaciones, pongo reels, pongo historias, hago en vivos. Y... Pero esto es como más... Como con fines de venta. Pero he tratado de adaptar como que sea con fines de venta, pero también a la necesidad como de la gente... Pues la razón por la que la gente tiene Instagram es para ver memes. Entonces por ejemplo en mi emprendimiento me toca montar memes relacionados como a la marca. Y cosas así porque toca adaptar como... Como que toca adaptar el mercado a la herramienta.* (Participante 4, comunicación personal, 2024)

Hacer un análisis del público objetivo a impactar es muy importante a la hora de publicar cualquier contenido dentro de las redes sociales, esto gracias a que, si genera un impacto positivo, esto repercute en los éxitos de venta de su trabajo, logrando así también mayor visibilidad, alcance y beneficios.

Conocer los gustos, edad, ubicación, entre otras características de la población es fundamental a la hora de emprender dentro de las redes sociales, esto gracias a que permite afinar la estrategia de marketing que se utilizará, además de la parrilla de contenidos que abarque diversos objetivos comunicativos, como informativos, educativos, entretenimiento, entre otros (Telefónica, 2023). Al respecto, la participante 4 narra que:

> *Yo soy diseñadora, yo hago pues ropa, pero el nicho de mi ropa es para gente que asiste a eventos de música entonces en ese caso a mí me serviría en mi perfil publicar contenido de música y de moda las dos juntas, entonces yo lo que estaba pensando es empezar a compartir contenido de valor relacionado con la música y con la moda y de esa manera*

> *traer como más gente ese tipo de público, porque la idea que pues como lo que estaba pensando es empezar a monetizar el perfil.* (Participante 4, comunicación personal, 2024)

Es entonces como reconocemos que el contenido que se comparte desde un perfil profesional es demasiado importante para manejar un emprendimiento en redes sociales, para ello habría que emplear varias estrategias de marketing. Cabe resaltar que este contenido también hace parte de crear y construir una identidad, en este caso, una identidad de marca o corporativa. Está definida como el conjunto de valores, principios e imagen que la empresa posee (Currás Pérez, 2010).

Por otro lado, gracias a que algunas personas que usan redes sociales tienen dos perfiles, uno personal y otro profesional, esto permite dividir los contenidos que allí comparten, algunos se encuentran en la transición de hacer ese paso a crearse una cuenta meramente profesional y otros, ya la tienen. En el caso del participante 2, se encuentra en esta transición y nos relata que:

> *Y me pasa ahora a veces que cuando quiero subir algo como ya estoy metido en ciertos ámbitos profesionales en donde ya intercambio el Instagram con ciertas personas del trabajo, eh ya me lo pensé dos veces como oh, ¿será que esto sí lo debo subir?, pero es que esto lo va a haber cierta persona con la que trabajo, no sé si quiero que esa persona vea eso*. (Participante 2, comunicación personal, 2024)

En este relato vemos una cierta autocensura e hipervigilancia en el sentido de que ahora la persona piensa dos veces antes de publicar cierta clase de contenido dentro de su perfil personal por el qué dirán sus compañeros laborales, debido a que la reputación como profesional es muy importante para el individuo y debe conservar la imagen positiva que tienen los demás sobre él. Asimismo, el participante 3 nos dice que:

> *Sí, tengo muy como en diferencia lo que es mi cuenta personal, donde ahí sí publico más sobre mis amigos, mi familia y lo que hago todos los días. A mis cuentas profesionales, que solo es hablando sobre cómo mejorar, pues, tu estilo de vida, tu piel, la calidad, la belleza, cabello, todo eso. Entonces, sí como que obviamente hay temas que no subo*. (Participante 3, comunicación personal, 2024)

Se puede inferir entonces gracias a los relatos de los participantes que hay una preocupación por mantener un estatus en su contexto profesional, donde apartan contenido que puede resultar sensible o poco interesante para su público y compañeros de trabajo. Esto es una buena práctica ya que al tener estos dos contextos separados debidamente se puede tener una mayor facilidad y coherencia con el objetivo de cada perfil, permitiendo así separar esferas de vida que en conjunto puede resultar confuso y a veces hasta problemático. Martínez de Salinas (2013) recomienda separar estos dos perfiles, el profesional y el personal o social, ya que esto puede ayudar a aplicar un filtro en nuestro contenido y evitar complicaciones futuras con compañeros de trabajo, jefes u organizaciones. El contenido que se publica en estos medios digitales puede ser sensible, por lo que separar ambos perfiles es una solución sencilla y bastante efectiva para prevenir malentendidos.

Ahora bien, algunos usuarios usan las herramientas y facilidades que otorgan las redes sociales para publicitar no sólo sus emprendimientos, sino también sus servicios. Varios profesionales promocionan sus habilidades a la orden de los demás usuarios que navegan la red, por ejemplo en el caso de los psicólogos, ofrecer tutorías, asesoría psicológica, agendamiento de citas, *tips*, etc. Al respecto, el participante 2 nos comenta que:

> *Solo hay que ver cómo son los perfiles de psicología ahora mismo, creo que son una copia el uno del otro todos los perfiles de psicología en redes sociales, son prácticamente tips de para en algún aspecto de la vida. No sé si es que no hay otras formas de venderse, pero sí, o sea, los contenidos en eso son imágenes con texto, texto corto, son videos pequeños de la gente, que de hecho hay una línea muy difusa entre eso y el coaching, ya cuando el contenido es tan pequeño ya parecen consejos que podría dar cualquier persona sin necesariamente ser un profesional.* (Participante 2, comunicación personal, 2024)

Y es que aunque para el psicólogo profesional pueda ser ventajoso el uso de redes sociales, sobre todo para captar nuevos clientes, es importante aclarar que se debe tener suma precaución y cautela a la hora de tratar temas delicados de salud mental, ya que es posible generar en la población cierta incertidumbre o desinformación si los contenidos no son creados por profesionales con una rigurosa praxis ética.

Es importante definir el rol del psicólogo a la hora de usar redes sociales, principalmente cuando se habla de un perfil profesional, ya que al interactuar con usuarios de la red y no tener una relación cara a cara es muchísimo más necesario llevar un proceso de confiabilidad, ética y profesionalismo con estos (Gonzáles Bravo, 2023). Es por eso que es tan delicado tratar temas de salud mental dentro de las redes sociales, ya que al ser una plataforma de fácil difusión, se puede llegar a malentendidos dentro de la misma, es por ello que el rol profesional del psicólogo debe estar bien definido y su contenido, debidamente planeado. Según Gonzáles Bravo (2023):

> Cuando se usan las redes sociales con responsabilidad, evitando generalizar, dirigiendo un trato empático hacia las personas, las dinámicas son más francas, llevaderas y simbólicas, en cambio cuando te comunicas por impulsividad, generalizando o difundiendo información errática esto traerá consecuencias negativas tanto para tu imagen como para lo que se cree sobre esta ciencia, ya que al ser las redes sociales una ventana de difusión masiva debe tenerse especial cuidado con lo que se quiera mostrar. (p. 21)

Por lo tanto, la psicología en redes sociales debe ser tratada con sumo cuidado por los profesionales, para cuidar la integridad de los usuarios que tengan interés en los contenidos que se publican en estos perfiles. Es importante para el profesional sacar el máximo provecho a estos medios digitales gracias a que antes no se tenían herramientas que atrajeran público de una forma tan eficaz y rápida, además de que gracias a la naturaleza de las redes sociales permite crear redes de apoyo, compartir experiencias, reconocer síntomas y a la vez, acudir a ayuda profesional, nunca se ha tenido al profesional de manera tan cercana como lo es hoy en día y es una oportunidad gigante para los psicólogos hoy en día (Gonzáles Bravo, 2023).

En definitiva, las redes sociales tienen infinidad de usos dependiendo de la plataforma que se use, es responsabilidad del usuario saber cómo utilizarla de manera correcta, ética y profesional. Colaborar en un emprendimiento u ofrecer servicios o productos por estos medios puede resultar beneficioso en el sentido de que, gracias a la naturaleza de las redes sociales, puede alcanzar a un gran número de público, pero eso sí, se debe ser responsable con lo que se publica y de las estrategias para atraer a aquel público.

Mantener un perfil profesional distinto al personal resulta útil si se quiere mantener una mejor coherencia con el público al que se impacta con el contenido que se crea y comparte,

además de que añade un blindaje al usuario a la hora de evitar malentendidos con sus actuales o futuros trabajos. En general se debe ser consciente de las ventajas y desventajas de las redes sociales para aprovechar al máximo sus posibilidades sin entrar en riesgos de privacidad, seguridad e integridad.

7. Discusión

El objetivo de este estudio fue comprender cómo jóvenes construyen su identidad digital por medio del uso de las redes sociales. Estas han transformado la manera en la que las personas se relacionan entre sí y, a su vez, cambia la forma cómo se comunican y también la forma en la que construyen y gestionan su identidad. Este proceso no es meramente individual, sino que en su relacionamiento con los demás, estos también cumplen un papel fundamental en la construcción de su identidad. Este proceso está en constante cambio, la identidad no es estática y se va transformando conforme la persona se conoce a sí misma y también en cómo se relaciona con los demás usuarios que navegan la Red. Comprender lo que se comparte: las imágenes, los estados que posteamos, los comentarios, en general la información que allí se almacena y hasta el cómo nos relacionamos hace parte de esta identidad que mediante herramientas digitales nos ayuda a hacernos a nosotros mismos en la Internet.

Por tanto, durante este apartado se conocerán distintos aspectos derivados de la investigación en discusión con los hallazgos que realizaron otros autores en sus estudios. En primer lugar, se abordará la identidad prefabricada y las facilidades que presta las plataformas digitales para explorar facetas de la identidad en los usuarios de redes sociales; luego se tratarán aspectos correspondientes al rol del usuario en la construcción de su identidad, así como la naturaleza de la identidad, donde se entiende que se comprende de varios medios en los que se desarrolla y compone; y por último se tratarán aspectos propios de las redes sociales como su enfoque laboral, la responsabilidad que deben tener los usuarios en su contenido y con su público.

Para empezar, similar a lo que encontró Turkle (1997) en su momento, los usuarios gestionan su identidad digital de tal forma que buscan explorar facetas que en la vida por fuera de la pantalla no se es fácil. Aunque en el estudio no se encontró que realizaban cambios drásticos como sexo, edad, etnia u otros, sí es cierto que en algunos participantes se encontró que percibían que eran menos tímidos en redes sociales en comparación con “la vida real”, es decir, se les facilitaba mejor la comunicación por los medios digitales que por los convencionales (hablar cara a cara). Bohórquez López y Rodríguez-Cárdenas (2014) encontraron algo similar dentro de sus estudios, donde sostienen que, de igual forma, algunos adolescentes percibían que la interacción por medio de las redes sociales facilitaba la comunicación a personas con baja autoestima o

tímidas. Esto gracias a que el contacto por medios digitales permitía tener más tiempo para matizar o pensar las respuestas a lo que se conversaba.

Las redes sociales plantean un escenario donde es rico explorar facetas de la identidad que normalmente a las personas les presentaría dificultad desarrollar en contextos *offline*; es gracias al anonimato, las herramientas que ofrece cada plataforma y también a la ausencia de presencialidad, donde aumenta así las posibilidades de la persona para expresarse y relacionarse como desee. En esta exploración, de su yo *online*, aparecen variables como la identidad prefabricada, donde gracias a los medios digitales, las personas pueden moldear la expresión de su identidad a gusto (Gardner & Davis, 2014). Esta manera de emplear las redes sociales puede resultar beneficiosa para personas cuya expresividad *offline* les resulta difícil, tal como se evidenció en algunos participantes de esta investigación y también visto en otros estudios (Bohórquez López y Rodríguez-Cárdenas, 2014). Asimismo, la posibilidad de explorar nuevas relaciones con los demás usuarios, ampliando así su círculo social y de influencia dentro de la plataforma Lardies & Potes, 2022).

Sin embargo, esta faceta de la construcción de la identidad debe ser tratada con precaución ya que puede generar escenarios donde se presente una cierta máscara que, en su afán por querer la aceptación de los demás, se olvide del potencial de construcción y desarrollo de su propia identidad, dándole más importancia a la percepción que tienen los demás sobre sí mismo. Autores como Goffman (2012) llaman a esto una máscara que, mediante el *performance*, actúa para los demás usuarios entreteniéndolos y preocupado por el *feedback* o retroalimentación que le da su público, adaptándose a lo que el público le atraiga más (Goffman, 2012; Lardies & Potes, 2022; Wängqvist y Frisén, 2016). Aunque es cierto que la mirada del otro es importante en toda construcción de identidad, no se puede olvidar el foco principal de la construcción de esta identidad *online* y es conocerse a sí mismo, sólo así se puede sacar el máximo provecho a estas herramientas digitales y, por tanto, tener una identidad más íntegra y coherente consigo mismo.

Por otro lado, hay que anotar que esta construcción y gestión de la identidad digital no es un yo aparte de su identidad *offline*, sino una extensión de diversas representaciones adaptadas al contexto y la plataforma. Por tanto, no es posible hablar de un yo *offline* y otro yo *online*, sino que ambas partes funcionan como una extensión de la identidad de la persona que, dependiendo del medio, se comporta de una forma u otra, complementándose para construir a la persona en sí misma, una cierta identidad multifacética, con su conjunto de comportamientos, ideas, etc. Esto

se asemeja a la línea con la que algunos autores sostienen que el proceso de identificación nunca para y está en constante construcción, donde dependiendo del medio en el que la persona se movilice este se comporte de una u otra forma sin dejar de ser él mismo, es en las múltiples facetas que la identidad se va construyendo (Hall, 1996; Vignoles et al., 2011). En el estudio realizado por Castañeda y Camacho (2012) se encontró que los adolescentes percibían que su "yo virtual" coincidía con su "yo real" en un 7,6 en una escala del 1 al 10. Y de forma similar se encontró hallazgos en esta línea durante este estudio, por ejemplo, algunos participantes percibían ser sí mismos tanto fuera de las pantallas como dentro de ellas, que, aunque hubo algunos cambios en su comportamiento cuando se encontraban en los medios digitales, no percibían "ser otra persona", sino lo que hacían era adaptarse al medio, aunque eso sí, colocaban énfasis en que lo que se encontraba dentro de sus redes sociales o medios digitales no representaba al 100% lo que ellos eran, sólo una parte. Similar a lo encontrado en estudios realizados por otros autores que concluían que entre la identidad *online* y la identidad por fuera de los medios digitales no coincidía al cien por ciento (Gardner & Davis, 2014; Turkle, 1997). Así que para conocer por completo a la persona no se debe quedar solo con la impresión que este genere dentro de las redes sociales, sino también conocer cómo este se comporta en otros contextos.

En cuanto a los otros contextos donde se desenvuelven las personas, uno de los aspectos a resaltar del uso que nos brinda las redes sociales es el laboral, donde plataformas como LinkedIn les permite a sus usuarios conectar de manera profesional con otras personas con el principal objetivo de entablar relaciones laborales. La percepción de los participantes frente al uso de estas plataformas fue difusa debido a que, a la hora de realizar la investigación, unos cuantos empezaban su vida laboral y solo contaban con un perfil personal, lo que le presentaba dificultad a la hora de compartir cierto contenido, esto debido a la preocupación que presentaban si una persona relacionada con su trabajo lograba ver el contenido, es decir, miedo al qué dirán. Este miedo o duda a la hora de compartir su contenido a las redes sociales coincide con hallazgos en estudios anteriores que relatan la importancia de separar los contenidos personales con los profesionales (Martínez de Salinas, 2013).

El potencial de las redes sociales puede ser usado en los ámbitos profesionales y es algo que los participantes perciben. Es por ello por lo que gestionar dos perfiles, uno personal donde se comparte contenido de ocio, fotos y vídeos de sus experiencias; y otro profesional, donde se compartan proyectos, asesorías y promocionen su contenido, es bastante valioso a la hora de

manejar las redes sociales. Sin embargo, también se debe tener cuidado con la ética profesional que allí se maneja, el mensaje que se quiere transmitir y también la percepción que tengan los demás usuarios del contenido que se comparte. Gonzáles Bravo (2023) va en línea con este discurso al afirmar que se debe tener un sumo cuidado a la hora de utilizar las redes sociales profesionales en una carrera como la psicología, que es la profesión común de la mayoría de los participantes del estudio, ya que publicar contenido de salud mental puede ser delicado para algunos públicos sino se trata con el debido profesionalismo y responsabilidad. Las redes son una plataforma que tiene muchísimo alcance, es por ello por lo que los profesionales de la salud, deben manejar estos temas de promoción y prevención con una ética y moral debidas. Por esta razón algunos participantes optan por tener un perfil aparte que les permita filtrar de una mejor manera su contenido relacionado con su profesión, de forma que puedan, de manera responsable, informar sobre temas de salud mental, cuidado de la piel o cualquier otro emprendimiento que se maneje por estas plataformas.

Asimismo, se evidenció dentro del estudio una preocupación generalizada sobre lo público y lo privado que se comparte dentro de las redes sociales. Algunos participantes perciben que, a la hora de compartir cualquier información en la Red, en específico las redes sociales, se pierde el sentido privado e íntimo de esta, ya que es visto como un medio de expansión donde grandes flujos de usuarios pueden acceder a ver ese contenido. Aunque son conscientes de los riesgos e implicaciones que implica publicar toda clase de contenido en las redes, siguen haciéndolo. Sin embargo, en concordancia con algunos autores se debe profundizar en las implicaciones que compromete publicar cierto tipo de información delicada en internet, ya que puede haber filtraciones de seguridad y privacidad dentro de estas que pueden comprometer la integridad del usuario, es por ello por lo que se debe profundizar en una pedagogía que permita conocer las ventajas y riesgos de usar estas plataformas sociales (Castañeda & Camacho 2012; Sabater Fernández, 2014; Sibilia, 2008).

Apostar por el uso responsable de las redes sociales permite construir y gestionar la identidad digital de una forma segura para el usuario, donde mediante el relacionamiento con las demás personas, compartir y crear contenido, y hacer uso de las distintas herramientas que ofrecen las plataformas hacen que la persona se desenvuelva en este medio de manera satisfactoria y permita conocerse a sí mismo para seguir construyendo su propia identidad.

8. Conclusiones

A lo largo de esta investigación se evidenció cómo la identidad por medios digitales se configura como un fenómeno dinámico, que está en constante transformación y construcción, a la vez que las redes sociales tienen una gran influencia en la cimentación de la identidad de la persona, principalmente en entornos digitales. Del uso que les den los jóvenes a estas plataformas digitales dependerá en gran medida cómo se configure la forma en la que sí mismo y los demás lo perciban, si de manera positiva o negativa. Es por medio de estas plataformas digitales que las personas pueden abrir el horizonte de relaciones, en las que descubren nuevas personas, gustos e intereses. Además, permite conocerse a sí mismo gracias a la naturaleza misma de las redes sociales, las cuales, por medio de la personalización de su perfil, biografía y contenido, pueden acceder a facetas que normalmente no explorarían en su vida *offline*, tales como facilitar la expresión comunicativa en el caso de personas tímidas.

A partir de los relatos de los participantes, se concluye que la percepción acerca del papel de las redes sociales en la construcción de su identidad ha sido positiva, esto gracias a que les ha permitido explorar aspectos de sí mismos que se les dificulta con normalidad desarrollar por fuera de la pantalla, así como también sirve como medio, gracias a su naturaleza viral, de difundir sus ideas, hacer parte de grupos y hasta realizar emprendimientos que les ayude a generar un ingreso económico. Además, los jóvenes perciben que su identidad *online* y *offline* coinciden, así como también que se comportan como una extensión una de otra, que, en conjunto con los otros contextos, formarían su identidad al cien por ciento.

Por otro lado, las redes sociales permiten abrir puertas al mundo profesional donde los usuarios pueden formar relaciones laborales, promocionar su contenido y conseguir nuevos clientes. Tener dos perfiles, uno profesional y uno personal es una práctica útil a la hora de gestionar nuestra identidad dentro de estos medios digitales, gracias a que la separación de contenidos permite un mejor enfoque hacia el público al que va dirigida la información, evitando así malentendidos y ayudando así a brindar al profesional una imagen mucho más coherente con lo que se presenta.

Gracias a que las redes sociales son un medio digital que permite almacenar información es importante ser responsable con el contenido que allí mismo se guarda, ya que no sólo la mirada del otro opera sobre el usuario, también la mirada de grandes corporaciones con

intenciones publicitarias y de *marketing*, incluso la hipervigilancia de sí mismo, esto debido a que constantemente se está evaluando el impacto del contenido que se crea o comparte con el público que está en redes sociales, ya sea mediante la aprobación con un *like*, compartir o comentar, así como la calidad de estos, si son positivos y negativos. Por lo tanto, crear una parrilla de contenidos (si es un perfil profesional) o tener una línea ética y responsable de qué compartir y qué no es muy importante a la hora de gestionar la identidad digital.

Asimismo, se debe ser prudente con el contenido que se presenta dentro de las redes sociales ya que en muchos casos se puede caer en malinterpretaciones por parte de los usuarios, así como traspasar la barrera entre lo público, lo íntimo y lo privado. En los últimos años no se había visto tal daño a la privacidad de los usuarios en las redes sociales (Sibilia, 2008), los cuales son víctimas de hackers, empresas capitalistas que usan su información para publicitar sus productos o, por otro lado, víctimas de su propia mano al desbordar la red con su propia información. Los jóvenes son conscientes de que su privacidad puede ser vulnerada, sin embargo, a menudo utilizan prácticas de seguridad y prevención, además de asumir actitudes críticas con el contenido que comparten y consumen, para evitar así afectar su imagen dentro y fuera de las redes sociales.

Para finalizar, en un entorno donde la visibilidad y la reputación en línea tienen un impacto cada vez mayor en su vida tanto personal como profesional, es importante formar a los jóvenes con habilidades digitales que les permitan, de manera responsable, íntegra y ética, conocerse a sí mismos y permitir relacionarse con los demás.

9. Recomendaciones

Para futuras investigaciones sobre el tema sería interesante aumentar el número de participantes de la investigación con respecto a las redes sociales y su impacto en la construcción de la identidad digital, ya que esto abriría mucho más la discusión y entendimiento del fenómeno a gran escala y permitiría explorar otros matices a partir de un conjunto de relatos más amplios.

Una de las limitaciones de este estudio es que no se recolectó el material digital que compartían los integrantes del estudio dentro de las redes sociales, por lo que se recomendaría recoger, analizar y profundizar en la semiótica de los contenidos tales como memes, vídeos, fotos, comentarios que comparten los integrantes del estudio dentro de las redes sociales, ya que esto permitiría conocer a profundidad los procesos de significación, intención y mensajes que allí se comparten. Asimismo, gracias al auge de la inteligencia artificial, resultaría interesante abordar el cómo este tipo de tecnología impacta en la construcción de la identidad, y cómo esta se ha ido introduciendo más dentro de las redes sociales, por lo que sería interesante indagar esa relación e influencia.

Por último, recomendaría estudiar estrategias de alfabetización para los jóvenes en base a que conozcan habilidades digitales que les permitan navegar de manera segura y eficaz por la red, manteniendo su privacidad y seguridad. Así como también buscar estrategias efectivas para la creación y gestión de sus perfiles profesionales (si los tienen), para así generar un impacto positivo no sólo en la investigación, sino también en los integrantes del estudio.

Referencias

Aparici, R., & Osuna-Acedo, S. (2013). La cultura de la participación. *Revista Mediterránea de Comunicación*, *4*(2), 137-148. https://doi.org/10.14198/MEDCOM2013.4.2.07

American Psychological Association. (2017). *Ethical Principles of Psychologists and Code of Conduct.* https://www.apa.org/ethics/code

Arango Pinto, L. G. (2015). Una aproximación al fenómeno de los memes en Internet: claves para su comprensión y su posible integración pedagógica. *Comunicação Mídia E Consumo*, *12*(33), 109-131. https://doi.org/10.18568/cmc.v12i33.677

Bastié, A. (s.f.). *¿Por qué es común que los investigadores transcriban entrevistas cualitativas?* https://bit.ly/3Xvchjp

Benaamari, O. (2023). *El botón de la felicidad: hacer fotos y subirlas a las redes sociales es beneficioso para la salud*. https://bit.ly/4kabs9N

Bohórquez López, C., & Rodríguez-Cárdenas, D. E. (2014). Percepción de Amistad en Adolescentes: el Papel de las Redes Sociales. *Revista Colombiana de Psicología*, *23*(2), 325-338. https://doi.org/10.15446/rcp.v23n2.37359

Brewster, L., & M Cox, A. (2019). The daily digital practice as a form of self-care: Using photography for everyday well-being. *Health*, *23*(6), 621-638. https://doi.org/10.1177/1363459318769465

Canto Ortíz, J. M., & Moral Toranzo, F. (2005). El sí mismo desde la teoría de la identidad social. *Escritos De Psicología - Psychological Writings*, *1*(7), 59-70. https://doi.org/10.24310/espsiescpsi.vi1.13399

Cantor-Silva, M. I., Pérez-Suárez, E., & Carrillo-Sierra, S. M. (2018). Redes sociales e identidad social. *Aibi revista de investigación, administración e ingeniería*, *6*(1), 70-77. https://doi.org/10.15649/2346030X.477

Castañeda, L., & Camacho, M. (2012). Desvelando nuestra identidad digital. *Profesional de la información*, *21*(4), 354-360. https://doi.org/10.3145/epi.2012.jul.04

Castro Gerónimo, A., & de la Villa Moral Jiménez, M. (2017). Uso problemático de redes sociales 2.0 en nativos digitales: Análisis biográfico. *Salud y drogas*, *17*(1), 73-85.

Colombia. Congreso de la República. (2006). *Ley 1090 del 2006. (6 de septiembre). por la cual se reglamenta el ejercicio de la profesión de Psicología, se dicta el Código Deontológico y Bioético y otras disposiciones.* Diario oficial No 46. 383.

Cueva Torres, F. d. (2019). Etnografía digital: Construcción de identidad virtual en adultos - jóvenes en Instagram. *Universidad Casa Grande*, 1-154.

Currás Pérez, R. (2010). Identidad e imagen corporativas: revisión conceptual e interrelación. *Teoría y Praxis*, (7), 9-34.

Dans, E. (2014). *Redes sociales y autocensura*. http://bit.ly/4aXmrPo

Del Prete, A., & Redon Pantoja, S. (2020). Las redes sociales on-line: Espacios de socialización y definición de identidad. *Psicoperspectivas, 19*(1), 86-96. http://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol19-issue1-fulltext-1834

Díaz-Bravo, L., Torruco-García, U., Martínez-Hernández, M., & Varela-Ruiz, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en educación médica, 2*(7), 162-167.

Durango, A. (2014). *Las redes sociales.* IT Campus Academy.

El Cronista. (2024). *Los posteos en redes ponen en riesgo el empleo, según 76% de los expertos*. https://bit.ly/3CQCv98

Ellison, N., Heino, R., & Gibbs, J. (2006). Managing Impressions Online: Self-Presentation Processes in the Online Dating Environment. *Journal of Computer-Mediated Communication*, *11*(2), 415-441. https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.00020.x

Escobar Triana, J., & Aristizábal Tobler, C. (2011). Los principios en la bioética: fuentes, propuestas y prácticas múltiples. *Revista Colombiana de Bioética, 6,* 76-109.

Flick, U. (2007). *Introducción a la investigación cualitativa*. Ediciones Morata S, L.

Gardner, H., & Davis, K. (2014). *La generación APP: Cómo los jóvenes gestionan su identidad, su privacidad e imaginación en el mundo digital* (1ª ed.). Editorial Planeta Colombiana S.A.

Gialdino, I. V. (2006). *Estrategias de investigación cualitativa*. Editorial Gedisa S.A.

García Pérez, M. Á. (2006). Los principios de la bioética y la inserción social de la práctica médica. *Revista de administración sanitaria*, 341-356.

Giones-Valls, A., & Brustenga-Serrat, M. (2010). La gestión de la identidad digital: una nueva habilidad. *BiD: Textos universitaris de biblioteconomia i documentació*. https://doi.org/10.1344/105.000001545

Goffman, E. (1997). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Amorrortu editores.

Goffman, E. (2006). *Estigma. La identidad deteriorada*. Amorrortu editores.

Goffman, E. (2010). *Estigma: La identidad Deteriorada*. Amorrortu Editores.

Goffman, E. (2012). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Amorrortu Editores.

Gomes-Franco-Silva, F., & Sendín-Gutiérrez, J.-C. (2014). Internet como refugio y escudo social: Usos problemáticos de la Red por jóvenes españoles. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, *22*(43), 45-53. https://doi.org/10.3916/C43-2014-04

Gonzáles Bravo, A. V. (2023). La psicología en las redes sociales. *Magazín Universitario*, 19-23.

Gonzáles Carmona, F. L. (2017). Uso de memes como mediadores de las vivencias de estudiantes universitarios. *Congreso Nacional de Investigación Educativa - COMIE*, 1-11.

Gonzáles Carmona, F. L. (2022). Vivencias en torno al término de la licenciatura: su expresión mediante memes de internet. *Revista panamericana de pedagogía*, (33), 55-70. https://doi.org/10.21555/rpp.v33i33.2396

Hall, S. (1996). Introducción: ¿quién necesita "identidad"? En S. Hall, & P. du Gay, *Cuestiones de identidad cultural* (pp. 13-39). Amorrortu Editores.

Han, B.-C. (2013). *La sociedad de la transparencia*. Herder Editorial.

Han, B.-C. (2014). *En el enjambre*. Herder Editorial.

Han, B.-C. (2022). *Infocracia: la digitalización y la crisis de la democracia*. Taurus Editorial.

Han, B.-C. (2023). *La crisis de la narración*. Herder Editorial.

Hernández-Orellana, M. P., Pérez-Garcias, A., & Roco-Videla, Á. G. (2021). Identidad digital y conectividad: conocimiento y actitudes en estudiantes universitarios chilenos. *Formación universitaria*, *14*(1), 147-156. https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062021000100147

Huang, J., Kumar, S., & Hu, C. (2021). A literature review of Online Identity reconstruction. *Frontiers in psychology*, *12*, 1-10. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.696552

Huang, K. (2022). *TikTok, el motor de búsqueda para la generación Z*. http://tiny.cc/3hv9001

Infobae. (2020). *El humor en tiempos de coronavirus: ¿está bien compartir memes y hacer chistes?* Infobae. http://tiny.cc/qhv9001

Instituto de Neurociencias Aplicadas [INA]. (2023). *El impacto de las redes sociales en nuestro cerebro.* Instituto de Neurociencias Aplicadas. https://tinyurl.com/msmzrfpu

Islas Torres, C., & Carranza Alcántar, M. d. (2011). Uso de las redes sociales como estrategias de aprendizaje. ¿Transformación educativa? *Apertura: Revista de innovación educativa*, *3*(2), 6-15.

Johnson, A. J., & Morley, E. G. (2021). Sharing Personal Memories on Ephemeral Social Media Facilitates Autobiographical Memory. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, *24*(11), 697-773. https://doi.org/10.1089/cyber.2020.0511

Kemp, S. (2023). *DIGITAL 2023: Colombia. Datareportal*.

Kim, H.-W., Zheng, J. R., Zheng, & Sumeet, G. (2011). Examining knowledge contribution from the perspective of an online identity in blogging communities. *Computers in Human Behavior*, *27*(5), 1760-1770. https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.03.003

Lardies, F., & Potes, M. V. (2022). Redes sociales e identidad: ¿desafío adolescente? *Avances en Psicología*, *30*(1), 1-17. https://doi.org/10.33539/avpsicol.2022.v30n1.2528

López, A. (2024). *Ayuda en Acción*. https://tinyurl.com/3uw824hr

Lovink, G. (2019). *Tristes por diseño: las redes sociales como ideología*. Consonni.

Lozano Salinas, J. M. (2008). La web 2.0. *Avances en Supervisión Educativa*, (8), 1-6.

Macchi, F. (2024). *'Podredumbre cerebral' o lo que el abuso de contenido basura en internet puede hacerle a la mente*. EL PAÍS. https://tinyurl.com/kzyehzsu

Martínez de Salinas, J. (2013). *Mantener nuestro perfil social separado del profesional*. Juan Martínez de Salinas. https://tinyurl.com/rytm59ca

Morán-Pallero, N., & Felipe-Castaño, E. (2021). Autoconcepto en las redes sociales y su relación con el afecto en adolescentes. *Behavioral Psychology / Psicología Conductual*, *29*(3), 611-625. https://doi.org/10.51668/bp.8321306s

Muros, B. (2011). El concepto de identidad en el mundo virtual: el yo online. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, *14*(2), 49-56.

Orihuela, J. L. (2008). Internet: la hora de las redes sociales. *Nueva revista*, (119), 57-62.

Ospina Salazar, C. E. (2018). *Propuesta para el desarrollo de competencias en gestión de identidad digital para integrantes de los grupos de investigación de la Universidad de Antioquia* [tesis de pregrado, Universidad de Antioquia Medellín]. Repositorio Institucional Universidad de Antioquia.

Otzen, T., Manterola, & Carlos. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *Int. J. Morphol*, *35*(1), 227-232. http://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037

Oxford University Press. (2024). *'Brain rot' named Oxford Word of the Year 2024*. Oxford University Press. https://tinyurl.com/94d2skuj

Pérez Subías, M. (2012). Identidad digital. *Revista TELOS (Revista de Pensamiento, Sociedad y Tecnología,* (91), 54-58.

Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Inmigrants. On the Horizon. *MCB University Press*, *9*(5), 1-6.

Ramírez Perdomo, C. A. (2016). Fenomenología hermenéutica y sus implicaciones en enfermería. *Index de Enfermería*, *25*(1-2), 82-85.

RD STATION. (s.f). *Redes sociales*. RD STATION. https://www.rdstation.com/es/redes-sociales/

Ros-Martín, M. (2009). Evolución de los servicios de redes sociales en internet. *Información científica y técnica*, *18*(5), 552-557. https://doi.org/10.3145/epi.2009.sep.10

Sabater Fernández, C. (2014). La vida privada en la sociedad digital. La exposición pública de los jóvenes en internet. Aposta. *Revista de Ciencias Sociales*, (61), 1-32.

Sandoval-Almazán, R. (2011). Mentes en peligro: El daño de internet en nuestro cerebro. *Convergencia*, *18*(56), 241-248.

Scandroglio, B., López Martínez, J. S., & San José Sebastián, M. C. (2008). La Teoría de la Identidad Social: una síntesis crítica de sus fundamentos, evidencias y controversias. *Psicothema*, *20*(1), 80-89.

Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Fondo de Cultura Económica.

Strauss, A., & Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada.* Editorial Universidad de Antioquia.

Syntonize. (s.f). *Elon Musk compra Twitter: ¿Cuáles son las consecuencias?* Syntonize. https://tinyurl.com/2y4rya3n

Telefónica. (2023). *La importancia de las redes sociales al emprender*. Telefónica. https://tinyurl.com/4jcuxy9z

Turkle, S. (1997). *La vida en la pantalla: la construcción de la identidad en la era de Internet*. Editorial Paidós.

Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales* (1ª ed.). Siglo Veintiuno Editores.

Vignoles, V. L., Schwartz, S. J., & Luyckx, K. (2011). Introduction: Toward an Interrogative View of Identity. *Handbook of Identity Theory and Research*, *1*-27. https://doi.org/10.1007/978-1-4419-7988-9_1

Wängqvist, M., & Frisén, A. (2016). Who am I Online? Understanding the Meaning of Online Contexts for Identity Development. *Adolescent Research Review*, *1*, 139-151. https://doi.org/10.1007/s40894-016-0025-0

Wei, M. (2021). *Cómo influyen las redes sociales en tus recuerdos*. Psychology Today en Español. https://tinyurl.com/stb99na2

Zhao, S., Sherri, G., & Jason, M. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in achored relationships. *Computers in Human Behavior*, *24*(5), 1816-1836. https://doi.org/10.1016/j.chb.2008.02.012

Anexos

El siguiente anexo contiene el consentimiento informado con el cual se dio autorización a la participación y grabación de la entrevista para el estudio.

Título del proyecto: Procesos de construcción identitaria a través del uso de redes sociales en un grupo de adolescentes

Identificación del investigador:

Nombre:

Correo:

A usted señor(a) _____ con CC. _____ se le ofrece la posibilidad de participar de la investigación **Procesos de construcción identitaria a través del uso de redes sociales en un grupo de adolescentes** a realizarse durante el período académico del 2024-1.

Usted debe saber que la participación en la presente investigación es de carácter voluntario. Asimismo, se hará uso responsable de la información y no habrá ningún tipo de retribución económica por la participación en la misma.

La presente investigación se enfoca en la comprensión del proceso de construcción de la identidad digital de estudiantes universitarios, esta se comprende como aquella construcción que una persona realiza a partir de su entorno digital, respondiendo a aspectos como el quién soy y cómo quiero que los demás me perciban. Concretamente, gracias al compendio de contenidos que se comparten en la red, en este caso, las redes sociales (Facebook, Instagram, Tiktok, X).

Para el correcto desarrollo y análisis de la presente investigación se realizarán una o varias entrevistas individuales donde se abordarán temas como: la construcción de identidad en medios digitales, el uso de las redes sociales, los contenidos que se crean y comparten en ellas y el proceso experiencial que media todo lo anterior. Las entrevistas tendrán una duración máxima de una (1) hora. En caso de ser necesario las entrevistas se realizarán virtualmente. Así mismo se pedirá autorización previa del participante de la investigación para la grabación de la entrevista y se le notificará expresamente que tanto el uso de los datos, como el registro en audio serán

tratados con confidencialidad y responsabilidad. Al finalizar el análisis de la investigación se hará un encuentro con usted para socializar los resultados en la investigación.

De los beneficios que le otorgan esta investigación se encuentran los espacios de libre discusión sobre su proceso experiencial en cuanto a la construcción de su identidad digital en las redes sociales.

Debido al carácter íntimo de los temas que se abordan en la investigación, si usted se siente incómodo o presenta malestar emocional gracias debido a los temas tratados, se podrán abordar con el investigador, por su formación en psicología, tendrá los elementos para gestionar dicha situación.

Esta investigación contempla los parámetros establecidos en la resolución N° 8430 de 1993 del Ministerio de salud, la cual establece las normas para la investigación en el área de la salud, y la Ley 1090 del 2006—Código Deontológico y Bioético en Psicología— que reglamenta el ejercicio de la profesión y establece los parámetros éticos que se deben cumplir.

Para el correcto desarrollo de la investigación la información será recogida bajo el principio de confidencialidad tal como lo dicta la resolución N° 8430 de 1993 del Ministerio de salud, que dicta que por seguridad no se identificará al sujeto y que se mantendrá la confidencialidad de la información relacionada con su privacidad, para esto no se hará uso de su nombre real. Esta investigación está enmarcada en el pregrado de psicología por lo que tiene fines meramente académicos, de las cuales se desprenden informes, artículos o materiales de otro tipo académico. Por último, usted puede solicitar la grabación o transcripción de las entrevistas realizadas en el marco de esta investigación, así como es libre de abandonar el estudio cuando desee.

Procesos de construcción identitaria a través del uso de redes sociales en un grupo de adolescentes

Consentimiento informado

Después de leer la información respecto a la investigación "**Procesos de construcción identitaria a través del uso de redes sociales en un grupo de adolescentes**" y haber resuelto mis dudas e inquietudes manifiesto que:

Yo _____, decido formar parte de la investigación en calidad de participante. Autorizo al investigador a usar la información recogida sobre la temática abordada en los encuentros.

Firmo este documento de CONSENTIMIENTO INFORMADO en presencia del investigador _____, y doy fe de mi libre decisión de participar de esta investigación y manifiesto que no ha habido ningún tipo de presión o coacción para participar en la investigación; además, dicha decisión la tomo en pleno uso de mis facultades mentales.

Firma del participante:

Nombre: _____ Firma: _____

Cédula de ciudadanía N° _____ de: _____

Firma del investigador:

Nombre: _____ Firma: _____

Cédula de ciudadanía N° _____ de: _____

Firmado en _____ el día ___ del mes _____del año 2024.