



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES SOCIALES
CENTRO DE INVESTIGACIONES SOBRE AMÉRICA DEL NORTE
CENTRO REGIONAL DE INVESTIGACIONES MULTIDISCIPLINARIAS
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ACATLÁN**

INTERACCIÓN DISCURSIVA EN FACEBOOK:

¿UNA NUEVA MODALIDAD DE CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD?

TESIS

**QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE
MAESTRO EN COMUNICACIÓN**

PRESENTA:

HUGO ALVARADO GAMIÑO

**TUTORA: DRA. EVA SALGADO ANDRADE
CENTRO DE INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS SUPERIORES EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL
(CIESAS)**

MÉXICO, DF.

JUNIO 2013



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas

Tesis Digitales

Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©

PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A Isabel, Omar y Víctor Hugo, mi familia.

Todos mis esfuerzos por ellos y para ellos.

A mi mamá, quien sé que estaría orgullosa de su hijo.

A mi papá.

A mis hermanos.

Agradezco infinitamente a mi *alma máter*, la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) por la oportunidad de realizar mis estudios de Maestría. Así como a todos mis profesores, amigos y compañeros de generación que me apoyaron en todo momento.

Í N D I C E

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO 1. Facebook: una historia vertiginosa	1
1.1 Jóvenes e internet	1
1.2 Redes sociales en Internet	6
1.3 Principales redes sociales en Internet en México	7
1.4 Facebook	12
1.5 Desarrollo exponencial de Facebook en el mundo	18
1.6 Desarrollo de Facebook en México	20
1.7 Algunos estudios relacionados	20
 CAPÍTULO 2. Facebook en el contexto comunicativo	 24
2.1 Identidad	25
Identificadores o factores de identificación	28
2.2 Construcción de identidad en los espacios virtuales	30
Construcción de la imagen	38
2.3 Lo público y lo privado en Facebook	39
2.4 Interacción discursiva	45
2.5 Modelo de comunicación	47
2.6 La perspectiva semiótica de este estudio	50
La semiótica de Peirce	50
Pragmática	54
Los actos de habla	55
Ciberpragmática	57
 CAPÍTULO 3. ¿Cómo vamos a leer a Facebook?	 60
3.1 Método	60
3.2 Técnicas y muestra	61

3.3 Los instrumentos de trabajo	63
El cuestionario en línea	63
El cuestionario en papel	66
3.4 La etnografía virtual	69
3.5 La observación participante	71
3.6 Algunas propuestas de acercamiento a Facebook?	74
Nicknames o nombres y la foto de perfil	74
El lenguaje escrito	76
Los símbolos y objetos	77
Lo que nos dicen las acciones de los jóvenes en Facebook	78
3.7 Guía de análisis	79
 CAPÍTULO 4. La interacción discursiva de los jóvenes en Facebook	 80
4.1 El nickname o nombre y la fotografía del perfil	80
4.2 El lenguaje escrito	92
Faltas de ortografía	96
Grafía fonética y dialecto visual	97
Ortografía fonética	97
Ortografía coloquial	98
Caló	99
Ortografía prosódica	100
Ortografía interlingüística	101
Ortografía homofónica	102
Sustituciones léxicas	102
Sustituciones grafémicas	103
Abreviaciones, acrónimos, truncamientos	104
Elipsis	107
4.3 Símbolos y objetos	108
Imágenes o logotipos	108
Banderas, emblemas y escudos	109
Decoración	110
Playeras o camisetas	111
Colores y uniformes	112

Fotografías en general	113
4.4 ¿Qué nos dicen las acciones de los jóvenes en Facebook?	115
Presentarse	115
Interactuar	116
Jugar	121
Contestar tests	122
Hacer regalos virtuales	122
Mostrar sus rutas de navegación	123
Unirse a grupos	124
Construir o reforzar su identidad a través de sus gustos	125
Preferencias musicales	125
Preferencias literarias	125
Preferencias televisivas	127
 CONCLUSIONES	 128
 ANEXOS	 134
 BIBLIOGRAFÍA	 166

INTRODUCCIÓN

La idea de realizar este estudio surge principalmente por la inquietud que representa para el autor el hecho de trabajar de cerca con jóvenes a través de la docencia durante los últimos años. Lo anterior aunado con el interés personal en el desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC'S).

Es importante situar el punto de vista del investigador con respecto al objeto de estudio. Así tenemos que los jóvenes que participaron en esta investigación me ubican primero como una persona mayor que ellos, además de representar de alguna manera cierto grado de autoridad, ya que todos ellos han sido mis alumnos en el nivel bachillerato.

Este tipo de relación ha propiciado el interés para acercarse a ellos y primero conocer lo que hacen en las redes sociales, como Facebook, para después poder dar cuenta de ello. Sin embargo, también este tipo de relación ameritó planear las estrategias más adecuadas para tratar de no influir en la recolección de los datos y que los resultados fueran lo más cercanos a la espontaneidad necesaria para su análisis.

Me sitúo entonces como alguien interesado en la comunicación y en su evolución mediada por la tecnología, que trabaja de cerca con jóvenes y que no deja de interesarse por los cambios y por los nuevos fenómenos interactivos y comunicativos que propicia el uso y apropiación de las tecnologías.

Así es como no dejan de surgir varias preguntas que pretenden desentrañar algunos aspectos de nuestra realidad social. De ellas, las principales que se plantean en este estudio son las siguientes: ¿Cómo es que las formas de interacción discursiva que se dan en el sitio de red social Facebook responden a la necesidad de los jóvenes preparatorianos de conformación y/o reforzamiento de una identidad? ¿En qué medida los jóvenes usuarios son o no conscientes de ello?

Asimismo, se parte del supuesto de que las formas de interacción discursiva mediadas por el sitio de red social Facebook (visual, textual, multimodal), responden a la necesidad de conformar y/o reforzar una identidad entre los jóvenes estudiantes, ya que es a través de ese intercambio como los usuarios adquieren un sentimiento de pertenencia a un grupo y una serie de patrones de conducta.

Para definir la identidad, nos basamos sobre todo en la perspectiva teórica de Gilberto Giménez, quien la explica “como un proceso subjetivo (y frecuentemente autorreflexivo) por el que los sujetos definen su diferencia de otros sujetos (y de su entorno social) mediante la autoasignación de un repertorio de atributos culturales frecuentemente valorizados y relativamente estables en el tiempo”. Esta autoidentificación del sujeto “requiere ser reconocida por los demás sujetos con quienes interactúa para que exista social y públicamente”. Por lo tanto, la identidad “se forma, se mantiene y se manifiesta en y por los procesos de interacción y comunicación social” (Giménez, 2007:61).

Además de Gilberto Giménez, para construir el marco teórico de esta investigación, nos apoyamos en las ideas y los textos de varios autores, entre otros: Jesús M. Cortina Izeta, quien propone una clasificación de los principales factores de identificación simbólicos; de Erving Goffman, quien nos habla de la construcción social del “sí mismo” y de la construcción de la imagen; de Rossana Reguillo y sus varios estudios relacionados con la juventud; de Helena Calsamiglia y Amparo Tusón retomamos el estudio relacionado con el discurso y la interacción; Betty Martínez Ojeda aportó ideas a través de su estudio acerca de la *Etnografía de la cibercultura*; de Roman Jakobson retomamos su modelo de comunicación, aunque será interesante ver qué modificaciones sufre este modelo con el empleo de la tecnología; Charles Peirce, de quien retomamos la visión de la semiótica; de Charles Morris veremos la relación de los signos con los intérpretes: la pragmática y de Francisco Yus, las ideas expuestas en su texto *Ciberpragmática 2.0. Nuevos usos del lenguaje en Internet*.

Los datos que se analizan en este estudio se recopilaron en tres formas distintas. Primero se aplicó un cuestionario de 20 preguntas utilizando para ello la misma plataforma tecnológica que ofrece la red social Facebook, por medio de la cual se creó un grupo donde los jóvenes escribieron comentarios, con la característica principal de que todos podían ver los de los

demás en línea. Pareció interesante observar qué tanto podría afectar lo que respondían sabiendo que eran observados por los demás.

Posteriormente, se amplió el cuestionario de 20 a 59 preguntas y se aplicó en papel y en forma individual. El número de preguntas creció considerablemente con la intención de profundizar más en el tema y se aplicó de forma individual y en papel para observar si existían diferencias sustanciales entre lo que habían contestado en línea y lo que contestaron en papel, sin la presión de que sus respuestas las pudieran observar los demás participantes. El cuestionario en papel incluyó las mismas 20 preguntas que habían contestado ya en línea, más las 39 que se le agregaron.

El tercer momento consistió en recopilar los datos empíricos del propio sitio de red social a través de la observación directa (etnografía virtual), recolectando la información de la cuenta personal de 20 usuarios (10 mujeres y 10 hombres), jóvenes estudiantes de un colegio de educación media superior del sur de la ciudad de México. Esto también con la intención de comparar lo que nos dijeron en línea y en papel y lo que pudimos observar directamente en sus cuentas de Facebook.

Se eligieron 10 hombres y 10 mujeres porque en algunos casos también resultó interesante encontrar algunas diferencias en cuanto a lo que contestaron, dependiendo del género de los jóvenes.

De acuerdo con los resultados obtenidos, las imágenes o fotografías y el texto escrito son los principales factores de interacción entre los usuarios de Facebook. Por lo tanto, se les dará un mayor peso en el análisis a estos dos elementos. Aunque no se omitirán otros agentes desde los que se pueden extraer rasgos identitarios en los jóvenes que forman parte del objeto de estudio, tales como los apodos o *nicks* (*nicknames*), los juegos, los tests, los *links* o enlaces que se sugieren en Facebook y los regalos virtuales, entre otros.

El análisis al que se someten los datos obtenidos es de tipo cualitativo, ya que la principal preocupación es la comprensión de procesos de construcción de sentidos, (observar, escuchar y comprender), y para realizarlo se utilizaron básicamente las herramientas teórico-metodológicas propuestas por la semiótica, la pragmática y la ciberpragmática.

Esta investigación consta de cuatro capítulos. El primer capítulo es el histórico o contextual y aborda el análisis de la relación de los jóvenes mexicanos con Internet. Muestra un panorama general de lo que son las redes sociales en Internet y cuáles son las más representativas. Después habla del surgimiento y desarrollo de Facebook, con algunos datos de su proliferación a nivel mundial y en el caso particular de México. Por último, se hace una breve revisión de los principales estudios que tienen que ver con el tema que aquí nos ocupa.

En el segundo capítulo se abordan las cuestiones teóricas o conceptuales en que se basa esta tesis. Incluye un recorrido por las diferentes definiciones del concepto “identidad” y se especifica la visión que mejor conviene para nuestros propósitos. También se habla de lo que significa este concepto si lo trasladamos a los espacios virtuales (mediados por Internet).

Asimismo, se refieren los procesos de construcción de identidad por parte de los jóvenes mexicanos en los espacios virtuales (específicamente Facebook) y la importancia que reviste para ellos la presentación de su persona. Lo cual nos remite también a analizar la tenue frontera entre lo que se puede aceptar como público y lo que permanece con carácter de privado en las diferentes modalidades de interacción que propicia el uso de este sitio de red social.

Además, se explicará lo que se entiende aquí como interacción discursiva y cuáles son las principales modalidades que la representan. También se explica el modelo de comunicación empleado para realizar este estudio (Roman Jakobson) y qué modificaciones sufre este modelo en el contexto de Facebook. Este segundo capítulo se cierra con la explicación de la perspectiva semiótica de esta investigación y la importancia de la pragmática y la ciberpragmática como enfoques teórico metodológicos.

En el tercer capítulo se revisa brevemente la estrategia metodológica y analítica a seguir para la interpretación de los datos obtenidos. Se habla del método y las técnicas empleadas para la recopilación de la información y su posterior tratamiento, proceso en el que la etnografía virtual y la observación participante fueron factores determinantes para la

obtención e interpretación de los resultados. Se explica el diseño de los instrumentos de trabajo (cuestionarios) y de la guía de análisis.

En el cuarto y último capítulo se presentan de manera sistemática y detallada los resultados obtenidos, así como su análisis en relación al objetivo principal de este trabajo. Los hallazgos se agruparon tomando en cuenta el nickname o nombre y la fotografía principal del perfil, el lenguaje escrito, los símbolos y objetos y lo que nos dicen algunas acciones complementarias de los jóvenes en Facebook.

La última parte de esta tesis contiene las conclusiones de la investigación, donde señalamos, entre otras ideas, que las interacciones tradicionales cotidianas se trasladan a las redes sociales de Internet y en ellas los jóvenes usuarios se apropian de identidades prefabricadas por la misma plataforma tecnológica, además de que intentan construirse una identidad “ideal”. Finalmente, como anexos se presentan las tablas de resultados de los cuestionarios aplicados.

Se espera que esta tesis contribuya al conocimiento de un fenómeno actual que tiene que ver con el uso y apropiación de la tecnología por parte de los jóvenes y explique en qué medida este uso, cada vez más generalizado, está modificando las formas en que se relacionan o interactúan las personas de este grupo etario.

Estoy consciente que las limitantes de este estudio tienen que ver con la velocidad tan vertiginosa en la que se desarrollan estas tecnologías. El desafío aquí es dar cuenta de una parte de la realidad, describir lo que aparentemente no es visible para todos, pero con la certeza de que posiblemente lo que aquí se describa solamente signifique un pequeño momento en el acelerado devenir y los constantes cambios que actualmente representan el uso y desarrollo de las tecnologías.

CAPÍTULO 1

Facebook: una historia vertiginosa

En este primer capítulo abordaremos la relación de los jóvenes mexicanos con Internet. Posteriormente se presentará un panorama general de lo que son las redes sociales en Internet, así como una breve reseña del desarrollo de las más importantes o representativas. A continuación nuestra atención se centrará en el surgimiento y desarrollo de Facebook, que es el sitio de red social en que se basa esta investigación, con algunos datos de su proliferación a nivel mundial y en el caso particular de México. Este capítulo se cierra con una sucinta revisión de los principales estudios relacionados con el tema que aquí nos ocupa.

1.1 Jóvenes e Internet

El universo de estudio para realizar esta investigación son los jóvenes. Sin embargo, al hablar de jóvenes no podemos pensar en ellos como una categoría homogénea, estática, construida de una vez y para siempre.

El concepto de joven ha cambiado a través de los años e incluso esta categoría podría pensarse como relativamente nueva. Según plantea Rossana Reguillo:

"La juventud como hoy la conocemos es propiamente una 'invención' de la posguerra, en el sentido del surgimiento de un nuevo orden internacional que conformaba una geografía política en la que los vencedores accedían a inéditos estándares de vida e imponían sus estilos y valores. La sociedad reivindicó la existencia de los niños y los jóvenes como sujetos de derechos y, especialmente, en el caso de los jóvenes, como sujetos de consumo" (Racioppe. Et. Al. 2008).

Es importante considerar que lo joven no está dado únicamente por una cuestión etaria, sino que es necesario pensar cómo atraviesan a esta categoría cuestiones sociodemográficas, de grupos de pertenencia y de contextos políticos y sociales. Es decir, la categoría de juventud puede variar de acuerdo con las distintas regiones, clases sociales y contextos.

Aunque no solamente los jóvenes hacen uso de las redes sociales en Internet, sí es el sector poblacional que interesa para el presente estudio, ya que en él se abordará el caso de estudiantes del nivel medio superior, cuyas edades oscilan entre los 15 y los 17 años. Son jóvenes que prácticamente han crecido con Internet y otras tecnologías como el celular, el MP3, rodeados de pantallas, la televisión y los videojuegos en sus distintos formatos.

Definir juventud no es algo sencillo, ya que la noción de jóvenes o juventud es una construcción social y cultural múltiple, heterogénea y compleja, sobre la etapa de transición entre la infancia y la adultez. Desde el punto de vista de la antropología, Stuart Hall ubica a la juventud en su aspecto etario de los 12 a los 25 años y la sitúa como una etapa de turbulencia y transición. Por otro lado, Margaret Mead cuestiona la universalidad de Hall y plantea que no en todas las culturas juventud es igual a crisis. Por su parte, John R. Gillis plantea una jerarquía de edades dependiendo de la interdependencia a los adultos.

No obstante, para el desarrollo de la presente investigación y tomando en cuenta que el estudio se va a basar en estudiantes de preparatoria, cuyas edades fluctúan entre los 15 y los 17 años, no se va a hacer una delimitación etaria tan rígida para definir lo que se entiende por juventud; ya que, como se ha visto, ésta es una categoría socialmente construida y sólo entendible en un contexto social, con relación a un tiempo y a un lugar determinado.

Los principales actores en nuestra investigación son jóvenes urbanos preparatorianos del sur de la ciudad de México, a los cuales concebimos como sujetos históricamente posicionados, expuestos desde el lugar que ocupan en la sociedad a múltiples y variados discursos sobre la realidad que van interiorizando en la forma de esquemas de percepción, valoración y acción, es decir, en los elementos que constituyen el *habitus*. De acuerdo con Pierre Bourdieu (1999), el *habitus* se compone de la interiorización de los esquemas de obrar, pensar y sentir, los cuales se aprenden y exteriorizan al ser reproducidos en ciertas esferas, pues se asocian a determinada posición social. Esto hace posible que la percepción, la apreciación y la acción social para los sujetos, sean inculcadas por un contexto social particular. Lo que significa que el *habitus* actúa como mediador entre individuo y sociedad, en la forma de su vida cotidiana.

Por otro lado, en el texto *Conectados a Internet: experiencias en el ciberespacio. Usos sociales y educativos de Internet entre adolescentes*, Alejandro Corvera Sánchez (2007) señala que para el estudio de temas relacionados con Internet, debido a la novedad que el propio medio representa, aún no hay modelos o métodos adecuados; más bien se puede decir que están en proceso de consolidación.

Actualmente, el aspecto más interesante en este tipo de investigaciones no estriba en el estudio del medio en sí, sino más bien se trata de estudiar los cambios que se establecen en las relaciones socioculturales entre sujetos y sistemas, en la organización de la vida cotidiana y de sus representaciones cognitivas, en la distribución de las posiciones de poder y del control de los espacios y los tiempos en que se sitúa toda actividad humana (Fuentes Navarro Raúl, citado en: Corvera, 2007:284).

Por lo tanto, lo que resulta relevante investigar es: ¿Cómo es que las formas de interacción discursiva que se dan en la red social Facebook responden a la necesidad de los jóvenes de conformación y/o reforzamiento de una identidad?, ¿qué mecanismos intervienen para que se generen esas modalidades de interacción discursiva? y ¿en qué medida los jóvenes usuarios son o no conscientes de ello? Éstas son las preguntas básicas que orientan la presente investigación, donde lo más importante es conocer, para posteriormente poder describir y explicar, cómo es que se da lo que aquí llamamos la “interacción discursiva” en los jóvenes usuarios de Facebook y no tanto el estudio del propio medio.

Las investigaciones de la autora española Magdalena Alberó arrojan como resultado que Internet primordialmente es usada entre los jóvenes con fines de entretenimiento cuando chatean con sus amigos o acceden a información relacionada con sus hobbies. Continúa Alberó diciendo que lo que han visto los jóvenes en Internet es un vehículo más para canalizar sus intereses como grupo de edad y como individuos. Lo que nos lleva a pensar nuevamente en que es necesario atender los contextos personales de los jóvenes, ya que han integrado al medio a su cotidianidad (Citada en: Corvera, 2007:285).

Siguiendo el texto de Corvera, la autora Delia Crovi señala que en México la incursión de la computadora e Internet en la escuela y los hogares ha significado nuevas formas de socialización y nuevas mediaciones (2000. *Los jóvenes ante la convergencia tecnológica: ¿integración o exclusión?* Citada en: Corvera, 2007:286). Sin embargo actualmente es necesario profundizar acerca de los procesos de socialización y la creación de nuevos significados que Internet ha provocado, para lo cual se requiere generar nuevas investigaciones que comprendan tanto los beneficios, los problemas, los usos y las consecuencias que puede acarrear en la sociedad.

De acuerdo con la Asociación Mexicana de la Industria Publicitaria y Comercial en Internet (AMIPCI) y la Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL), (2011), en el 2010 se alcanzó una cifra de 34.9 millones de internautas en México, de los cuales 51% son hombres y 49% mujeres. Pero uno de los datos más sobresalientes para esta investigación es que el 27% de los usuarios se ubica entre los 12 y los 17 años de edad, siendo el rango con un mayor porcentaje de usuarios; y es a la vez donde se inserta el grupo de jóvenes que abarca este estudio, que tienen una edad de entre 15 y 17 años. Coincide también que el nivel socioeconómico donde se da un mayor porcentaje de usuarios de Internet en México es en el nivel medio bajo (46%), y prácticamente todos los jóvenes que abarca esta investigación se pueden considerar de ese mismo nivel socioeconómico.

Según los resultados de AMIPCI (2010), las principales actividades de los usuarios de Internet en México son: enviar y recibir e-mails (75%); enviar y recibir mensajes instantáneos (59%); entrar en una sala de chat (45%); ver y/o bajar fotos y videos (41%); subir videos o fotos en un sitio para compartirlos (34%); acceder, crear, mantener sitios de comunidad virtual –redes sociales o sitios propios- (31%), enviar postales electrónicas (24%); acceder, crear, mantener blogs (20%) y encuentros on-line, búsqueda de pareja (12%).

Por otro lado, según el estudio de World Internet Project (WIP) Capítulo México, las principales actividades de los usuarios son: revisar *e-mail* (95%); utilizar *Messenger* (85%); acceder a redes sociales (55%); trabajar en su blog (42%); chatear (35%); y hacer o recibir llamadas telefónicas por Internet (24%).

Finalmente, el estudio de la Interactive Advertising Bureau (IAB), arrojó los siguientes resultados sobre las actividades en línea realizadas por los usuarios: buscar información (53%); enviar o recibir correos electrónicos (48%); chatear o recibir mensajes instantáneos (48%); redes sociales y páginas personales (36%); descargar música (21%); ver videos o televisión en línea (20%); leer noticias, revistas o periódicos en línea (20%); juegos en línea (17%); descargar videos (14%); escuchar radio en línea (10%); hacer compras en línea (6%); y realizar transacciones bancarias (5%). (Islas y Arribas, 25 de marzo de 2011).

En los resultados de los tres estudios anteriores podemos apreciar que aparece con un alto porcentaje el uso de las redes sociales en Internet por parte de los usuarios mexicanos (31, 55 y 36%, respectivamente), lo que las ubica entre las principales actividades que se realizan en línea. Más adelante ampliaremos lo concerniente a esta práctica.

Volviendo al caso particular de los jóvenes, ellos “han integrado Internet a sus prácticas diarias, lo usan a partir de los parámetros culturales ya existentes, pero aún así logran diferenciar la interacción que ellos tienen con el medio como propia de su grupo generacional y han apreciado en la red un vehículo más para encauzar sus intereses como grupo y como individuos” (Corvera, 2007:294). También nos dice este autor que Internet no es un medio que aísla ni que enajena a los jóvenes. Más bien es un medio que propicia la unión entre los grupos de amigos y alienta el contacto físico entre ellos. También potencia nuevas formas de leer, ver y escribir.

Actualmente los jóvenes se comunican en gran medida por mensajes de texto escrito, por correo electrónico, en salas de chat y a través de las redes sociales, actividades que requieren de nuevas habilidades para la construcción de los significados por parte de los jóvenes. Al comunicarse con interlocutores sin rostro, recibiendo sólo respuestas de texto –a diferencia de la comunicación telefónica que implica otro tipo de elementos como la entonación-, se ven obligados a potenciar los mensajes escritos al máximo con la ayuda de signos que indican sentimientos o estados de ánimo, pero sobre todo ponen a prueba su capacidad de expresión escrita, lo que significa el reacomodo de las capacidades de lectoescritura en un contexto mediado por la computadora e Internet (294-295).

1.2 Redes sociales en Internet

Antes de realizar un reconocimiento de las principales redes sociales en Internet, creo necesario hacer una precisión en cuanto a la definición de este tipo de plataformas tecnológicas.

Es usual llamar “redes sociales de Internet” a sitios como Twenti, Myspace o Facebook, pero para Francisco Yus (2010) las redes sociales pueden desarrollarse y mantenerse de múltiples formas, no necesariamente circunscritas a los sitios mencionados.

En lo anterior estamos de acuerdo con el autor. Sin embargo, para efectos de la presente investigación vamos a usar de manera indistinta “sitios de red social”, “redes sociales por Internet” o simplemente “redes sociales”, ya que a fuerza del propio uso que se le ha dado a este nombre, actualmente es común identificar y vincular a las redes sociales con Internet. Aunque, como se dijo, el término “redes sociales” es anterior al uso y apropiación de la tecnología y su origen es más de tipo sociológico.

El cada vez más frecuente uso de internet permite que los sujetos se comuniquen e interactúen básicamente a través del chat, el correo electrónico, el messenger o mensajero instantáneo y las redes sociales.

Las redes sociales se definen como “formas de interacción social”, y a su vez ésta es definida como un “intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos complejos”. De acuerdo con Vilchis (2009:64), “En Internet estas redes han ganado su lugar de una manera vertiginosa, convirtiéndose en espacios para encuentros de seres humanos”.

El inicio de las redes sociales en Internet lo podemos ubicar en el año de 1995, con la creación del sitio web classmates.com. Su creador, Randy Conrads, tenía la intención de que sus usuarios pudieran recuperar o mantener el contacto con antiguos compañeros del colegio, trabajo universidad, etc. Posteriormente, las redes sociales tuvieron una mayor presencia, a tal grado que “para el año 2003 con la llegada de sitios como Friendster,

Tribet.net, MySpace, Hi5, Sonico, Academy, Xing, Soflow, LinkedIn y Facebook, entre otras, se formaron un total de 200 sitios de redes sociales y con ello diversas comunidades virtuales” (Vilchis, 2009:64).

Siguiendo con el autor, el funcionamiento de una red social inicia cuando una vez montado el soporte técnico, un grupo de iniciadores invita a amigos y conocidos a formar parte de un conjunto y a integrarse a una red social. Agrega también que las redes sociales posibilitan la construcción de identidades de los sujetos, fenómeno que se puede ver reflejado actualmente en grupos juveniles que comparten imágenes, fotos, música, videos, mensajes y comentarios en sus comunidades virtuales (64-65).

Por otra parte, Nicholas A. Christakis y James H. Fowler (2010:26 y 27) definen a una comunidad en red “como un grupo de personas que están mucho más conectadas entre sí de lo que lo están con otros grupos de personas conectadas en otras partes de la red”. Mientras que, acerca de una red social, nos dicen que es “un conjunto organizado de personas formado por dos tipos de elementos: seres humanos y conexiones entre ellos”.

Finalmente, Lidia del Carmen Andrade (2010:5) define las interacciones como “las negociaciones de significados compartidos, a partir del intercambio de ideas, mediante las diferentes expresiones del lenguaje, en las cuales los interlocutores [...] construyen estos significados en los entornos digitales de las redes sociales”.

1.3 Principales redes sociales en Internet en México

Según el Primer Estudio en Redes Sociales de AMIPCI (2011), 6 de cada 10 internautas mexicanos acceden a alguna red social. De los cuales, en cuanto a la frecuencia de uso por género, el 64% de las mujeres internautas lo hacen, contra el 59% de los hombres. Es decir, el porcentaje de mujeres usuarias es 5% más alto que el de los hombres de las redes sociales en México. Otro dato interesante de este estudio es que en nuestro país, 6 de cada 10 internautas ingresan e interactúan en las redes sociales todos los días.

De acuerdo con los resultados que arrojó el estudio de la AMIPCI (2011), las redes sociales más usadas en México son: Facebook (39%), YouTube (28%), Twitter (20%), Hi5 (6%) y Badoo (3%), Sonico (2%), LinkedIn (1%) y MySpace (1%).

Las principales actividades de los internautas dentro de las redes sociales son: enviar y recibir mensajes privados y públicos; compartir fotografías; actualizar su perfil; comentar lo que están realizando en el momento; jugar en línea; participar en concursos o sorteos; compartir videos; seguir marcas comerciales; comprar en línea; compartir ubicación de sitios de interés y compartir su propia ubicación.

Los principales usos que les dan los internautas mexicanos a las redes sociales son los siguientes: comunicarse con familiares o amigos (90%); seguimiento y opinión de cultura, entretenimiento y deportes (53%); seguimiento y opinión sobre las últimas noticias (46%); conocer y relacionarse con personas desconocidas (34%); comprar productos y/o servicios (26%); seguimiento de ofertas comerciales de productos en general (26%); ubicación geográfica de productos y/o servicios (25%); realización de actividades empresariales (22%); venta de productos y/o servicios (20%) y búsqueda de empleo (18%).

Por lo tanto, 9 de cada 10 internautas mexicanos utilizan las redes sociales para comunicarse con familiares y amigos. Esto nos indica que el aspecto interactivo es el más importante en este tipo de plataformas tecnológicas, como veremos más adelante en este estudio.

En lo que respecta a las tres redes sociales más utilizadas en México (Facebook, YouTube y Twitter), el principal lugar de conexión es el hogar y la frecuencia de conexión es de varias veces al día, para las tres; con un promedio de 1 a 3 horas de conexión a la semana, para las dos primeras y de menos de una hora a la semana para Twitter. Los usuarios las recomiendan en un 54, 51 y 36%, respectivamente y piensan que su nivel de visitas en un futuro disminuirá en el caso de Facebook, seguirá igual, para YouTube y empezarán a visitar con mayor frecuencia Twitter (AMIPCI, 2011).

Por otra parte, el estudio de World Internet Project (WIP) Capítulo México, destaca que la mayor participación en las redes sociales en México se da en los usuarios más jóvenes, alcanzando un 76% entre jóvenes de 12 a 18 años (Islas y Arribas, 2011).

En lo referente a las prácticas realizadas a través de las redes sociales, el estudio de la Interactive Advertising Bureau (IAB), mostró que los usuarios ven fotos en un 74%; envían mensajes instantáneos en un 56%; ven información personal de sus contactos en un 44%; publican mensajes personales en un 43%; ven las últimas noticias de sus contactos en un 39%, un 32% busca personas; participan en juegos a través de las redes sociales en un 24% y un 9% sube videos. Además, según el estudio, 3 de cada 10 usuarios de redes sociales en México son fans de alguna marca; entre las que destacan Coca Cola, Nike, Facebook, Adidas y Starbucks (Islas y Arribas, 2011).

El estudio de la IAB también revela que YouTube es el principal sitio web de entretenimiento y México ocupa la séptima posición mundial en cuanto al número de usuarios, con un 3.5%. Pero solamente un número reducido de usuarios desempeña el rol de activos prosumidores en YouTube, ya que la mayoría de ellos se limita a descargar videos.

En los sitios de redes sociales las nuevas prácticas de comunicación en los entornos virtuales crean maneras particulares de comunicarse entre los adolescentes, jóvenes y adultos y son herramientas que propician una nueva socialización. Estas redes sociales, “son espacios ampliamente conocidos por los jóvenes, quienes continuamente incorporan esta experiencia virtual en su vida diaria” (Vilchis, 2009:65).

Por tratarse de la principal red social en México y el mundo y también por ser la plataforma tecnológica en que se basa este estudio, nos vamos a referir a Facebook ampliamente en el siguiente apartado.

Por otra parte, YouTube es un sitio web que permite a los usuarios subir, bajar, ver y compartir videos. Fue fundado en febrero de 2005 por tres ex-empleados de PayPal: (Chad Hurley, Steve Chen y Jaweb Karim), la compañía de pagos online perteneciente al grupo

eBay. Inmediatamente, la joven compañía atrajo el interés de inversores como la firma de capital-riesgo Sequoia.

YouTube es fácil de usar y, además, gratuito. Para ver los vídeos o enviarlos a otras personas no es necesario registrarse, aunque sí para colocarlos en la página. Aloja una variedad de video clips de películas y programas de televisión, videos musicales, y vídeos caseros. Actualmente se “suben” 65,000 vídeos nuevos al día. En 2006 Google compra YouTube por 1.650 millones de dólares (Historia de YouTube).

Twitter es un ejemplo paradigmático de microblog. Fue creado en marzo de 2006 y actualmente tiene su sede principal en San Francisco, California. Se define como:

“Un servicio en línea que puede usarse para mandar notas (de 140 caracteres o menos) al mundo a través de la Red, mensajería instantánea y SMS¹. Lo usan para comentar lo último que están haciendo, comiendo, viendo, sintiendo, etc., a su familia, amigos y cualquiera que los esté siguiendo (“seguir” en la jerga de Twitter, significa suscribirse para recibir mensajes –o tweets- de un usuario concreto)” (Grossman, 2009. Citado en Yus, 2010:158).

Según palabras de Jack Dorsey, creador y presidente de Twitter, éste es “un servicio que te conecta con tu gente, que responde a la pregunta de lo que estás haciendo en ese momento mediante el teléfono móvil, la web, la mensajería instantánea y a través del correo electrónico. Te permite estar en contacto con tu gente en tiempo real” (Reventós, 2008. Citado en Yus, 2010:158).

Las principales razones para usar Twitter son: charla diaria (conversar sobre asuntos cotidianos); entablar conversaciones (contestar a mensajes de otros usuarios); compartir información o direcciones de Internet; comentar noticias; como fuente regular de información interesante; entablar amistades en línea; y búsqueda de información.

¹ SMS. Short Message Service en inglés o Servicio de Mensajes Cortos en español.

De acuerdo con Fernando Vilchis (2009), Hi5 básicamente está conformada por usuarios de clase media, utiliza un lenguaje cotidiano y una gran parte de sus usuarios son adultos. En cambio, en Sónico, MySpace y Facebook la mayoría de sus usuarios son jóvenes.

Por otro lado, Badoo es “una red que fue creada en el año 2006 por un grupo de jóvenes programadores y emprendedores tecnológicos. La idea fue crear una red social de Internet que rompiera barreras a nivel mundial, pero a la misma vez, resguardar de manera local la identidad de los usuarios” (Badoo, 2006. Citado en Vilchis, 2009:66).

Por su parte, la red social Sonico:

“Permite a sus usuarios comentar una foto de algún amigo de su red, además posibilita publicar la fecha de cumpleaños del usuario y adornar la fotografía de su perfil, para darle una buena presentación. Asimismo permite etiquetar fotos, compartir videos de YouTube, entretenerse en juegos, enviar postales, obtener información de las bandas musicales al igual que MySpace y unirte a una cartelera para escribirle a las bandas, crear un grupo, crear un nuevo álbum, crear redes y enviar un video a tu mejor amigo” (Vilchis, 2009:66).

LinkedIn es un sitio web orientado a negocios, fue fundado en diciembre de 2002 y lanzado en mayo de 2003 (comparable a un servicio de red social), principalmente para red profesional. Sus fundadores son Reid Hoffman, Allen Blue, Konstantin Guericke, Eric Ly y Jean-Luc Vaillant.

En octubre de 2008, tenía más de 25 millones de usuarios registrados extendiéndose a 150 industrias. En abril de 2011, dispone de más de 100 millones de usuarios registrados, de más de 200 países, que abarcan todas las empresas de la lista de la revista Fortune de las 500 mayores empresas estadounidenses. Es seguida en un lejano segundo lugar por Viadeo.

El 19 de mayo de 2011 se convirtió en la primera red social estadounidense en poner acciones en la bolsa de valores, con un precio inicial de 45 dólares. La acogida de la red social por parte de los inversionistas fue tal que sus acciones subieron 109%, hasta los 94 dólares y su monto bursátil alcanzó los 8.900 millones de dólares en Wall Street (Wikipedia. La enciclopedia libre).

En lo que respecta a MySpace, esta red social permite a sus usuarios bajar música, conocer a grupos musicales que inician su carrera y publicar los nuevos discos de estos grupos. Es una red que permite a los jóvenes comentar acerca de las canciones de estos grupos y chatear en línea. También el usuario de MySpace puede subir fotos, videos, checar conciertos y atender consejos para cuidar su información, participar en blogs, tener una agenda telefónica, conocer presentaciones de grupos musicales y realizar comentarios. Además, el usuario puede contar con una página personalizada que incluye la posibilidad de “subir” fotos con sus amigos y familia. Otra posibilidad del usuario es su participación en foros de debate (Vilchis, 2009:66).

Estas redes sociales representan nuevos espacios de interacción, socialización y conformación de la identidad de sus usuarios, siendo la más importante actualmente Facebook, por lo que su estudio nos merece un mayor énfasis, como se verá en el siguiente apartado.

1.4 Facebook

Un estudiante del segundo año de la carrera de programación, de 19 años de edad, llamado Mark Elliot Zuckerberg, fue el creador de un sitio web en que los estudiantes de la Universidad de Harvard comparaban y votaban entre las fotos de chicas universitarias para elegir de entre ellas a las más atractivas, este es el comienzo del sitio de red social Facebook, en octubre del 2003. Todo parece indicar que la idea surgió después de una decepción amorosa.

De acuerdo con Raúl López Parra (2010:12), Zuckerberg “entró a los servidores de las distintas residencias o fraternidades de Harvard. Los hackeó para descargar todas las fotos”. Inicialmente, esta página fue llamada Facemash por su creador.

La respuesta hacia el sitio recién creado fue inesperada incluso para el mismo Zuckerberg, ya que al difundirla entre sus amigos y éstos a su vez reenviarla a otros contactos, “en cuatro horas entraron 450 usuarios que votaron 22 mil veces en las fotos de sus compañeras”.

La creación del sitio le trajo de inmediato problemas a Zuckerberg, quien fue acusado por las autoridades de la universidad de infringir la seguridad informática del campus, violar las políticas de privacidad y de propiedad intelectual. Por tales motivos, el joven estuvo en riesgo de ser expulsado de la casa de estudios.

Pasados los primeros problemas, la propia universidad consideró que no habrían existido inconvenientes si los propios estudiantes hubieran subido sus fotos de forma voluntaria, además de contemplar la necesidad de contar con un directorio centralizado y detallado de todos sus alumnos. Zuckerberg comenzó a trabajar al respecto, al lado de sus compañeros Dustin Moskovitz y Chris Hughes. Al directorio producto de su trabajo le llamaron The Facebook. “Mark pagó 35 dólares para registrar el dominio thefacebook.com y 85 dólares al mes a una empresa de hosting. El 12 de febrero de 2004, el portal estaba en línea” (13).

De esta forma nació el sitio de red social que, como veremos líneas abajo, ha representado una revolución en cuanto a las formas de interacción en los tiempos de la web 2.0. Inicialmente fue pensado solamente para la Universidad de Harvard, pero pronto se extendió a otras universidades de la Unión Americana, como Stanford, Columbia y Yale y posteriormente a escuelas de todo EU y Canadá.

El joven Zuckerberg abandonó la universidad y se instaló, junto con sus compañeros Moskovitz y Hughes, en Palo Alto California, para dedicarse exclusivamente a su naciente empresa.

Facebook logró una rápida popularización, tanto que pronto fue necesaria una mayor infraestructura para poder soportar a la empresa, que comenzó a generar mayores costos. Tal como lo señala López Parra (13), sus creadores:

“Ofrecieron espacios para anunciantes con el fin de sumar capital para comprar más servidores y cubrir la cantidad de usuarios que abrían sus

perfiles. Zuckerberg desembolsó 20 mil dólares, dinero ahorrado en sus trabajos de programación. En cinco meses ya sumaban un millón de perfiles. Los inversores llegaban con cuantiosas ofertas. La mayoría implicaba que perderían el control de la compañía”.

El crecimiento vertiginoso de la nueva empresa pronto fue insostenible económicamente para el grupo de jóvenes y fue necesario aceptar la participación de inversores privados, como en el 2005, cuando Peter Thiel, ex director ejecutivo de la empresa Pay Pal, participó con 500 mil dólares y con ello se hacía acreedor al 10.2% de la compañía. Posteriormente, en el mismo año de 2005, la empresa Accel Partners aportó 12.7 millones de dólares y en el 2006, Meritech Capital Partners apoyó a la empresa con 27.5 millones. Es entonces cuando Zuckerberg decide acortar el nombre de la compañía, pasando de llamarse The Facebook a solamente Facebook, como se le conoce actualmente.

Hubo nuevas ofertas por parte de las empresas y de los inversores privados para hacerse de Facebook, como la de Michael Wolf, presidente de Viacom y MTV Networks y la de Terry Semel, director ejecutivo de Yahoo, quien ofreció 850 millones de dólares a Zuckerberg. Ambas ofertas fueron rechazadas.

En septiembre de 2006 ocurre un hecho clave para el crecimiento de Facebook, ya que se abre el sitio para todo el público que tenía una cuenta de correo electrónico, “Al final de ese año, la red social alcanzó los 12 millones de usuarios activos” (14).

En octubre de 2007, cuando Facebook contaba ya con 50 millones de usuarios, Microsoft, a través de su director ejecutivo, Steve Ballmer, compró el 16% del sitio por 240 millones de dólares, con ello la empresa de Bill Gates amplió su venta de publicidad de Internet. Esto ayudó a crecer aún más a Facebook, que a principios de 2008 lanzó su versión en español, francés y alemán, lo que hizo que contara ya con 100 millones de usuarios.

Como se puede observar en la película *La Red Social* (2010), que trata precisamente acerca de la creación de Facebook, Zuckerberg fue acusado de plagiar las ideas que dieron origen al sitio web y de no tomar en cuenta a algunos de sus cofundadores. Tal es el caso de Eduardo Saverin, quien fue reconocido como cofundador de Facebook solamente hasta que Zuckerberg se dio cuenta de que estaba revelando demasiados datos confidenciales al

escritor Ben Mezrich, quien en 2009 escribió el libro “Multimillonarios por accidente: La fundación de Facebook, un relato de sexo, dinero, genio y traición”, obra en que está basada la película.

También, dos meses después de la creación del sitio web, Zuckerberg fue acusado por los hermanos Winklevoss y su socio Divya Narendra de plagiar la idea, ya que antes de la creación de Facebook, el joven trabajó con ellos en otro proyecto de red social que se llamó Harvard Connect y que terminó siendo ConnectU.

En ambos casos, Zuckerberg llegó a acuerdos millonarios con sus demandantes. Aunque actualmente enfrenta otra demanda, por parte del diseñador de páginas web Paul Ceglia, quien dice ser propietario del 84% de Facebook, ya que, según él, el 28 de abril de 2003 firmó un contrato con el joven de Harvard, quien lo ha incumplido. El caso sigue sin resolverse, en manos de los tribunales estadounidenses.

A pesar de lo anterior y siguiendo a Raúl López Parra (2010:15):

“En 2010 Facebook se ha consolidado como la reina de las redes sociales. Suma ya 500 millones de usuarios en todo el mundo. El 70% vive fuera de Estados Unidos. Para procesar esa base de datos opera 60 mil servidores y emplea a mil 400 personas. La plataforma está disponible en 64 idiomas, sin contar los que están en proceso de traducción. En México su penetración ha sido acelerada: suma 12.5 millones de usuarios, el mayor registro en Latinoamérica. La compañía estima que se llegará a mil millones de perfiles en 2011”.

Por el número de usuarios que ha alcanzado, si fuera un universo real, sería el tercer país más poblado del planeta, sólo después de China y la India (Cebrián, 2010:10).

“Según sus propias cifras, 50% de los usuarios usa la red por lo menos un día a la semana. Cada persona tiene en promedio 130 amigos. Mensualmente se comparten 30 mil millones de contenidos entre enlaces a webs, noticias, blogs, notas, comentarios y fotos. Es el principal sitio web del mundo para subir y compartir fotografías. Se estima que al mes se suben dos mil 500 millones de imágenes” (López, 2010:15).

De acuerdo con Inside Network, el principal rango de edad de los usuarios de Facebook se ubica entre los 18 y 35 años, dominando las mujeres sobre los hombres en los más jóvenes e invirtiéndose esta relación después de los 35. El inicio se inscribe por lo general a los 13 años y termina a los 55 (Gómez, 2010:9).

Según la revista Forbes, Mark Zuckerberg, a sus 26 años de edad, está convertido en el multimillonario más joven del mundo y su fortuna está calculada alrededor de los cuatro mil millones de dólares, además de que es dueño del 24% de Facebook.

Para mediados de 2011, Facebook estaba valorada ya en 100 mil millones de dólares y se preveía su participación en el mercado bursátil de Wall Street para abril del próximo año (2012) (EFE/El Universal. Martes 14 de junio de 2011).

De acuerdo con Raúl López Parra (2010:15), algunas de las ventajas con que cuenta Facebook y que explican su éxito son la sencillez de su diseño, su usabilidad y también debido a que cubrió una necesidad al abrir un canal de comunicación entre los jóvenes.

Además, el sitio ofrece la posibilidad de tener una lista de amigos, localizar a viejos conocidos con los que se perdió contacto, mantener activos lazos afectivos con familiares, compartir conversaciones, vivencias, información, estados de ánimo y tener un espacio de expresión público y personalizado (15).

Siguiendo con la idea de López Parra (2010), “el éxito de Facebook y de cualquier red social, no es tanto el sitio en sí mismo; el bien máspreciado es la cantidad de usuarios y el número de interacciones que se dan entre ellos.

Agrega el autor que “Facebook desde su origen se ha erigido como una plataforma que ofrece herramientas que propician la interactividad.

“Creó el muro, el espacio en cada perfil donde el usuario escribe mensajes en 240 caracteres. Es así como toma forma la conversación entre las personas y las actualizaciones de contenidos. Después incorporó aplicaciones para subir fotografías cuya peculiaridad es que pueden

etiquetarse para identificar a los usuarios. Posteriormente sumó la creación de notas, chat y video. Todo en el mismo entorno” (15-16).

Pero algo que considera el autor como una gran innovación de Facebook fue el News Feed, que es el sistema que notifica sobre las actualizaciones de los contactos, del cual el sitio logró la patente. Gracias a este sistema, aparecen avisos en el sitio como este: “Juan Pérez subió fotos nuevas hace un minuto”.

Facebook también permite a usuarios y empresas de cualquier tipo abrir grupos y páginas. Al punto que para muchas empresas es más importante su página en Facebook que su propio portal. Esto ha contribuido al desarrollo de diferentes tipos de redes: comerciales, de trabajo, educativas, políticas, culturales, etc. De acuerdo con la misma empresa, hay más de 160 millones de temas de los que participan los usuarios y cada persona está inscrita en promedio a 60 páginas o grupos (16).

Socialmente Facebook ha permitido historias de reencuentros entre familiares que habían permanecido alejados por años, campañas humanitarias de ayuda, personas que conocieron al amor de su vida, captura de delincuentes gracias a los rastros que dejaron en su perfil, contactos profesionales, debates políticos, grupos educativos, etc. De acuerdo con cifras de la propia empresa, sus usuarios navegan siete mil millones de minutos al mes. En promedio cada persona consume 88 minutos al día, por mes deja 25 comentarios y marca “me gusta” en 9 contenidos.

Según el publicista español Javier Piriz, “las redes sociales sí entienden de experiencias de usuarios y es precisamente su carácter social el que les da una importancia vital dentro del panorama actual de la Internet” (López, 2010:18).

De esta manera, Facebook se ha convertido en la extensión social de la gente al cubrir sus necesidades de expresión. Sin embargo, sigue siendo un desconocido al que, gracias a la confianza personal, le son compartidas millones de vidas privadas. Algo interesante que nos dice Carmen Gómez Mont (2010:9), es que:

“Mucho se habla de redes virtuales: se dan cifras espectaculares, se habla de identidades juveniles y de la construcción de grandes conglomerados académicos, activistas políticos y sociales, y se les compara con territorios físicos en el ciberespacio; sin embargo, se hace poca referencia a la calidad de las redes o su verdadero potencial, así como a los diferentes modelos de interacción que podrían derivar de ellas”.

Y es aquí precisamente, donde se incrusta el propósito principal de esta investigación, que es el de conocer las nuevas forma de interacción discursiva que están ocurriendo a través del uso de la red social Facebook; el material empírico para ello provendrá de una exploración realizada con jóvenes preparatorianos del sur de la ciudad de México.

1.5 Desarrollo exponencial de Facebook en el mundo

De acuerdo con datos de Inside Facebook Gold, una división de la compañía de investigación de mercados Inside Networks, creada para el monitoreo de Facebook, esta red social continúa creciendo y, para mediados del 2011, se aproximaba ya a los 700 millones de usuarios en todo el planeta al contar con 687 millones (Notimex, 13 de junio de 2011). Sin embargo, en febrero de 2012, cuando se cumplieron ocho años de la creación de Facebook, la cifra anterior quedó muy rebasada, ya que se hablaba de 845 millones de usuarios activos y contando, hasta el momento de escribir estas líneas (Loría, 2012).

Algunos datos interesantes que agrega Arturo Loría acerca de Facebook son que este sitio de red social todos los días registra un promedio de 2.7 billones de comentarios y “me gusta”; que 250 millones de fotos son subidas diario a la red social, o que día a día se hacen 100 millones de amistades, al menos bajo el concepto de este sitio. Además, a principios de 2012, la compañía ya tenía un valor de 83 mil 500 millones de dólares, es decir, cuatro veces más que Google. Tan sólo en 2011, la empresa generó 3 mil 700 millones de dólares, cantidad que casi duplica lo obtenido en 2010 (1,974 millones de dólares).

En datos más recientes, para coronar el éxito de Facebook y celebrar su octavo aniversario, el sitio de red social “decidió ponerse bursátil y abrir todos sus libros y números para la bolsa”. En febrero de 2012, la red social presentó su solicitud a Wall Street para empezar a

cotizar en la bolsa (Loría, 2012). La solicitud fue aceptada y en mayo de 2012 Facebook comenzó a cotizar en la bolsa de valores de Estados Unidos con más de 421 millones de acciones, lo que representa la mayor entrada en la bolsa en la historia para una empresa de Internet (AFP, 2012).

En mayo de 2011, Facebook sumó 11.8 millones de nuevos usuarios, tras haber registrado 13.9 millones en abril del mismo año. Esos fueron los dos primeros meses consecutivos de reducción de crecimiento. La compañía Inside Facebook Gold explicó que la baja en el crecimiento, principalmente en Estados Unidos, donde la red social perdió seis millones de usuarios, para caer en mayo (2011) de 155.2 millones a 149.4 millones, parece darse cuando el 50 por ciento de la población de un país se suma a ese sitio de red social.

Canadá también registró en mayo una disminución de usuarios, al igual que Reino Unido, Noruega y Rusia, naciones que en su mayoría comenzaron a usar Facebook desde hace varios años.

“En el momento que Facebook alcanza alrededor del 50 por ciento de la población total en un determinado país, el crecimiento general se desacelera hasta detenerse”, indicó la compañía de monitoreo.

“Hasta ahora, Facebook ha sido capaz de compensar las pérdidas de crecimiento en las naciones desarrolladas, con grandes ganancias en los países en vías de desarrollo con una alta población, como México, Brasil, India e Indonesia”, apuntó la compañía.

El mayor número de usuarios de Facebook se ubica en Estados Unidos con 149.4 millones, seguido de Indonesia con 36.4 millones, Reino Unido con 29.9 millones, India con 26.6 y México en el sexto sitio con 25.6 millones (Notimex, 13 de junio de 2011).

De acuerdo con los datos más recientes, se calcula que, al finalizar el año 2012, Facebook alcanzó ya los mil millones de usuarios en el mundo, además de los que va sumando todos los días. (1 billón de usuarios en Facebook al terminar 2012).

1.6 Desarrollo de Facebook en México

En el lapso de un año, de 2010 a 2011, el uso del sitio de red social Facebook en México prácticamente duplicó su número de usuarios, con un crecimiento del 94.2% y llegó en junio del 2011 a 25.6 millones de usuarios.

Un dato adicional al respecto es que tan solo en mayo del 2011 un millón 900 mil mexicanos se unieron a Facebook, lo que representó un incremento de usuarios del 7.9%, dato que ubicó a México como el país que más crecimiento registró en todo el mundo en esa red social durante el mes mencionado (Notimex, 13 Junio 2011).

De acuerdo con los datos de Inside Facebook Gold, México se ubica como el sexto país con más usuarios de ese sitio de red social en el mundo, por encima incluso de Brasil. Además, la misma compañía señala que la mayoría de los nuevos usuarios de Facebook, hasta mediados del año 2011, continuaban llegando provenientes principalmente de países en vías de desarrollo como México, Brasil y la India, que han adoptado relativamente tarde esa tecnología a comparación de los países desarrollados. Esa fue la tendencia entre el 2010 y 2011, mismo lapso en que la red social tuvo un crecimiento promedio de 20 millones de usuarios mensuales a nivel mundial.

Según los últimos datos (AMIPCI, 2012), México llegó a 40.6 millones de usuarios de Internet, lo cual representa un 14.6% más que en el 2011. El 90% del total de internautas en México tiene una cuenta en Facebook, lo que nos da una cifra de 36.54 millones de usuarios mexicanos de la red social (Escobar).

1.7 Algunos estudios relacionados

A continuación se presenta un panorama general de algunos de los estudios que tienen que ver con el tema que se desarrolla en esta investigación.

En primer lugar mencionaré una tesis de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM), cuyo autor es Fernando Vilchis Aparicio. El título de este trabajo es *La construcción de la identidad colectiva y redes afectivas de los jóvenes mexicanos en Facebook* (2009). Es un estudio de tipo cualitativo que nos describe la forma en que esta red social funciona como un medio para construir identidad y redes afectivas en los jóvenes. Para el análisis del tema, el autor utiliza los datos que le proporcionan siete de sus informantes a través de una entrevista semi-estructurada. Menciono en primer lugar este trabajo porque se trata de lo más parecido que encontré con mi tema de investigación; sin embargo, ya en el desarrollo, veremos que existen varias diferencias con respecto a la tesis de Vilchis Aparicio.

Uno de los autores básicos en el tema de la identidad es Gilberto Giménez, quien en su texto *Identidades sociales, identidades étnicas* (2000), nos habla acerca del concepto de identidad, al que considera como inseparable de las ciencias sociales y de la cultura. El autor también nos dice que no hay cultura sin actores y que todo actor está inmerso en una cultura, en esa cultura está presente la interacción social, que permite a los sujetos una relación situacional (Giménez, 2007:52). Por lo tanto, la identidad se construye y se reconstruye constantemente en los intercambios sociales (2000:63). Agrega que la identidad es un conjunto de repertorios, representaciones y valores culturales interiorizados en los actores individuales o colectivos.

Otro de los autores que aporta algo importante es Carles Feixa (2003), quien estudia las identidades juveniles a partir de contextos espacio-temporales. El autor nos dice que las culturas juveniles cuentan con características propias que tienen que ver con la construcción de identidades generacionales. Agrega que las condiciones sociales son el conjunto de derechos y obligaciones que definen la identidad de cada individuo en el seno de una estructura social determinada (2003:9). Otra idea interesante de Feixa es que considera que la edad es solamente “un referente de clasificación social”.

También podemos mencionar varios de los trabajos de Rossana Reguillo, quien por lo pronto, en su texto *Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto* (2000), nos habla del desarrollo de los jóvenes en el ámbito urbano y de su relación con el sistema

establecido. La autora nos dice que las prácticas juveniles que se expresan en los grupos juveniles urbanos son formas de acción.

Por otro lado, Manuel Castells, en *La era de la información. El poder de la identidad*, nos dice que la identidad es un proceso de construcción de sentido, donde los actores sociales basándose en los materiales culturales de que disponen, construyen una nueva identidad que define su posición en la sociedad y, al hacerlo, buscan la transformación de toda la estructura social (2003:30).

Acerca del sitio de red social Facebook, también se revisaron investigaciones provenientes de otros países, como una que trató de medir la cercanía relacional que existe entre los amigos o contactos, entre estudiantes universitarios y adultos estadounidenses. Por un lado, se comprobó que existe un alto nivel de auto revelación de la personalidad, lo que hace que la interacción sea más intensa; sin embargo, el estudio también revela que existe un alto porcentaje de información insignificante en este tipo de relaciones (Ledbetter. Et. Al., 2010).

También existen estudios relacionados con la timidez de los usuarios de las redes sociales; y se sabe que las personas que se muestran tímidas en persona, pueden ver facilitadas sus relaciones a través de la plataforma tecnológica, ya que se muestran más abiertas a la interacción (Baker y Oswald, 2010).

Además, un estudio realizado entre estudiantes de licenciatura del Reino Unido confirma la idea de que los lazos que se establecen en la red social Facebook resultan débiles y regularmente son relaciones de bajo compromiso. Esto se concluye aún después de observar que efectivamente, los estudiantes tienen una cierta forma de interacción, crean sus perfiles y acumulan amigos en la red social. Esto a partir del año 2005, en que se generalizó su uso en las universidades británicas. Pero existe un debate en ese país acerca del tipo de interacción que resulta cuando está de por medio la computadora (Lewis y West, 2009).

Finalmente, existen indagaciones que revelan que el origen étnico o cultural tiene que ver con la forma en que interactúa o se expresa la gente en las redes sociales como Facebook. La cultura juega un papel importante para influir en la comunicación de los atributos

psicológicos personales, en la información individual y en la auto-expresión descriptiva; tal como se comprobó en una investigación entre la población caucásica, afroamericana y asiática de la Universidad del Medio Oeste, de Estados Unidos (De Andrea. Et. Al., 2010).

En el siguiente capítulo veremos algunos de los principales aspectos teóricos que nos permitirán abordar nuestro objeto de estudio.

CAPÍTULO 2

Facebook en el contexto comunicativo

Facebook es un complejo fenómeno social de reciente aparición y del que apenas se están ocupando las ciencias sociales. Diversos conceptos y categorías teóricas pueden servir para intentar “leer” esta red, sobre todo en función de los usos y sentidos que le imprimen sus usuarios.

En función del objeto de estudio de este trabajo vamos a realizar un recorrido por las diferentes definiciones del complejo concepto sociológico y antropológico de “identidad”, para ceñirnos a la definición o la visión que mejor convenga para los propósitos de esta investigación. Una vez definida la identidad, la trasladaremos a los espacios virtuales (mediados por Internet).

Asimismo, será importante revisar el proceso de construcción de identidad y de presentación de la persona por parte de los jóvenes mexicanos en los espacios virtuales (específicamente Facebook). Esto nos remitirá también a analizar la tenue frontera entre lo que se puede considerar como público y lo que permanece con carácter de privado en las diferentes modalidades de interacción que propicia el uso de esta red social; para ello se explicará lo que se entiende aquí como interacción discursiva y cuáles son las principales modalidades que la representan.

Finalmente, para cerrar este capítulo, se explicará el modelo de comunicación empleado para realizar este estudio (Roman Jakobson), así como la perspectiva semiótica y pragmática que se adopta en esta investigación. Iniciemos, pues, este recorrido adentrándonos en la complejidad del concepto de “identidad”.

2.1 Identidad

El concepto de identidad es tal vez uno de los más recurrentes en estudios sociológicos o antropológicos. Entre las distintas propuestas del alcance del mismo, nos parece especialmente interesante la de Stuart Hall (2003:20):

“Uso ‘identidad’ para referirme al punto de encuentro, el punto de sutura entre, por un lado, los discursos y prácticas que intentan ‘interpelarnos’, hablarnos o ponernos en nuestro lugar como sujetos sociales de discursos particulares y, por otro, los procesos que producen subjetividades, que nos construyen como sujetos susceptibles de ‘decirse’”.

Por lo tanto, se puede decir que la identidad se conforma con los puntos de adhesión temporal a las posiciones subjetivas que se manifiestan en las prácticas discursivas. Las identidades son las posiciones que el sujeto está obligado a tomar, a la vez que siempre sabe que son representaciones construidas también desde la alteridad o el otro.

El concepto de identidad se enriquece si lo consideramos a partir de procesos diacrónicos:

“Una generalidad históricamente construida, en la que cierto número de individuos se reconoce. Tal categoría intenta unir la heterogeneidad de lo social al inventar el pasado común de un grupo y el sentimiento de pertenencia a un sector específico de la sociedad [...] una categoría identitaria aspira a diluir las diferencias que distinguen a sus miembros por participar en diversos círculos de adscripción” (Laguarda, 2009:21).

La identidad y el *habitus* clasifican y diferencian a los sujetos, pero con la diferencia de que el *habitus* son los rasgos que el sujeto introyecta y reproduce inconscientemente, mientras que la identidad es la manera en que el individuo se define ante sí, su grupo y la alteridad (Bourdieu, 1988).

De acuerdo con Betty Martínez (2006:12), la comunicación es la expresión máxima de interacción social; a través de ella la identidad es representada y compartida: “La identidad no es pues lo que se le atribuye a alguien por el hecho de pertenecer a un grupo sino la ‘expresión’ de lo que da sentido y valor a la vida del individuo. La identidad individual y colectiva depende y vive del reconocimiento de los otros, se construye en la narración y el intercambio intersubjetivo”.

Algunas de las preguntas que funcionan como eje para esta investigación son las siguientes: ¿Cómo es que las formas de interacción discursiva que se dan en el sitio de red social Facebook responden a la necesidad de los jóvenes preparatorianos del sur de la ciudad de México de conformación y/o reforzamiento de una identidad? Y, ¿en qué medida los jóvenes usuarios son o no conscientes de ello?

Se parte del supuesto de que las formas de interacción social mediadas por el sitio de red social Facebook (textual, visual, multimodal), responden a la necesidad de conformar y/o reforzar una identidad entre los estudiantes preparatorianos del sur de la ciudad de México; ya que es a través de ese intercambio como los usuarios adquieren un sentimiento de pertenencia a un grupo y una serie de patrones de conducta.

Como ya se mencionó, el elemento principal que se pretende extraer de la interacción discursiva en Facebook es la identidad, tomando como base la definición que de tal concepto construye Gilberto Giménez (2007:54), quien se refiere al concepto de identidad como: “imprescindible en las ciencias sociales” porque esta (la identidad) “constituye un elemento vital de la vida social, hasta el punto de que sin ella sería inconcebible la interacción social – que supone la percepción de la identidad de los actores y del sentido de su acción. Lo cual quiere decir que sin identidad simplemente no habría sociedad”.

Siguiendo al autor, nos dice que “la identidad puede definirse como un proceso subjetivo (y frecuentemente autorreflexivo) por el que los sujetos definen su diferencia de otros sujetos (y de su entorno social) mediante la autoasignación de un repertorio de atributos culturales frecuentemente valorizados y relativamente estables en el tiempo”. Agrega también que esta autoidentificación del sujeto “requiere ser reconocida por los demás sujetos con quienes interactúa para que exista social y públicamente”. Por lo tanto, la identidad “se forma, se mantiene y se manifiesta en y por los procesos de interacción y comunicación social” (61).

Para definir a la identidad, Gilberto Giménez (2007:60) comienza por plantear una pregunta: ¿Quién soy y quiénes son los otros? El mismo autor señala que la identidad es la representación que uno mismo tiene de sí en relación con los demás. La identidad se predica

en sentido propio de los sujetos individuales dotados de conciencia y psicología propia, y sólo por analogía de los actores colectivos.

También agrega que la identidad de un sujeto se caracteriza por la voluntad de distinción, demarcación y autonomía con respecto a otros sujetos y contiene elementos de lo “socialmente compartido” y de lo “individualmente único”. Los elementos colectivos destacan las similitudes, mientras que los individuales enfatizan la diferencia.

La autoidentificación del sujeto tiene que ser reconocida por los demás sujetos con quienes interactúa para que exista social y públicamente. Nuestra identidad es una “identidad espejo”. Ella resulta de cómo nos vemos y cómo nos ven los demás. Este proceso es dinámico y cambiante.

El fenómeno del reconocimiento es la operación fundamental en la construcción de las identidades. Nuestra identidad es definida por otros, en particular por aquellos que se arrogan el poder de otorgar reconocimientos “legítimos” desde una posición dominante.

La identidad individual resulta de una especie de compromiso o negociación entre autoafirmación y asignación identitaria, entre “autoidentidad” y “exoidentidad”. De aquí la posibilidad de que existan discrepancias y desfases entre la imagen que nos forjamos de nosotros mismos y la imagen que tienen de nosotros los demás.

Complementando las ideas de Giménez, Cortina Izeta (2006:93), nos aporta lo siguiente: etimológicamente, la palabra “identidad” deriva del vocablo latino ídem, que significa “igual” o “el mismo”. De acuerdo con este autor, “llamamos identidad a lo que el ente, el ser, el objeto, el cuerpo químico, el vegetal, el animal o la persona física, empresa o institución ES EN SÍ MISMO. Lo que le hace ser lo que es, igual solamente a sí mismo, irrepetible y absolutamente distinto de otro ser” (95). La identidad no se puede transferir, ya que no puede salir del ente que constituye, sólo existe en el ser que la posee.

Todo ser posee una naturaleza que lo constituye en unidad y que lo distingue y separa de todos los demás seres. Es decir, que la empresa, institución o persona, sea física o moral es única, diferente de todas las demás, igual, idéntica sólo a sí misma (96).

Seguendo a Cortina (2006:97), es imposible tener un conocimiento total o exhaustivo de las esencias, de las identidades de los seres. La identidad no es algo simple, intrínsecamente indiferenciado, de una sola pieza, sino que está constituida por una serie de elementos que la conforman en su totalidad. Cada identidad está formada por una infinidad de elementos diferentes (factores de identidad); que son aquella multitud de elementos que le hacen a cada ente ser lo que es.

Esa enorme cantidad de elementos espacio-temporales y personales es imposible que se repita en otro ser. La identidad no puede ser conocida en sí misma, como no podemos conocer en sí mismas las esencias de las cosas existentes. Solo podemos conocer las esencias a través de sus manifestaciones perceptibles que son las características, que, unidas, nos permiten formular en la mente el concepto de lo que se trata (98).

Estas manifestaciones o señales que percibimos son denominadas por el autor identificadores o factores de identificación, son muy variadas y sólo a través de ellas podemos conocer la identidad. Son el puente que une a la identidad con todo lo demás. Al conocer la identidad a través de los factores de identificación, se forma en la mente de las personas la imagen del objeto, institución, empresa o persona.

Identificadores o factores de identificación

a) Identificadores simbólicos. Son aquellos que para manifestar la identidad utilizan signos o símbolos convencionales cuya significación debe ser previamente acordada por las personas que los utilizan, tanto enviándolos como recibiendo los. Entre éstos están las palabras habladas o escritas, los logotipos, la decoración, el diseño de los edificios u oficinas, los uniformes que usan las personas o los empleados y todos aquellos que se fundamentan en la difícil esencia de los “signos”.

También son identificadores significativos o simbólicos las banderas, los emblemas nacionales, los escudos, las camisetas de los equipos de fútbol, los colores y uniformes de las distintas corporaciones, la indumentaria de algunas profesiones, las señales de tránsito, etc.

b) Identificadores conductuales. Son significativos por sí mismos, ya que manifiestan la identidad sin necesidad de que la gente se ponga previamente de acuerdo sobre su significado. Estos producen en la mente de las personas imágenes mucho más fuertes, duraderas y confiables que los meramente simbólicos.

Tanto unos identificadores como otros forman parte del proceso de comunicación verbal o no verbal necesario para configurar o influir en la imagen (Cortina, 2006:126). Para el presente estudio interesan particularmente los factores de identificación simbólicos.

En el siguiente esquema² se especifica cuáles son los identificadores que se tomaron en cuenta para diseñar los instrumentos de esta investigación (cuestionarios), para aplicarlos entre jóvenes preparatorianos del sur de la ciudad de México:



Figura 1

Una vez que se ha revisado de manera general el complejo concepto sociológico y antropológico de la “identidad”, en el siguiente apartado veremos lo que ésta significa, pero trasladándola al contexto específico de Internet; hablamos aquí de la “identidad virtual”.

² Fuente: Elaboración propia con base en la aportación de Cortina Izeta (2006).

2.2 Construcción de identidad en los espacios virtuales

Si trasladamos el concepto de identidad a los espacios virtuales, nos encontramos con que las identidades construidas por los jóvenes en la red aparecen desprovistas de las connotaciones contextuales derivadas de la presentación corporal de la persona y de la co-presencia de los interlocutores en un mismo espacio físico. La identidad virtual se moldea sobre todo a partir del intercambio de textos, imágenes o discursos multimodales con otras personas. Es a través de ese intercambio como los usuarios adquieren un sentimiento de pertenencia y una serie de patrones de conducta. Por lo tanto, el contexto social y la aportación individual a la comunidad mediante el uso de formas discursivas de diferente índole (textual, visual, multimodal) definen la identidad virtual. Además, la tendencia del ser humano a formar redes sociales como fuente de anclaje de la identidad discursiva se manifiesta también en la comunidad virtual (Yus, 2010:54-55).

A este respecto, Rosalía Winocur (2006:551) nos dice que “la sociabilidad online no representa un desplazamiento de otras formas de pertenencia, sino que permite ampliar los circuitos tradicionales de encuentro y socialización”. De lo cual podemos deducir que la tecnología no crea nuevas formas de socialización, más bien ayuda a potenciar las ya existentes. Por lo tanto, la interacción en este tipo de espacios es, en todo caso, una extensión de la interacción que de por sí ya existía antes del uso de la tecnología para tales fines (interactuar).

Siguiendo a la autora, también considero pertinente rescatar las siguientes apreciaciones por considerarlas de utilidad para este trabajo: a) la virtualidad en las relaciones humanas no se inició con internet; y b) Internet no deja de ser una experiencia “real”, en la medida que está producida por sujetos reales desde los espacios concretos de su vida cotidiana, y que tiene efectos tangibles en la vida social, política y económica de los individuos y grupos que la utilizan, así como entre quienes no tienen acceso (2006:554-555).

Las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICS) en general y el uso de las redes sociales en Internet (Facebook), en particular, han propiciado transformaciones muy significativas en cuanto a la percepción del tiempo y del espacio, a las definiciones de lo

real y las constituciones de lo corpóreo. Asimismo, y para el caso que aquí nos ocupa, han transformado los modos de organización y de pertenencia de los jóvenes.

El tema de la construcción de la identidad en los espacios virtuales es tratado de una forma muy completa en un texto de Bianca Vanesa Racioppe y otras autoras (2008), que lleva por título *Jóvenes y TICS. Modos de socialización y construcción de identidad (es)*. Por lo tanto, en las siguientes páginas se rescatan las ideas de este documento que mejor se adaptan a nuestro tema de estudio.

Las TICS, como toda tecnología, están producidas por sus contextos históricos, por lo tanto, se pueden considerar como productos sociales. Castells y otros las definen como aquellas que "comprenden una serie de aplicaciones de descubrimiento científico cuyo núcleo central consiste en una capacidad cada vez mayor de tratamiento de la información".

Por otra parte, Delia Covi Druetta, en su libro *Tecnología satelital para la enseñanza* define a las nuevas tecnologías como aquellas que:

"Reemplazan el sistema analógico por el digital, con el que inauguran, en el área de las comunicaciones, nuevos sistemas de transmisión a distancia [...] Además las nuevas tecnologías poseen una parte dura (hardware) que corresponde a la maquinaria en sí; y una blanda (software) que constituye su parte lógica. Se les ha definido como reflexivas e interactivas. Reflexivas, por ser producto de la racionalidad instrumental del hombre que al relacionarse con ellas, pueda adaptar el servicio que prestan ajustándolas en su parte lógica a las necesidades que posea. Interactivas, porque en algunos casos permiten una respuesta al usuario y porque, a diferencia de los medios tradicionales, éstas no constituyen un simple listado de medios, sino sistemas integrados en los que se combinan e interactúan entre sí" (Racioppe. Et. Al. *Jóvenes y TICS. Modos de socialización y construcción de identidad (es)*).

Estos cambios, que ya signaban tecnologías anteriores, se han dinamizado y acelerado por la velocidad de la innovación técnica y la velocidad con que las generaciones más jóvenes incorporan esas innovaciones a su vida.

La inclusión de las nuevas tecnologías en las rutinas cotidianas presupone una transformación de esas rutinas, de esas dinámicas. Lo *normal* se transforma, muta, cambia y cada vez parece hacerlo con mayor celeridad. Cada vez más pequeñas y multifuncionales,

las tecnologías transforman nuestros modos de estar en el mundo, de pensarnos como sujetos y de pensar a los otros.

Las percepciones de lo temporal espacial se transforman al punto tal de hacernos sentir que vivimos en una suerte de presente permanente, de instantaneidad signada por el uso cada vez más frecuente de las nuevas tecnologías que han cambiado las formas de representación del mundo.

El tiempo empieza a medirse con patrones universales, que ya nada tienen que ver con lo local. Por ejemplo, se instauran los husos horarios. Pero hasta esos husos horarios se disuelven cuando de saber al instante, cuando de estar conectados, de ser parte de lo global se trata.

Actualmente lo instantáneo transforma la concepción del espacio y su máxima expresión es Internet, donde todo parece ser simultáneo e inmediato. Surge el espacio que por antonomasia se mide en tiempo, ya que no hay una delimitación física posible. Internet crea el imaginario de acortar las distancias, cuando en realidad lo que se reduce es el tiempo para comunicarse con el otro lejano. El chat se constituye como el espacio donde los sujetos distantes pueden encontrarse en el tiempo presente.

Y en el espacio virtual los jóvenes se vuelven intangibles y a partir de esto adquieren otros cuerpos que dibujan en palabras e imágenes ¿Cómo relatan su cuerpo? ¿Cómo construyen su corporeidad dentro de ese espacio virtual?

Le Bretón señala que "el cuerpo es el ancla, lo único que puede darle certeza al sujeto, por supuesto que aún provisoria; pero por medio de ésta puede vincularse a una sensibilidad común, encontrar a los otros, participar del flujo de los signos y sentirse cómodo en una sociedad en la que reina la falta de certeza".

Pero qué ocurre cuando las nociones de cuerpo cambian, cuando lo corpóreo ya no es sólo lo tangible, sino también lo imaginable, lo posible, lo deseable. Qué ocurre cuando el cuerpo

ya no es necesariamente uno solo, sino que puede ser muchos al mismo tiempo. ¿Qué eligen los jóvenes mostrar de ellos en esos espacios virtuales? ¿Cómo eligen contarse?

Es a través del cuerpo que uno se comunica con el otro: los gestos, la voz, las posturas, hasta la letra en las cartas lleva grabada una corporeidad, una vinculación con el cuerpo en sus rasgos, en sus formas. ¿Qué pasa cuando el cuerpo no está más presente de estas maneras? ¿Cómo aparece, cómo se manifiesta?

Otra cuestión interesante a tener en cuenta es la paradoja de la postura rígida del cuerpo frente a la computadora, un cuerpo estático, frenado, inmóvil y, sin embargo, dinámico en otros sentidos. En cierta forma, la computadora nos retrotrae a los viejos modos de lectura, vuelve a situar el cuerpo en un espacio delimitado (como los pupitres de la escuela usados para contener, para establecer un orden). El cuerpo está quieto; pero al mismo tiempo está en movimiento, viaja y se construye virtualmente.

Según Le Breton "la imagen del cuerpo no es un dato objetivo, no es un hecho, es un valor que resulta, esencialmente, de la influencia del medio y de la historia personal del sujeto". Por lo tanto el cuerpo es algo que está más allá de lo material, de lo exclusivamente físico, el cuerpo es imagen(es), representación(es) que entran en juego al momento de constituir identidad(es), al momento de interactuar con los otros.

En los chats, en los foros, en el espacio virtual -y no por eso menos real- de Internet los cuerpos se construyen en los relatos, se construyen de fragmentos marcados por el designio social de lo que se entiende como bello, como rebelde, marcas de cuerpo. En estas marcas de cuerpo los nicks o apodos, las fotos, las frases que deciden usar para presentarse a los otros, para identificarse frente a los otros, cobran una importancia singular.

Como nicks los jóvenes usan frases de canciones para "expresar sus estados de ánimo". Por otra parte los nicks también pueden ser sus apodos o referencias a nombres de grupos musicales, de canciones, de lugares de pertenencia, de equipos de fútbol que se mezclan con los nombres. Esto también ocurre al momento de elegir direcciones de mail.

Las fotos elegidas son siempre una construcción de nuestra imagen. Nos muestran de una manera, hacen foco en algunos aspectos y otros no. La foto siempre implica un recorte y una selección. No es lo mismo quien escoge una fotografía en primer plano (mostrando alguna parte de su cuerpo, o su piercing, o tatuaje), que quien elige una contextual (su habitación, un paisaje, un bar) a quien elige una grupal en la que es muy difícil distinguirlo.

El chat es una actividad que, generalmente, realizan en simultáneo con otras actividades. Chatean con más de una persona a la vez y mientras lo hacen “bajan” información, música o juegan en red.

“Los chat son textos que se intercambian sincrónicamente. Podemos definirlos, simplemente, como conversaciones espontáneas pero escritas. No cuentan con los signos paralingüísticos ni con la presencia física del interlocutor, pero sí con la dinámica de la oralidad, el marco de una conversación, su estructura, la sincronidad y el control de los hablantes sobre la interacción” (Winocur, 2006. Citada en: Racioppe. Et. Al. 2008).

Cuando chatean es como si hablaran y en ese diálogo aparecen marcas identitarias, qué digo de mí, cómo me defino, cómo me narro a los otros da cuenta de cómo me percibo y cómo quiero que me perciban. Además, el espacio del chat tiene ciertos códigos y elementos que permiten conocer los estados de ánimo del otro, los *tonos* en que está “hablando”. Los emoticones, cada vez más variados, son uno de esos elementos, el uso de mayúsculas, de signos de exclamación son todas claves que permiten descifrar cuán en serio dice lo que dice el otro, anclar los sentidos de su discurso. Estos códigos del chat han nutrido los mensajes de texto y viceversa: las abreviaturas para economizar tiempo y espacio, las letras usadas por fonética (T kiero, ksa, bso.) han modificado los modos de escribir y han creado reglas propias para el chat y los mensajes de texto; reglas que son verdaderas recreaciones gramaticales. Lejos de asustarnos o pregonar la “destrucción” del castellano, deberíamos comprender la creatividad para crear nuevos registros y entender que quizás una alternativa ante este fenómeno sea enseñarles a los jóvenes a darse cuenta de los contextos para usar esos registros (Racioppe. Et. Al. 2008).

Según Gilberto Giménez la identidad tiene una persistencia en el tiempo a través de un núcleo de construcción de sí misma, este proceso no es cerrado y fijo, sino que va incorporando elementos nuevos. Los elementos que configuran la identidad son la

pertenencia a un grupo, la presencia de un conjunto de atributos, idiosincrasia y los vínculos que se establecen con otros.

“Nuestra identidad sólo puede consistir en la apropiación distintiva de ciertos repertorios culturales que se encuentran en nuestro entorno social, en nuestro grupo o en nuestra sociedad. Lo cual resulta más claro todavía si se considera que la primera función de la identidad es marcar fronteras entre un nosotros y los “otros”, y no se ve de qué otra manera podríamos diferenciarnos de los demás si no es a través de una constelación de rasgos culturales distintivos. Por eso suelo repetir siempre que la identidad no es más que el lado subjetivo (o, mejor, intersubjetivo) de la cultura, la cultura interiorizada en forma específica, distintiva y contrastiva por los actores sociales en relación con otros actores” (Giménez, Gilberto. La cultura como identidad y la identidad como cultura. IIS, UNAM. Citado en: Racioppe. Et. Al. 2008).

Siguiendo con el texto de Bianca Racioppe (Et. Al. 2008), cuando nos vinculamos con los otros, construimos imágenes, representaciones de ellos, en cierta forma los etiquetamos. En el mundo físico cada persona está asociada a su cuerpo; en Internet ese cuerpo se configura de otras maneras y quizá sea esa *ausencia* la que permite vincularse con el otro desde lugares antes impensados. El espacio de lo virtual permite experiencias que no por ser virtuales son menos reales; abre la posibilidad a otras maneras de vincularse, nos permite (re)conocer al otro.

Es en lo cotidiano que nuestra vida adquiere sentido. Observamos que los jóvenes participan activamente en la red desde las instituciones que conforman su vida cotidiana, formar parte de la red no va por otro camino que su hacer cotidiano sino que es parte de éste, es una experiencia representada por otras formas de socialización y por el uso de las TICS.

“...más que decir que Internet tiende puentes con la vida del mundo “real”, se trata de vínculos estratégicos, y lo que ocurre cotidianamente se convierte en muchos casos en el material de los espacios virtuales de interacción. No es cierto entonces que lo virtual trasciende lo real de forma automática. Los espacios de interacción pueden estar configurados de distintas maneras, y puede experimentarse también de formas variables, pero no pierden nunca, enteramente, toda referencia a las realidades *offline*” (Racioppe. Et. Al. 2008).

Lo virtual alude a los vínculos que se sostienen en lo virtual, en el ciberespacio (online), y lo real o presencial a los contactos cara a cara en el espacio físico (offline).

“Asimismo, lo “real” y lo “virtual” considerados en relación con la experiencia de los usuarios de Internet, pone de manifiesto la dificultad de analizarlos como mundos paralelos en los cuales se está, o se deja de estar, mediante el procedimiento mediado por la tecnología de conectarse y desconectarse. Entre ambos mundos existe una multiplicidad de referencias materiales y simbólicas en la vida cotidiana y en los medios de comunicación que los imbrican, más allá de que la computadora este encendida o apagada” (Racioppe. Et. Al. 2008).

La mediatización va más allá de que estemos expuestos a los medios, nos atraviesa en la forma de mirar, pensar y nombrar al mundo y a nosotros mismos como sujetos. Aunque la televisión o la computadora estén apagadas, los jóvenes están mediatizados en sus formas de vestir, mirar, hablar. Sus discursos, representaciones y prácticas están atravesados por la experiencia de la mediatización. Están impregnadas por las lógicas de las TICS, por las habilidades o significados que construyen.

La vida cotidiana de los jóvenes está marcada por el dinamismo, la fragmentación y la simultaneidad. Así viven, piensan y se relacionan. Los jóvenes usan el celular, escuchan música, chatean y miran televisión, todo a la vez. Las prácticas mediáticas de los jóvenes son integradas. Hacen un uso simultáneo de las nuevas tecnologías. "Los niños y los jóvenes se mueven en un universo de dinamismo, de fragmentación de inmediatez, un mundo mosaico, de continua estimulación, y donde todo es simultáneo" (Racioppe. Et. Al. 2008).

Esto significa una percepción simultánea que implica mayor rapidez y fragmentación, dadas por la costumbre a relacionar, a comparar. Los jóvenes pertenecen a una generación que se ha criado con las TICS. Su panorama mediático estuvo desde siempre diversificado. Son una *generación multimedia*. Y aquí es importante considerar que lejos de desplazar a las anteriores, la aparición de nuevas tecnologías las integra y transforma, cambia sus significados y usos.

Facebook es un nuevo espacio de sociabilidad entre los jóvenes, allí construyen un perfil, se conectan con sus amigos, hacen nuevos amigos, suben fotos, videos, se mandan regalos virtuales y mensajes. “En el corazón de las redes sociales está el intercambio de información personal” (Racioppe. Et. Al. 2008).

El número de jóvenes que participa de estas comunidades es cada día mayor. En las comunidades virtuales se socializa, se generan relaciones y redes de relaciones, pero no con las mismas características que en las comunidades físicas. Las comunidades virtuales tienen otro tipo de lógica y generan otro tipo de relaciones. Lo más interesante es la idea de que son comunidades personales, comunidades de personas basadas en los intereses individuales y en las afinidades y valores de los participantes. Es decir, en la medida en que se desarrollan en nuestras sociedades proyectos individuales, proyectos que dan sentido a nuestra vida a partir de lo que yo soy y quiero ser. Y, como vimos antes, las TICS permiten esa conexión saltando por encima de los límites físicos de lo cotidiano, tanto en el lugar de residencia como en el lugar de trabajo y genera, por tanto, redes de afinidades.

“Las comunidades virtuales son agregaciones sociales que emergen de la red cuando un número suficiente de personas entablan discusiones públicas durante un tiempo lo suficientemente largo, con suficiente sentimiento humano para formar redes de relaciones personales en el ciberespacio” (Racioppe. Et. Al. 2008).

Las comunidades virtuales poseen tres requisitos básicos: la interactividad, el componente afectivo y el tiempo de interactividad. La interacción, el intercambio, la construcción de confianza, la ritualización de la práctica, son condiciones fundamentales que implican participar activamente en una comunidad virtual. La idea de virtualidad en este tipo de comunidades es tan sólo en su representación, es una dimensión, lo que importa es que las consecuencias sociales que se establecen en estos espacios virtuales son reales para el sujeto en “cuerpo” y para su entorno.

Los modos de vincularnos con los otros y con el mundo se han transformado y los jóvenes son los principales protagonistas y dinamizadores de esa transformación; son ellos los que viven esos nuevos modos como naturales y cotidianos.

En este contexto se inscriben los jóvenes que usan hoy las nuevas tecnologías y es a partir de esas prácticas, de esas vivencias que las resignifican, que las incorporan en sus dinámicas cotidianas, que les imprimen la urgencia de los tiempos y lo simultáneo de las acciones. Son esos los nudos que debemos desatar para entender la conformación de los

nuevos modos de tejer las redes sociales, de los nuevos modos de ser y estar en el mundo, en los mundos de lo online y lo offline (Racioppe. Et. Al. 2008).

Construcción de la imagen

En este apartado se rescata la aportación del sociólogo canadiense Erving Goffman acerca de la construcción social del “sí mismo”, aportación que se reseña en el libro *Las cosas del decir*, de Helena Calsamiglia y Amparo Tusón (2002:159-161).

De acuerdo con este autor, la actividad comunicativa se concibe socialmente como una escena en donde los actores interpretan su papel. De esta forma, el sujeto hablante no se considera como una entidad psicológica, como un individuo con intenciones, sino como un personaje que se va definiendo en el proceso mismo de la interacción con los otros.

De esta manera, el “sí mismo” (*self*) es una construcción social que se manifiesta a través de la imagen (*face*) con la que cada actor se presenta en las ocasiones de interacción (reuniones, encuentros, situaciones sociales varias). Por lo tanto, la imagen se define a partir de los otros, de la manera como éstos interpretan y valoran la “línea” u “orientación” que una persona toma en una situación de comunicación determinada.

Para el ser social, la imagen es un “objeto sagrado” que se ha de preservar y mantener a través de rituales. De ahí que se hable de la “elaboración de la imagen” (*face work*) en el transcurso de la interacción. Esta labor se va realizando a partir de indicadores no verbales y verbales que funcionan simbólicamente para ir determinando la imagen pretendida en cada caso.

Goffman también asume a la interacción como un proceso conflictivo en que la imagen se puede ver deteriorada, degradada e incluso se puede perder. Para evitar esto, existen, de acuerdo con el autor, los rituales de la interacción, dedicados a mantener o salvar la imagen propia o la de los demás. Rituales que pueden ser de reparación o compensación, si es que ha habido ofensas, o bien para prevenir o evitar que existan tales.

Según Goffman, en el escenario comunicativo hay dos espacios o regiones: el anterior o frontal, el más cercano a un público desconocido (*front stage* o proscenio) y el posterior o de fondo (*back stage* o entre bastidores), que constituye el espacio privado.

“Se trata por tanto de una imagen en el espacio público y una imagen en el espacio privado que no son intercambiables: en el espacio privado la imagen es conocida y asumida: ‘Aquí el actuante puede descansar, quitarse la máscara, abandonar su texto y dejar a un lado su personaje’. En el espacio público la imagen está continuamente en construcción y se ha de ir manteniendo a través de señales que se orienten a este fin” (Calsamiglia y Tusón, 2002:160).

De lo anterior se desprende la idea de que los comportamientos verbales y la elección de elementos lingüísticos forman parte de los indicadores simbólicos de construcción de imagen, entendida ésta como un proceso dinámico en la interacción.

2.3 Lo público y lo privado en Facebook

El tema de lo público y lo privado en las redes sociales como Facebook muchas veces es explicado de manera ambigua o relativa, ya que es el mismo usuario quien determina qué tanto de su persona o de su intimidad quiere compartir o hacer público.

Andrés Merejo, en su texto *La esfera de lo público y lo privado en redes digitales*, nos dice que “lo público como esfera, movilidad y movimiento de un lugar dinámico, no estacionario, ha producido el espacio de la red de redes (Internet), el ciberespacio, en la cual se mueven millones de cibernautas a cada instante del día”. También señala que actualmente no se puede precisar en dónde comienzan los espacios privados y dónde terminan los públicos, ya que con la emergencia de espacios virtuales, con la web 2.0, y sus diferentes componentes, tales como Facebook, se ha trastocado lo que se tenía como privado y lo que se ha tenido como lo público.

Asimismo, Merejo nos dice que lo anterior se debe a que:

“Estos espacios virtuales configuran a los sujetos, representándolos en nuevas relaciones y moradas íntimas, ya que cada vez que escriben se

describen, se dibujan ante la miradas de los otros que están en una pantalla, se hace público ante la mirada de las diferentes vicisitudes que atraviesan esos espacios cibernéticos, como si fuesen espectros virtuales, en donde los discursos son las manifestaciones de deseo, saber, poder y vida” (Merejo. *La esfera de lo público y lo privado en redes digitales*).

De tal forma que los nuevos espacios de interacción como Facebook, cada vez van haciendo más tenue la frontera entre lo que es público y lo que es privado. Nos dice el autor que la privacidad de las personas se pierde “en la medida en que van sintiendo seducción, fascinación y placer en sus navegaciones virtuales”.

Otra idea interesante del autor es que a pesar de que la frontera entre lo público y lo privado se vaya perdiendo, aún queda en la persona un último espacio que puede quedar a salvo, se refiere a “lo íntimo”, que define como lo “particular concreto del sujeto”.

La exposición de las ideas anteriores nos hace pensar en lo complejo que puede resultar el estudio de los espacios virtuales, específicamente las redes sociales por Internet, ya que en ellas los usuarios comparten parte de sus vidas, pero no sabemos hasta qué punto lo que se comparte es real o está en función de la construcción de su imagen. Actualmente vivimos en una combinación entre redes sociales reales y virtuales.

De acuerdo con Andrés Merejo, el problema de usar o navegar en los espacios virtuales puede estribar en que:

“En el ciberespacio la navegación tiene un precio, en cuanto que se va perdiendo lo privado en la medida que nos expandimos en la esfera pública virtual y vamos abandonando los espacios públicos reales, que en otro tiempo estaban delimitados por el Estado nacional, y no por un cibermundo globalizado, que resquebraja fronteras y oferta información y conocimiento de manera instantánea.

“Los sujetos navegantes en esos espacios virtuales han sellado un pacto con la memoria virtual de los servidores de grandes empresas y con los espías digitales que viven tras la caza de informaciones (*La esfera de lo público y lo privado en redes digitales*).

De lo anterior resulta muy interesante rescatar las ideas de que: a) a medida que las personas navegan cada vez más por los espacios virtuales, van abandonando a su vez los espacios públicos reales y con ellos se va perdiendo también la privacidad; y b) que para los

espacios virtuales parece no haber fronteras y ofrecen una inmensa cantidad de información y conocimiento de manera inmediata, y en eso consiste gran parte de su atractivo. En cambio, al navegar por los espacios virtuales entramos a la base de datos de innumerables empresas, que ofertan todo tipo de servicios. No hay que olvidar que aunque los espacios virtuales sean públicos, principalmente son también espacios comerciales.

En este sentido, Martín Rosas nos aporta los siguientes datos:

“Recientemente, una investigación del Wall Street Journal dio a conocer que Facebook comparte los datos personales de sus usuarios sobre comportamiento y gustos personales con los anunciantes publicitarios, para que puedan lograr de manera más sencilla una segmentación de su público objetivo; llevando, además, una estadística demográfica y geográfica de todos los que participan en su red.

“Las principales críticas que recibe la red social se relacionan con el hecho de que, por defecto, el usuario deja que toda su información sea pública y que además se pueda publicar en buscadores. Al comienzo, en sus términos de uso, Facebook remarcó que todo el contenido ‘subido’ a su red social podía ser empleado por la compañía sin tiempo de expiración y para los fines que creyeran convenientes” (Facebook: entre lo público y lo privado).

Otra opinión en el mismo sentido es la de Diego Regueiro y Magali Levinton, quienes nos dicen que:

“Un factor que sorprende es que [en Facebook] se descarta el anonimato. A diferencia de otras experiencias virtuales [...] en este ámbito no existe lo privado; todo es público. Quien ingresa al sitio debe registrarse con un usuario y contraseña, debe indicar su nombre y apellido, su fecha de nacimiento, su estado civil, etc. Se genera, pues, un intercambio de datos privados, en el que se muestran los intereses, las preferencias y las actividades de los usuarios. En este ámbito público, todo es expuesto, todo es compartido, y la privacidad pasa a un segundo plano” (*Entre lo público y lo privado*).

Con lo anterior queda claro que gran parte de la vida de cualquier cibernauta, puede aparecer en archivos digitales, en bases de datos, que se venden y se compran como mercancía. Esto significa también que existan menos secretos, ya que cualquier persona puede investigar parte de lo que ha sido la vida de los usuarios de las redes sociales.

Sin embargo, Andrés Merejo sostiene que:

“Para las generaciones “net”, que son los jóvenes que han crecido y están naciendo en el mundo ciberespacial, lo privado no es objeto de preocupación, su inserción en este espacio virtual implica exponer parte de su vida íntima, como fotografías en diferentes poses, los videos, la música y los diálogos interactivos. Presenciándose de esta manera una preponderancia de lo público virtual, más allá de cualquier dimensión real, local.

“Para dicha generación el compartir, interactuar de manera instantánea, escribir sobre lo cotidiano, las noticias, sus amores, los sucesos familiares, forman parte de sus perfiles, los cuales son abiertos, porque permanecen como mancha indeleble en esos espacios públicos sociales virtuales, que es la misma expresión del ciberespacio, que descansa en redes digitales de la sociedad de la información y el conocimiento, el ciber mundo” (*La esfera de lo público y lo privado en redes digitales*).

Justamente a ese sector de usuarios a los que Andrés Merejo llama generación “net” va dirigido este estudio, que son los jóvenes que están creciendo en frecuente contacto con la tecnología y a quienes parece no importarles mucho el hecho de mantener su privacidad en las redes sociales.

Otra idea interesante del autor es que:

“Las relaciones sociales virtuales que nos brinda el ciberespacio desplazan en parte esos espacios tradicionales en donde la ciudadanía, a través de la interacción social, podía sentir los gestos y las miradas de otras personas.

“Aun así, tales espacios públicos virtuales como el espacio público real no se nulifican uno al otro, mantienen una relación compleja, ambos deben ser pensados como complementarios, porque nuestra vida cotidiana se mueve entre esos espacios, sin pensar cuándo son virtuales o reales. Ambos convergen, conviven en nosotros, son parte de nuestra nueva forma de existir, en un mundo global caracterizado por la información y el conocimiento [...]” (Merejo. *La esfera de lo público y lo privado en redes digitales*).

Así es como actualmente vemos modificados los conceptos de lo público y lo privado, sobre todo pensando en el nuevo tipo de interacciones que propician los espacios virtuales y tomando en cuenta lógicamente a las personas que están inmersas en este tipo de actividades.

Por lo tanto, resulta interesante preguntarnos hasta qué punto los usuarios de estos espacios virtuales son conscientes de esta dualidad entre lo “real” y lo virtual, ya que se está dando una combinación en la convivencia o interacción entre ambos planos.

Al respecto, Andrés Merejo señala que los espacios públicos virtuales se impregnan de cuerpos agitados en los espacios reales, que tienen presencia en lo virtual, por el lenguaje, expresión de lo simbólico, de intercambio de información y conocimiento. La esfera de lo público y lo privado tiene una configuración diferente cuando nos movemos en el mundo del ciberespacio, ya que a diferencia de los espacios reales, en donde el sujeto se mueve en un medio social específico y sincrónico, en este espacio virtual el tiempo y el espacio no necesariamente son simultáneos.

Si se pierde el conocimiento sobre el escenario en que se mueve el sujeto, no se puede diferenciar si es público o privado, porque en el ciberespacio se dislocan esos espacios y los sujetos pueden moverse en escenarios diacrónicos y sincrónicos, divergente-convergentes, únicos y múltiples a la vez.

Un sujeto puede desplazarse en un espacio privado, íntimo y real, que puede ser la habitación de su casa, rodeado de su familia, y sin embargo, compartir un escenario público virtual al mismo tiempo.

Por eso cuando nos referimos al ciberespacio no podemos definir lo público y lo privado de manera categórica, ni delimitar lo uno de lo otro, sin entender que en las relaciones de poder virtual ambos conceptos no son estacionarios, ya que una definición de lo privado puede fácilmente ser lo público y una definición de éste puede ser privada. Por lo cual una aproximación específica, no absoluta, contribuye a comprender la compleja relación de ambos términos con el ciberespacio.

En las complejas relaciones sociales y tecnológicas los espacios sociales reales y virtuales son complementarios, sin que uno nulifique al otro, porque los sujetos sociales en sus prácticas cotidianas no asumen como conciencia las diferencias de esos espacios. Por ejemplo, una persona fácilmente se desplaza de un espacio a otro sin pensar cuándo está en

lo virtual o lo real. Se puede navegar por diferentes espacios como Facebook, o en una tienda virtual dentro de una plaza comercial real, en donde existe un cibercafé.

En ese contexto sociocultural, los sujetos van redefiniendo sus espacios públicos y privados, pero estos también los van formando a través de una interrelación social. De ahí que los movimientos, el ir y venir de un lado a otro, se han estado cubriendo por nuevas formas de controles digitales que implican relaciones de poder social y virtual” (Merejo. *La esfera de lo público y lo privado en redes digitales*).

Por otro lado, Diego Regueiro y Magalí Levinton se preguntan ¿cuál es el límite entre lo que es público y lo que es privado? y ¿Por qué parece no importar en Facebook? Y la respuesta que dan los autores es que:

“Por un lado, existe el límite que el propio usuario impone. Es el usuario el que decide sobre aquello que sale o no a la luz, aquello que cubre o pone al descubierto su identidad. Pero, por otro lado, el usuario se encuentra ante un mundo inmediato, que convoca, provoca e interfiere ofreciendo un sinfín de posibilidades de conexión.

“La plataforma tecnológica y sus distintos mecanismos invitan a atravesar ese límite, invitan a tratar de saber más y más. En esta posibilidad está su atractivo y su riesgo. ¿Hasta dónde abrir el mundo privado, hasta dónde contar de uno y hasta dónde decir basta? En este juego de límites, juega también el interés por el otro: mi mundo privado se abre, porque el mundo privado de los demás también se abre y se hace público.

“En definitiva, es el usuario quien tiene la decisión y el derecho. Es él quien tiene a su alcance el conocer y dar a conocer. En su búsqueda, cada uno decide el poder actuar según su deseo y llevar a cabo aquello que sea enriquecedor para su vida.

“Más allá de las decisiones personales y los límites que se impongan, lo que queda claro es que las redes sociales, como Facebook, apelan a este juego de miradas y deseos entre las personas. He aquí su atracción y una de las posibles explicaciones de su éxito (Regueiro y Levinton. *Entre lo público y lo privado*).

Acerca de lo público y lo privado en Facebook, Marcelo Lacanna es de la opinión de que “exponer a rajatabla su vida privada en Facebook no es lo mejor que puede hacerse cuando uno es muy celoso de su privacidad”. Ya que esta red social “almacena y muestra

información que tú has decidido hacer pública, o que alguien [...] ha decidido hacer pública” (Citado en Faerman, 2011:101).

Además, agrega Lacanna: “Facebook tiene [...] opciones para ajustar tu [...] ‘privacidad’, gracias a las cuales puedes indicar quiénes quieres que vean tus fotos [...], quiénes quieres que lean tu muro [...], quiénes pueden ver tu perfil y quiénes pueden ver lo que respondiste en el test...”.

Finalmente, el autor nos dice que:

“Estamos viviendo tiempos muy modernos [...]. Tiempos excitantes, divertidos, tecnológicos [...]. Tiempos donde la privacidad es un concepto cada vez más abstracto. Tiempos donde el secreto más oscuro de una persona está a la vuelta de reenviar un correo equivocado. Pero si te metes en Facebook, debes saber que estás jugando un juego en el que, en cualquier momento, el viento deja al descubierto tu carta más fuerte” (Faerman, 2011:102).

2.4 Interacción discursiva

El discurso es una práctica social, una forma de acción entre las personas que se articula a partir del uso lingüístico contextualizado, ya sea oral o escrito. El discurso es parte de la vida social y a la vez un instrumento que crea la vida social. En el discurso, las formas lingüísticas se ponen en funcionamiento para construir formas de comunicación y de representación del mundo, real o imaginario (Calsamiglia y Tusón, 2002:15).

La lengua es la principal materia del discurso y ofrece a quienes la usan una serie de opciones (fónicas, gráficas, morfosintácticas y léxicas) de entre las cuales hay que elegir en el momento de interactuar discursivamente.

En el ámbito de la acción y la interacción,

“Los discursos no sólo consisten en (estructuras de) sonidos o imágenes, y en formas abstractas de oraciones (syntaxis) o estructuras complejas de sentido local o global y formas esquemáticas. También es posible describirlos en términos de las acciones sociales que llevan a cabo los

usuarios del lenguaje cuando se comunican entre sí en *situaciones sociales* y dentro de la *sociedad* y la *cultura* en general” (Van Dijk, Teun A. El discurso como estructura y proceso. Estudios del discurso: introducción multidisciplinaria. Citado en: González, 2010:39).

El discurso es, pues, una práctica social y como tal, resulta a la vez complejo y heterogéneo, pero no caótico. Es complejo por los diversos modos de organización en que puede manifestarse; por los diversos niveles que entran en su construcción y por las modalidades en que se concreta en el proceso de la comunicación (oral, escrita o iconoverbal).

En el estudio del discurso, la comunicación no es un simple y mecánico proceso de transmisión de información entre dos polos, sino que más bien es entendida como un proceso interactivo mucho más complejo que incluye la continua interpretación de intenciones expresadas verbal y no verbalmente, de forma directa o velada (Calsamiglia y Tusón, 2002:16).

Siguiendo a las autoras de *Las cosas del decir*,

“Como miembros de grupos socioculturales, los usuarios de las lenguas forman parte de la compleja red de relaciones de poder y de solidaridad, de dominación y de resistencia, que configuran las estructuras sociales, siempre en tensión entre la igualdad y la desigualdad, la identidad y la diferencia. Las identidades sociales de las personas -complejas, variadas e incluso contradictorias- se construyen, se mantienen y se cambian a través de los usos discursivos. Porque es en ellos donde se activan y se materializan esas *caras* que se eligen para cada ocasión” (16).

Por lo tanto, abordar un tema como el discurso implica adentrarse en el entramado de las relaciones sociales, de las identidades y de los conflictos, intentar entender cómo se expresan los diferentes grupos culturales en un momento histórico, con unas características socioculturales determinadas.

Finalmente,

“El material lingüístico se pone [...] al servicio de la construcción de la vida social, de forma variada y compleja, en combinación con otros factores como los gestos, en el discurso oral, o los elementos iconográficos en la escritura; los elementos cognitivos, sociales y lingüísticos se articulan en la formación del discurso. Las lenguas viven en el discurso y a través de él. Y el discurso

–los discursos- nos convierten en seres sociales y nos caracterizan como tales” (Calsamiglia y Tusón, 2002:16 y 17).

De esta manera, de acuerdo al tema que aquí nos ocupa, las principales modalidades discursivas en que se basa este estudio son los intercambios de fotografías e imágenes y los mensajes escritos (texto), principalmente; y en menor medida el uso de apodos o nicknames, los juegos, los tests, los links o enlaces y los regalos virtuales, entre otros. Todos ellos, como elementos que utilizan los jóvenes para conformar y /o reforzar su identidad en la red social Facebook y de los cuales daremos cuenta de forma detallada más adelante.

2.5 Modelo de comunicación

Partiendo del modelo funcionalista/estructuralista de la comunicación de Roman Jakobson, esta investigación pretende conocer las diferentes formas de interacción discursiva que emplean los jóvenes en la red social Facebook y descubrir si esas formas de interacción discursiva representan una nueva modalidad en la construcción de identidad en los jóvenes preparatorianos del Distrito Federal; específicamente de un plantel de Bachillerato Técnico del sur de la ciudad.

De acuerdo con Roman Jakobson, en cualquier acto determinado de comunicación verbal o acto del habla, hay seis factores fundamentales que deben estar presentes para que éste pueda realizarse:

1. Locutor (hablante, codificador, eminente, porta, autor, narrador).
2. Alocutario (descodificador, oyente, destinatario, lector, intérprete).
3. Código (sistema, langue).
4. Mensaje (parole semelfactiva, el discurso dado, el texto)
5. Contexto (referente)
6. Contacto (“un canal físico y una conexión psicológica entre el hablante y el destinatario”).

Al respecto, es importante señalar que si cualquiera de estos factores falta o presenta algún problema o ambigüedad, resultan diversos efectos sobre la comunicación en sí. Por ejemplo, sin mensaje, no existe ningún acto de comunicación verbal (Jakobson, 1995:195 y 196).

MODELO DE COMUNICACIÓN DE JAKOBSON

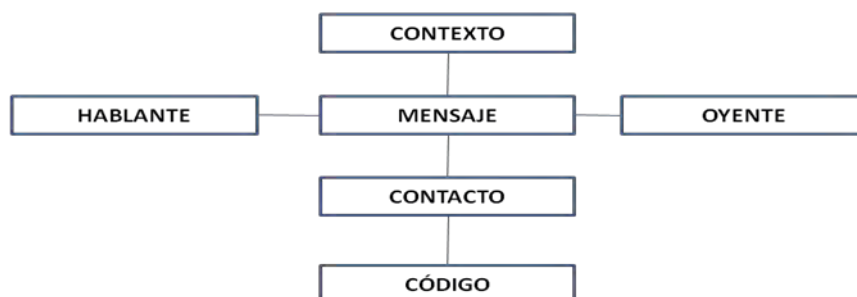


Figura 2

El esquema anterior se explica de la siguiente manera:

“El HABLANTE envía un MENSAJE al OYENTE. Para que sea operativo, ese mensaje requiere un CONTEXTO al que referirse (‘referente’, según una nomenclatura más ambigua), susceptible de ser captado por el oyente y con capacidad verbal o de ser verbalizado; un CÓDIGO común a hablante y oyente, si no total, al menos parcialmente (o lo que es lo mismo, un codificador y un descifrador del mensaje); y, por último, un CONTACTO, un canal de transmisión y una conexión psicológica entre hablante y oyente, que permita a ambos entrar y permanecer en comunicación” (Jakobson, 1988:32).

Tomando como base este modelo de comunicación, lo más interesante es lo que se pueda decir o investigar acerca de cada uno de los elementos que propone el autor, trasladados al análisis del caso particular; lo que le dará sentido a esta investigación. De acuerdo con lo que nos dice Jakobson y cruzando los elementos con el caso específico, podemos adelantar lo siguiente:

HABLANTE: En cuanto a la persona que emite el mensaje a través de la red social Facebook, se pueden distinguir varios tipos, tales como: los hablantes individuales, que a su vez pueden aparecer plenamente identificables por el oyente en el proceso de interacción;

pueden aparecer de forma anónima o con una personalidad disfrazada u oculta para los demás.

Por otro lado, en este tipo de intercambio comunicativo podemos encontrar hablantes colectivos y la conformación de grupos de seguidores o detractores, personas que están a favor o en contra de algún tipo de expresión o acción manifiesta a través de la red social.

Además, es importante señalar que debido a la sincronía con que se llevan a cabo los procesos de interacción social a través de Facebook, el oyente inicial a su vez se puede convertir en hablante, ya que el intercambio de mensajes se puede realizar en tiempo real, sobre todo a través del chat y si se encuentran o coinciden conectados ambos al mismo tiempo.

OYENTE: Como se mencionó líneas arriba, el oyente y el hablante intercambian sus roles de manera alterna al llevar a cabo la interacción a través de la red social Facebook, sobre todo en los mensajes que se transmiten en el chat, en tiempo real y con respuesta inmediata. Para el caso de los mensajes que aparecen en el muro o biografía de los usuarios, estos pueden ser respondidos en cuanto se ingresa a la cuenta particular y son leídos, variando el tiempo en que esto sucede, ya que esto lo determina el propio usuario. Lo que debe quedar claro es que como el proceso de interacción mediado por esta tecnología es “de ida y vuelta”, los papeles o roles tanto del hablante como del oyente son intercambiables conforme vayan estableciendo la comunicación.

CÓDIGO: Siguiendo a Roman Jakobson, el código lingüístico consiste en “un conjunto organizado de unidades y reglas de combinación propias de cada lengua natural”. Sin embargo, uno de los desafíos más interesantes que se nos presenta con este tema de investigación es que el código lingüístico que utilizan los jóvenes para entablar la interacción, a través de Facebook, es variable, de acuerdo a criterios regionales, e incluso sociales. De lo anterior se desprende el hecho de que actualmente existen diccionarios en la red (Internet) con términos utilizados en el lenguaje chat, que es el principal que se utiliza en ese intercambio comunicativo. Esos diccionarios no funcionan uniformemente, sino que están

determinados por cada región o país, de acuerdo con su forma convencional de “darse a entender”.

MENSAJE: En cuanto a los mensajes a través de los cuales se lleva a cabo la interacción social en Facebook, se pueden realizar diferentes tipos de análisis, tomando en cuenta para ello distintos elementos, tales como: los semióticos, sobre todo refiriéndonos a las imágenes o fotografías, que de acuerdo a los resultados obtenidos en esta investigación, son los más importantes en la interacción discursiva que se da en Facebook; o los textuales, de los cuales se hará una mención más detallada líneas abajo. Son los dos factores principales que se complementan en ese tipo de interacción y mediante los cuales se pueden inferir o extraer los rasgos principales que conforman la identidad de los jóvenes en cuestión.

CONTEXTO: El contexto es determinante para este tipo de estudios, ya que sólo a través de él es que los mensajes y la interacción discursiva que se lleva a cabo entre los sujetos de estudio adquieren un significado particular; que a su vez serán interpretados en el presente trabajo con la intención de rescatar elementos identitarios entre los participantes, previamente definidos.

CONTACTO O CANAL: Es el vehículo a través del cual se lleva a cabo el proceso comunicativo, que para efectos de esta investigación, el canal es la plataforma tecnológica Facebook.

2.6 La perspectiva semiótica de este estudio

La semiótica de Peirce

La semiótica es la ciencia de los signos; como tal, se encuentra en la reflexión filosófica desde hace dos mil quinientos años. El fundador de la semiótica contemporánea en el ámbito filosófico es Charles Peirce, para quien “todos los conceptos y las palabras humanas son signos”. En 1987, Peirce definía el signo como una relación triádica:

“Un signo, o *representamen*, es cualquier cosa que existe para alguien en lugar de otra cosa, sea cual sea su acepción o ámbito. El signo va dirigido a

alguien y crea en la mente de esta persona otro signo equivalente, o quizás más desarrollado. El signo que se crea lo llamamos *interpretante* del primer signo. Este signo existe por alguna razón, el propio objeto. Tiene sentido por ese objeto, no en todas sus acepciones, sino enfocado a una clase de idea particular, a la que alguna vez me he referido como el *ground* de la representación” (Peirce, Ch. S. *Collected Papers* 2.228. Citado en: Bertuccielli, 1996:25).

El interpretante aparece aquí como signo que permite la interpretación de otro signo en un proceso de continuas transmisiones o lo que se conoce como semiosis ilimitada. El interpretante puede ser una reacción emotiva, energética (tanto física como mental) o lógica –el significado conceptual-. Dicho lo anterior, “entender un signo es adquirir el conocimiento de aquello que es necesario hacer para crear una situación concreta en la que se puede obtener la experiencia perceptiva del objeto al que el signo se refiere” (Eco. *Lector in fábula*. pág. 43. Citado en Bertuccielli 1996:26).

Según Peirce, la semiótica es:

“La doctrina de la naturaleza esencial y de las variedades fundamentales de cualquier clase posible de semiosis”. “Por semiosis entiendo una acción, una influencia que sea, o suponga, una cooperación de *tres* sujetos, como, por ejemplo, un signo, su objeto y su interpretante, influencia tri-relativa que en ningún caso puede acabar en una acción entre parejas” (Eco, 2000:32).

Peirce define a un signo como algo que está en lugar de alguna otra cosa *para alguien en ciertos aspectos o capacidades*. Esta definición del signo no requiere como condición necesaria que éste se emita intencionalmente ni que se produzca artificialmente. La triada de Peirce puede aplicarse también a fenómenos que no tienen emisor humano (Eco, 2000:33).

Debido a que la aportación principal de la semiótica para esta investigación se inserta en el análisis de las principales fotografías del perfil de Facebook de los jóvenes investigados, es preciso retomar la visión semiótica desde un autor que la emplea para el estudio de la imagen, este autor es Rafael Gómez Alonso.

Gómez Alonso (2001:64) nos habla también de la semiótica como “la teoría general de los signos”, que en sus principios plantea que un texto tiene sentido a partir de una estructura

comunicativa interna y su labor principal es detectar o descifrar esa estructura. En otras palabras, es la disciplina encargada de estudiar los signos que configuran un texto o imagen.

De acuerdo con el autor, la función semiótica de la imagen configura la conjunción de la expresión de la imagen (significante) y el contenido de la imagen (significado). Al mismo tiempo, la percepción visual aporta un tercer nivel de comprensión o una “tercera articulación” en el encuadrante del estudio semiótico. Este tercer grupo divide la función semiótica de la imagen en estímulos visuales (donde se encuentra el significante) y universo semántico (donde se encuentra el significado) (65).

Siguiendo a Gómez Alonso,

“El significante, además de ser entendido como la expresión de la imagen y como la naturaleza física y parte material del signo, está relacionado con la parte morfológica de la imagen, es decir con su composición y con su configuración formal; se asocia con lo que se observa a primera vista, y en semiótica visual se le denomina signo plástico. Está constituido por las denominadas unidades plásticas como son el color, la forma y la textura y, a su vez, estas unidades están formadas por otras subunidades que aportan menor información compositiva por sí solas, como son los trazos, manchas, líneas y puntos.

“El significado, por su parte, además de ser entendido como el contenido de la imagen, alude al propio reconocimiento icónico, se relaciona con la función semántica y constituye lo que en semiótica visual se denomina signo icónico. Interpreta a qué es lo que representa la imagen y con qué se relaciona. Está formado por las unidades icónicas agrupadas por tipos, entidades, objetos, por bloques integrados (figuras que posean significado) o por el texto visual en su conjunto (niveles de significado completo). El signo icónico se aproxima a la representación referencial o figuración del icono (imagen) con el mundo visible, y, en algunos casos, puede llegar a tapar al signo plástico cuando aparecen imágenes que constituyen entidades compactas por sí mismas (un ejemplo evidente se observa en el contenido connotativo que posee una simple cruz)” (2001:65).

Gómez Alonso agrega que la conjunción entre el signo plástico y el signo icónico constituye lo que se denomina el signo visual y que el grado de iconicidad de una imagen se mide por su semejanza con la realidad. Por lo tanto, si una imagen va perdiendo iconicidad se aproxima a la abstracción y pierde relación con la realidad objetiva.

En consecuencia, para relacionar el plano de la expresión (significante) con el plano del contenido (significado) se utilizan códigos. Los códigos proponen reglas que coordinan los signos, es decir, pretenden averiguar lo que la imagen quiere aportar; para ellos se pueden utilizar sistemas de equivalencia entre sistemas de expresión y sistemas de contenido. Gómez Alonso señala que el establecimiento de un código de reconocimiento consiste en efectuar una selección de rasgos pertinentes característicos del mismo que permitan su observación o registro. Estos códigos se pueden dividir en códigos perceptivos y códigos gráficos. Los primeros permiten captar los aspectos que interesan al receptor mediante unos condicionamientos o pautas socio-culturales, y los segundos pretenden traducir imágenes mentales o evocadas en imágenes materiales o, en otras palabras, conocer cómo se puede motivar mediante la imagen sin desorientar al receptor (2001:67-68).

Finalmente, el autor propone una serie de códigos para analizar una imagen, siguiendo los criterios semióticos y los agrupa de la siguiente manera:

- Los códigos espaciales. Aluden a las posiciones de los objetos y personajes.
- Los códigos fáticos. Son los encargados de interpretar la proximidad (contacto) de los objetos y personajes.
- Los códigos focalizadores. Se utilizan para hablar del punto de vista utilizado.
- Los códigos morfológicos. Aluden a la utilización de las formas.
- Los códigos semánticos. Sirven para conocer el significado de las imágenes.
- Los códigos sintácticos. Marcan cuál es la estructura que fija el contenido.
- Los códigos simbólicos o retóricos. Se utilizan para interpretar el valor connotativo de las imágenes.
- Los códigos estereotipados. Configuran categorías o entidades específicas en función de criterios establecidos.
- Los códigos asociativos. Son los encargados de relacionar o agrupar asociaciones icónicas bajo diversas perspectivas.
- Los códigos narrativos. Se utilizan para conocer si existe secuencialidad en las imágenes.
- Los códigos descriptivos. Son los que se encargan de describir las escenas.

- Los códigos heurísticos. Sirven para conocer la capacidad creativa que posee la imagen en su conjunto.
- Los códigos cromáticos. Aluden al tipo de color utilizado.
- Los códigos escenográficos. Se utilizan para conocer los recursos de puesta en escena.
- Los códigos expresivos. Interpretan las cualidades emotivas que ofrece una imagen.
- Los códigos estilísticos. Sirven para encuadrar la imagen dentro de una determinada estética propia de una escuela, género o movimiento, o bien saber si ofrece planteamientos novedosos o inclasificables (Gómez, 2001:68 y 69).

Como ya se mencionó, la semiótica nos será útil para analizar las imágenes o fotografías principales del perfil de Facebook de los jóvenes investigados, ya que, como se verá más adelante, el intercambio de fotografías es la principal modalidad de interacción discursiva que se da en esta red social. El análisis se realizará utilizando solamente los códigos descriptivos, como se especificará en el siguiente capítulo.

Pragmática

Charles Morris tiene una convicción, que comparte con Cassirer, de que el hombre es esencialmente un “animal simbólico”. Debido a esto, Morris plantea una teoría intelectualmente comprensiva y sistemática de los signos, que considera exigencia fundamental para la comprensión del hombre.

“La pragmática es, para Morris, una de las tres dimensiones en las que se articula la semiosis. A su vez define la semiosis como un proceso mediante el cual cualquier cosa funciona como ‘signo’. Tal proceso presupone al menos tres factores: 1) Lo que actúa como signo (el vehículo); 2) aquello a que el signo hace referencia (el designado), 3) el efecto sobre un intérprete por el cual el objeto en cuestión se convierte en signo por este intérprete (el interpretante). El concepto de ‘intérprete’ es un cuarto factor que permite explicitar el proceso semiótico mediante la aserción de que un signo se refiere a algo para alguien” (Bertuccelli, 1996:27 y 28).

Según Morris, el objeto de estudio de la pragmática es la relación de los signos con los intérpretes. La perspectiva pragmática permite observar la lengua como una *actividad comunicativa de naturaleza social*, por medio de la cual los miembros de un grupo pueden satisfacer exigencias comunes e individuales.

Para Morris, la pragmática es solamente uno de los tres elementos que conforman un proceso semiótico. Los dos elementos restantes son la semántica (que es el estudio de *las relaciones de los signos con los objetos a los que tales signos son aplicables*); y la sintáctica (el estudio de *la relación de los signos entre sí*).

Para Charles Morris, las lenguas son sistemas sociales de signos que relacionan o conectan las respuestas de los miembros de una comunidad entre ellos y con su ambiente. Por lo tanto, “las reglas pragmáticas no son sino la explicitación de *costumbres de comportamiento* garantizadas por las respuestas que la colectividad aprende a formular cuando se usan reiteradamente determinados signos” (Bertuccelli, 1996:30).

Acerca de la pragmática, ésta se define como pura cuando prescinde de los datos y se concentra en la definición de los términos y de la teoría; y se define como descriptiva cuando se aplica al análisis de fenómenos particulares.

En 1946, Morris redefine a la pragmática como la “parte de la semiótica que se ocupa del origen, del uso y de los efectos de los signos en el comportamiento global de los mismo intérpretes” (Bertuccelli, 1996:31).

Finalmente señalamos que el análisis que contiene esta investigación, sobre todo en lo relativo al texto, como se verá en el siguiente capítulo, es preeminentemente de tipo pragmático. Al respecto, Morris nos dice que aunque un estudio integral de los signos debe contener las tres valoraciones (semántica, pragmática y sintáctica), “es legítimo y a menudo adecuado atribuir una investigación semiótica individual a la pragmática, a la semántica y a la sintaxis” (Bertuccelli, 1996:31).

Los actos de habla

La teoría de los actos de habla o performativos se le atribuye a John Austin, de quien se publicó en 1962 (post mórtem) la obra *Cómo hacer cosas con palabras*. En este texto, Austin reconsidera el planteamiento global del análisis de los enunciados y toma en consideración

los diversos sentidos que puede adquirir “decir cualquier cosa” y su equivalencia con “hacer cualquier cosa”.

Para Austin “decir algo” equivale a consumir tres actos simultáneos: un *acto locutorio*, un *acto ilocutorio* y un *acto perlocutorio* (también “locución”, “ilocución” y “perlocución”).

El *acto locutorio* consiste en emitir ciertos ruidos con cierta entonación o acentuación, ruidos que pertenecen a un vocabulario, que se emiten siguiendo cierta construcción y que además tienen asignado cierto “sentido” y “referencia”. Es el acto de decir ese “algo”.

El *acto ilocutorio* lo llevamos a cabo al decir algo: prometer, advertir, afirmar, felicitar, bautizar, saludar, insultar, definir, amenazar, etc. A estos verbos que manifiestan la fuerza del *acto ilocutorio*, Austin los llamó *performativos*.

El *acto perlocutorio* es el que llevamos a cabo porque decimos algo o los efectos causados en quien escucha: intimidar, asombrar, convencer, ofender, intrigar, apenar, etc. (Austin, 1990 y Bertuccelli, 1996).

Sin embargo, siguiendo con las ideas de Austin, el acto locutorio puede no realizarse si las palabras o los sonidos son mal articulados, o bien su sentido es poco claro o ambiguo; el acto ilocutorio se anula debido a la carencia de las condiciones necesarias para su realización y la perlocución puede deteriorarse a causa de la producción de consecuencias no deseadas o por falta de consecuencias previstas (Bertuccelli, 1996:41).

La teoría de los actos de habla o actos lingüísticos, expuesta aquí muy a grosso modo, se complementa con las ideas de Eva Salgado (Manuscrito inédito) acerca de que frecuentemente “al pensar que se pueden *hacer cosas con palabras* tendemos a olvidar la contraparte: la capacidad del ser humano de *decir cosas con acciones*, es decir, cuando **hacemos** algo forzosamente estamos **diciendo** algo”.

Agrega Eva Salgado que la división entre el *decir* y el *hacer* no debe tener mayor justificación que el diseño de propuestas teóricas y metodológicas concretas para el acercamiento a los

objetos de estudio, ya que para interpretar adecuadamente lenguaje y cultura, deben concebirse como unidades inseparables, porque el uso del lenguaje es una forma de comportamiento anclada cultural, social y cognitivamente, es decir, una forma de acción social (Manuscrito inédito).

Ciberpragmática

El nuevo milenio que ya estamos viviendo viene marcado por el asentamiento de una revolución tecnológica con nombre propio: Internet, que ya se encuentra inserto en las vidas cotidianas de millones de personas que viven en las sociedades más tecnificadas del planeta y que se desarrolla en un espacio propio, el intangible ciberespacio virtual, cada vez más cotidiano a pesar de su virtualidad (Yus, 2010:31).

Siguiendo a Yus, Internet es un ejemplo de tecnología desarrollada para satisfacer la necesidad del ser humano de comunicarse y transmitir información a otras personas. “Se trata de una red de *nodos* interconectados por *servidores* que, a su vez, permiten la conexión a la Red de millones de personas mediante el ordenador y, en la actualidad, también de otros dispositivos como los teléfonos móviles, las PDA’s³, los reproductores de MP3, las videoconsolas, etc.” (2010:31).

Actualmente, Internet se utiliza para entablar conversaciones en línea, encontrar información, intercambiar documentos, escuchar música o ver películas y realizar tareas cotidianas como comprar, organizar y gestionar las vacaciones, el ocio, etc.

Y es precisamente para el estudio de este tipo de comunicación que se acuñó el término de la “*ciberpragmática*” en 2001, desde la perspectiva de la pragmática cognitiva y, concretamente, desde la teoría de la relevancia de Sperber y Wilson.

La ciberpragmática se centra en cómo se usa y se interpreta la información en el contexto específico de Internet. También está interesada en el análisis de cómo los usuarios recurren

³ Asistente digital personal, ordenador de bolsillo u ordenador personal. Es una computadora de mano originalmente diseñada como agenda electrónica. Aunque actualmente estos dispositivos pueden realizar muchas de las funciones de una computadora de escritorio, pero con la ventaja de ser portátil.

a la información contextual (a veces 'limitada' en comparación con otras situaciones más saturadas de información contextual, como la comunicación cara a cara) para 'rellenar' ese vacío que existe entre lo que los usuarios teclean y lo que realmente desean comunicar con sus mensajes. La diferente 'riqueza contextual' que exhiben las diferentes tecnologías de la comunicación por Internet posee implicaciones en la cantidad y calidad de información que es comunicada y en la efectividad final de su interpretación.

La ciberpragmática plantea los siguientes supuestos sobre la comunicación en la Red:

1. En Internet, los usuarios emisores poseen intenciones comunicativas y diseñan sus mensajes o textos con la expectativa de que dichas intenciones y mensajes serán interpretados correctamente por los usuarios destinatarios. Como los usuarios saben que, en potencia, hay múltiples formas en las que sus pensamientos pueden ser codificados, teclean sus mensajes o textos con la esperanza de que actúen como evidencias que dirijan a sus interlocutores hacia la interpretación deseada.
2. Los usuarios de Internet recurren a estrategias inferenciales cuando interpretan los mensajes que circulan por la Red, pero éstas no difieren de las usadas en la comprensión de enunciados en situaciones de co-presencia física. Estamos equipados con una facultad evolutiva para maximizar la relevancia de los enunciados que procesamos, pero no aplicamos una capacidad diferente para cada tipo de estímulo, lingüístico o de otro tipo.
3. Los usuarios esperan que sus destinatarios sean capaces de acceder a la información contextual que es necesaria para obtener la interpretación correcta de sus mensajes. Del mismo modo, los usuarios destinatarios acceden a la información proveniente del contexto como parte de su actividad inferencial orientada a la relevancia.
4. Las cualidades de los diferentes medios de comunicación mediada por Internet (chats, correo electrónico, messenger, páginas web...) influyen en la calidad del acceso de los usuarios a la información contextual, a la cantidad de información obtenida, a la interpretación elegida y al esfuerzo mental que los usuarios han de dedicar para obtener esta interpretación (Yus, 2010:31 y 32).

En otras palabras, la ciberpragmática analiza los intercambios comunicativos que tienen lugar entre usuarios de la Red en sus diferentes canales o formas de interacción virtual. Los “usuarios emisores” predicen que sus destinatarios obtendrán conclusiones relevantes al acceder a una determinada información contextual. A su vez, los destinatarios buscarán la relevancia en los mensajes, textos, imágenes o videos que procesan. “El contexto, por lo tanto, juega un papel esencial tanto en la producción como en la recepción de información en Internet, del mismo modo que ocurre en situaciones cara a cara” (Yus, 2010:33).

Después de revisar los aspectos teóricos en que se basa esta investigación, en el siguiente capítulo veremos en qué consiste la aproximación metodológica y analítica del estudio que aquí nos ocupa. Asimismo, se hablará del objeto de estudio específico y de la conformación del corpus que posteriormente será sometido al análisis.

CAPÍTULO 3.

¿Cómo vamos a leer a Facebook?

En este capítulo se revisará la estrategia metodológica y analítica a seguir para la obtención, sistematización e interpretación de los datos obtenidos, proceso en el que la etnografía virtual y la observación participante por parte del investigador fueron factores determinantes para la obtención y análisis de los resultados. Se explica el diseño de los instrumentos de trabajo (cuestionarios) y de la guía de análisis sobre la que se trabajará detalladamente en el siguiente capítulo.

3.1 Método

Para el desarrollo de esta investigación se utilizó el método cualitativo, ya que es el instrumento analítico por excelencia de quienes se preocupan por la comprensión de significados (observar, escuchar y comprender), tal es el caso de este trabajo de tesis.

“La investigación cualitativa se puede definir como la conjunción de ciertas técnicas de recolección, modelos analíticos normalmente inductivos y teorías que privilegian el significado de los actores, el investigador se involucra personalmente en el proceso de acopio, por ende, es parte del instrumento de recolección. Su objetivo no es definir la distribución de variables, sino establecer las relaciones y los significados de su objeto de estudio” (Sánchez, 2005:115).

Se considera que este método es el adecuado para el tratamiento de este tema, ya que la investigación cualitativa es una estrategia para generar versiones alternativas o complementarias de la reconstrucción de la realidad.

Por otra parte, los estudios cualitativos han alcanzado un lugar privilegiado a la hora de estudiar en sus propios términos un contexto cultural como Internet (Hine, 2000:30. En: Vilchis, 2009:78). Además, este tipo de aproximación nos permite “profundizar en pocos casos y tratar de penetrar en los niveles connotativos y latentes de las personas o de los mensajes de los medios” (Alsina, 1999:28. Citado en: Vilchis, 2009:78).

3.2 Técnicas y muestra

El análisis del presente trabajo estará encaminado a comprobar que la interacción discursiva que propicia la red social Facebook es un factor que contribuye a la construcción y/o el reforzamiento de identidad entre un grupo específico de jóvenes preparatorianos de la ciudad de México.

Para el estudio de este tema se aplicó un cuestionario utilizando para ello la misma plataforma tecnológica que ofrece Facebook, posteriormente se amplió el cuestionario y se aplicó en papel. El análisis se complementa con los datos empíricos recopilados del mismo sitio de red social a través de la observación directa (etnografía virtual), recolectando la información de la cuenta personal de 20 usuarios, 10 mujeres y 10 hombres, jóvenes estudiantes de un colegio de educación media superior del sur de la ciudad de México.

El número de cuestionarios está en función del criterio de saturación utilizado en las técnicas cualitativas, que consiste en realizar un número razonable de ellos, de acuerdo con las categorías que se vayan a analizar; es decir, hasta que se encuentre la información necesaria, evitando que un número elevado de cuestionarios resulten ya reiterativos en cuanto a lo encontrado.

Como se verá en el siguiente capítulo, las imágenes o fotografías y el texto escrito son los principales factores de interacción entre los usuarios de Facebook. Por lo tanto, se les dará un mayor peso en el análisis a estos dos elementos. Aunque no se omitirán otros elementos desde los que se pueden extraer rasgos identitarios en los jóvenes que forman parte del objeto de estudio, tales como los apodos o nicks (nicknames), los juegos, los tests, los links que se sugieren en Facebook y los regalos virtuales que intercambian, entre otros.

La recopilación de datos se dividió en tres fases, la primera de ellas consistió en la aplicación de un cuestionario compuesto de veinte preguntas, relacionadas con los factores de identificación simbólicos señalados en el capítulo anterior. Para su aplicación se aprovechó la misma plataforma tecnológica (Facebook), a través de la creación de un grupo pensado para tal fin. Las preguntas fueron planteadas en dicho grupo y contestadas por cada uno de los

participantes en el espacio destinado para comentarios. En los anexos de este trabajo se copiaron tal cual las respuestas, ya que hay varios elementos a rescatar en la forma textual en que respondieron. Después de realizada esta primera fase, se tomaron 20 cuestionarios como muestra, divididos en 10 del sexo femenino y 10 del masculino, ya que podría ser interesante observar posibles diferencias en las respuestas dependiendo del género de quien contestó.

La segunda fase consistió en la ampliación del cuestionario, que se aplicó a los mismos 20 jóvenes y pasó de 20 a 59 preguntas y del cual se obtuvo el soporte en papel. Los jóvenes lo respondieron de forma individual y plasmaron sus respuestas en papel y a mano. Se planeó realizarlo de esta manera y ampliarlo para profundizar en la obtención de la información y también porque se calculó que las respuestas a las preguntas podrían ser diferentes si se respondían en línea y a la vista de todos (fase 1), con relación a las que se obtendrían en esta segunda fase, más individual y profunda.

Además de tomar en cuenta los factores de identificación simbólicos para el diseño de ambos cuestionarios, las preguntas se formularon con la intención de cubrir tres grandes bloques de información:

1. Los atributos de pertenencia social. Que implican la identificación del individuo con diferentes categorías, grupos y colectivos sociales. Es lo socialmente compartido. Este tipo de elementos destacan las similitudes.
2. Los atributos particularizantes. Que determinan la unicidad idiosincrásica del sujeto en cuestión. Es lo individualmente único. Estos elementos enfatizan las diferencias.
3. Las preguntas relacionadas directamente con Facebook.

Los dos primeros elementos se relacionan estrechamente para construir la identidad única, aunque multidimensional, del sujeto individual (Giménez, 2007:62).

La tercera fase consistió en la observación directa de los perfiles en Facebook de los jóvenes investigados, realizando una observación participante y un seguimiento puntual, utilizando para ello la etnografía virtual.

3.3 Los instrumentos de trabajo

El cuestionario en línea

El cuestionario en línea se aplicó a los jóvenes estudiantes entre el 14 y el 29 de febrero de 2012. Las edades de los estudiantes fluctúan entre los 15 y los 17 años y se tomaron como muestra las respuestas de 20 de ellos, divididos en 10 del sexo femenino y 10 del masculino, ya que en algunos casos, como veremos, vale la pena contrastar las diferencias en las respuestas, dependiendo del género de quien contestó.

El cuestionario consta de veinte preguntas y para su aplicación se aprovechó la misma plataforma tecnológica (Facebook), a través de la creación de un grupo pensado para tal fin. Las preguntas fueron planteadas en dicho grupo y contestadas por cada uno de los participantes en el espacio destinado para comentarios. En los anexos de este trabajo se copiaron tal cual las respuestas, ya que hay varios elementos a rescatar en la forma textual en que respondieron los jóvenes.

En la primera parte del cuestionario en línea se les pidió a los jóvenes que asentaran algunos datos generales, tales como: nombre o seudónimo, edad, sexo y el semestre que cursan. Después de los datos generales, las preguntas que se les hicieron son las siguientes:

1. ¿Cuántos amigos tienes en tu página de Facebook?
2. ¿Qué tienes en común con quienes pertenecen a tu grupo de amigos?
3. ¿De todos tus amigos en la página de Facebook, más o menos con cuántos estableces contacto con mayor frecuencia?
4. En orden decreciente de importancia (5 el más importante, y 1 el menos importante) ¿de dónde provienen tus amigos de Facebook?
() Familiares

- () Escuela actual
 - () Escuela(s) anterior(es)
 - () Vecinos
 - () Otro, ¿cuál?
5. ¿Intercambias mensajes escritos con tus amigos de Facebook?
- a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) Casi nunca
 - d) Nunca
6. Si es así, lo haces principalmente a través de:
- a) Tu muro
 - b) Del chat
 - c) Utilizando ambos
7. ¿Escribes completas las palabras (sin abreviaturas) cuando te comunicas por escrito con tus amigos de Facebook?
- a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) Casi nunca
 - d) Nunca
8. ¿Utilizas groserías para intercambiar mensajes escritos con tus amigos de Facebook?
- a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) Casi nunca
 - d) Nunca
9. ¿Crees que es importante comunicarte igual que tus amigos (con abreviaturas, groserías o utilizando algún otro código) para pertenecer a cierto grupo de amistades?
- a) Si
 - b) No
 - c) No sé
10. ¿Utilizas alguna imagen o logotipo en especial para presentarte ante los demás en las fotos de tu perfil?
- a) Si, ¿qué tipo de imagen o logotipo es?

- b) No
- 11. ¿Utilizas la imagen de alguna bandera o emblema para presentarte ante los demás en las fotos de tu perfil?
 - a) Si, ¿qué tipo de bandera o emblema es?
 - b) No
- 12. ¿Utilizas la imagen de algún escudo para presentarte ante los demás en las fotos de tu perfil?
 - a) Si, ¿qué tipo de escudo es?
 - b) No
- 13. ¿Qué elementos decorativos utilizas para tu perfil personal de Facebook?
 - a) Colores llamativos
 - b) Fotografías
 - c) Postales
 - d) Otros, ¿cuáles?
- 14. Si te dieran a escoger entre diferentes playeras o camisetas representativas de “algo”, ¿cuál te pondrías?
 - a) La de un equipo deportivo
 - b) La de un cantante o músico
 - c) Otra, ¿cuál?
- 15. En las imágenes o fotos que subes a Facebook, ¿apareces con colores o uniformes de instituciones a las que perteneces? (Por ejemplo: tu escuela, tu trabajo o un club deportivo o social, etc.).
 - a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) Casi nunca
 - d) Nunca
- 16. ¿Por qué eliges determinada foto para ponerla como la principal en tu perfil de Facebook?
- 17. ¿Por qué razones no subirías determinadas fotos en tu página de Facebook?
- 18. ¿Qué tipo de música es tu favorita?
 - a) Hip hop
 - b) Electrónica

- c) Tropical (cumbia y salsa)
- d) Reggaeton
- e) Otra, especifica cuál

19. ¿Qué tipo de lectura es tu favorita?

- a) Ciencia ficción
- b) Aventuras
- c) Amor y Romance
- d) No leo nada
- e) Otro, especifica cuál

20. ¿Qué tipo de programación televisiva es tu favorita?

- a) Deportes
- b) Espectáculos
- c) Caricaturas
- d) Series
- e) Otro tipo, especifica cuál

El cuestionario en papel

La segunda fase de esta investigación consistió en la ampliación del cuestionario, que pasó de 20 a 59 preguntas, con la intención de profundizar más en la obtención de los datos. Se aplicó los días 22 y 23 de marzo de 2012 a los mismos 20 estudiantes que habían contestado el cuestionario en línea.

Básicamente la intención de aplicarlo en papel y de forma individual fue descubrir si existen diferencias significativas entre lo que los jóvenes contestaron en línea con respecto a lo que respondan de forma individual y por escrito, ya sin la presión de saber que sus demás compañeros pudieran estar viendo sus respuestas.

Además de las veinte preguntas antes mencionadas, al cuestionario que los 20 jóvenes contestaron en papel y a mano se agregaron las siguientes:

- ¿Tu escuela anterior era pública o privada?
- ¿Hace cuánto tiempo abriste tu perfil en Facebook?

- ¿Por qué decidiste ingresar a esta red social?
- ¿En promedio, cuántas horas a la semana te conectas a Facebook?
- ¿Qué fue lo que te gustó o te llamó la atención de Facebook?
- ¿Qué piensas acerca de Facebook?
- ¿Para qué crees que sirve Facebook?
- Principalmente utilizas Facebook para:
 - a) Conocer gente
 - b) Mantenerte en contacto con quienes ya conoces
 - c) Contactar gente a la que le habías perdido la pista (viejos amigos)
 - d) Mantener el contacto con amigos y familiares que residen en otros lugares
- En la vida “real” tienes más o menos amigos que los que tienes en Facebook?
 - a) Más
 - b) Menos
 - c) Los mismos
- ¿En caso de escribir con abreviaturas, lo haces solamente en Facebook o así escribes normalmente?
- ¿Aproximadamente cada cuánto tiempo cambias esa foto de tu perfil?
- ¿Por qué razones la cambias?
- ¿Cuál o cuáles son tus libros favoritos?
- ¿Podrías mencionar tres personas que te inspiren en tu vida?
- ¿Cuál es tu pasatiempo favorito?
- ¿Cuál o cuáles son tus películas favoritas?
- ¿Cuál o cuáles son tus deportes favoritos?
- ¿Cuál o cuáles son tus deportistas favoritos?
- ¿Cuáles son tus principales actividades e intereses?
- ¿Cómo responderías si se te preguntara quién eres? Proporciona al menos cinco palabras que te definan
- ¿Cómo prefieres que llamen a los que pertenecen a tu mismo grupo de edad?
- ¿De qué otra manera se puede llamar a los que pertenecen a tu mismo grupo de edad?
- Si alguien te envía una solicitud de amistad en Facebook:
 - ¿Por qué la aceptas?

- ¿Por qué la rechazas?
- ¿Te unes o formas parte de los grupos que se proponen en Facebook?
 - a) Sí
 - b) No
- En caso de respuesta afirmativa, ¿puedes mencionar tres de los grupos a los que perteneces?
- ¿Te gusta jugar a través de los juegos que se proponen en Facebook?
 - a) Sí
 - b) No
- En caso de respuesta afirmativa, ¿cuál o cuáles son tus juegos favoritos en línea?
- Si es que juegas, ¿te gusta dar a conocer en Facebook tus records obtenidos en esos juegos?
 - a) Sí
 - b) No
- ¿Respondes los tests que se te envían en Facebook?
 - a) Sí
 - b) No
- En caso afirmativo, ¿cuáles son tus tests favoritos?
- ¿Comúnmente navegas por los links (ligas o enlaces) que se te proponen en Facebook?
 - a) Sí
 - b) No
- En caso afirmativo, ¿cuáles son tus enlaces favoritos o los que más regularmente tomas en cuenta?
- ¿Te gusta hacer “regalos virtuales” (postales, tarjetas, corazones, imágenes, etc.) a través de Facebook?
 - a) Sí
 - b) No
- En caso afirmativo, ¿cuál o cuáles son tus regalos favoritos para enviar o recibir?
- Subraya el elemento que te parezca más importante en tu página de Facebook?

- a) Tu perfil
- b) Tus fotografías
- c) Las actualizaciones que haces en tu muro
- d) Los grupos a los que te unes
- e) Los juegos y tus records
- f) Los tests
- g) Los mensajes escritos
- Como sabrás, Facebook permite dar a conocer tu perfil a tu grupo de amigos. ¿Cuál de los elementos arriba mencionados te parece más importante para que lo conozca tu grupo de amigos?
- ¿Has tenido alguna experiencia desagradable en Facebook?
 - a) Sí
 - b) No
- En caso afirmativo, ¿puedes narrarla brevemente?

3.4 La etnografía virtual

Una herramienta importante para la obtención de datos en la presente investigación fue la etnografía virtual. Como se verá en el siguiente capítulo, esta herramienta implica muchas horas de trabajo en el perfil de Facebook de los jóvenes investigados. Lo anterior, con la intención de dar cuenta de las diferentes modalidades de interacción discursiva que se dan en esta red social.

Al respecto, es importante aclarar qué es lo que se entiende aquí como etnografía virtual, en comparación con la tradicional etnografía de campo, que tiene sus orígenes en Europa en el siglo XIX y que utiliza métodos específicos.

“La etnografía de campo consiste en trasladarse a la ciudad, al poblado, al espacio físico. Implica un lugar de encuentro, donde el investigador se sitúa en el espacio, ante el cual observa el desenvolvimiento de las cosas e interpreta lo que ahí está sucediendo, sin embargo la etnografía virtual, no requiere de un traslado de un lugar físico a otro, sino más bien el investigador suele situarse desde casa o un lugar cercano como el cibercafé

para navegar en Internet, así desde el espacio virtual entra en interacción con otros sujetos sin importar la distancia que los separe, entonces la etnografía virtual permite descubrir e ir a otros mundos poco conocidos; recorriendo muchos lugares en poco tiempo” (Vilchis, 2009:79).

Por otro lado, la etnografía de campo también implica “un repertorio de técnicas de evaluación, la cual se ha caracterizado por las interacciones cara a cara, así como la comunicación directa entre sus participantes, mediante el asistir al lugar; es estar ahí donde los demás no están y observar al objeto de estudio” (Hine, 2000:58. Citado en: Vilchis, 2009:97). En cambio, siguiendo a Vilchis, la etnografía virtual consiste en considerar un punto selectivo para la investigación, el investigador se puede colocar en un lugar cotidiano durante su exploración sin desplazarse. La etnografía virtual es, pues, una etnografía localizada, que consiste en hacer visible lo invisible, explorando los escenarios de nuestros informantes; es un proceso de autodescubrimiento entre múltiples usuarios de Internet (2009:79).

De acuerdo con el autor, la etnografía virtual se distingue de la etnografía de campo porque implica verse inmerso en un espacio no físico, en el cual confluyen sujetos que mantienen experiencias sociales. En otras palabras, esto significa pasar de analizar pasivamente discursos a vernos activamente implicados en su producción, lo cual es un cambio que sostiene una comprensión más profunda de la construcción del sentido. El etnógrafo que, en lugar de permanecer aislado o ausente, se hace visible y activo en el contexto del trabajo de campo puede realizar una constante reflexión acerca de lo que significa ser usuario de una red social (Hine, 2000:35. Citado en Vilchis, 2009:80).

“El compromiso del etnógrafo con el medio constituye una valiosa fuente de reflexión. La etnografía virtual puede extraer información útil del investigador en tanto informante, desde una dimensión reflexiva” (Hine, 2000:82. Citado en Vilchis, 2009:80).

Fernando Vilchis Aparicio (2009) también hace una precisión al respecto de la diferencia entre el espacio físico y el virtual, nos dice que en el físico los sujetos conviven con la familia, con los amigos y mantienen una comunicación utilizando el lenguaje verbal y no verbal. En cambio, el espacio virtual involucra a sujetos de diversas edades y de lugares lejanos. En el ciberespacio se recrean las experiencias de la vida cotidiana y se construyen imaginarios y

entidades imaginarias, en este sentido, se vive “una experiencia virtual, la cual se complementa con una real”, donde los prejuicios se olvidan y los sujetos son influenciados por el mundo virtual; experimentándolo como real (81).

La etnografía virtual implica “que un investigador se sumerja en el mundo que estudia por un tiempo determinado y tome en cuenta las relaciones, actividades y significaciones que se forjan entre quienes participan en los procesos sociales de ese mundo. El objetivo es hacer explícitas ciertas formas de construir sentido de las personas” (Hine, 2000:13. Citado en Vilchis, 2009:81).

El ciberespacio es uno de los sitios principales para realizar el trabajo de campo de esta investigación, sitio en el que se presentan las relaciones sociales, que a pesar de ser virtuales, también se desenvuelven en los ámbitos sociales tradicionales y cotidianos.

Para esta investigación, el trabajo de etnografía virtual abarcó un total de 14 semanas de interacción en Facebook de los jóvenes participantes de esta investigación, desde el 1 de febrero hasta el 8 de mayo de 2012. Si bien la intención inicial era cubrir un semestre escolar, fue necesario acotar y concluir la búsqueda meticulosa y detallada que implica hacer etnografía virtual. Por lo cual, la búsqueda etnográfica se realizó del 1 de abril al 8 de mayo de 2012. Esta reducción en cuanto al periodo de tiempo a estudiar se debió básicamente a que se observó que el material obtenido cumplía ya con los requerimientos de este trabajo y los resultados ya eran un tanto repetitivos.

3.5 La observación participante

Como complemento del apartado anterior, es necesario hablar acerca de la observación participante como parte fundamental para la realización del presente estudio.

De acuerdo con Modesto Sánchez Silva (2005:117), la observación participante no es una tarea fácil, pues significa realizar una labor detallada, minuciosa y disciplinada para lograr una comprensión adecuada de los fenómenos sociales y sus significados. Para el autor, la

investigación que privilegia el método cualitativo está relacionada con una concepción microsocial, donde el interés es conocer las interacciones sociales, sus significados y sentidos.

La observación participante relaciona al observador con el actor, y esto se da en términos de posiciones, no de personas o especialidades inamovibles. Se puede hacer desde fuera (exógena) o dentro del grupo social (endógena). Se lleva a cabo cuando “observamos a los demás y a nosotros mismos, sus conductas y conversaciones, la participación, el retraimiento, la comunicación y el silencio de la persona” (Ruiz e Izpizúa, 1989:79. Citado en: Sánchez, 2005:117).

La información participante nos permite recoger aquella información más numerosa, más directa, más rica, más profunda y más compleja. Existen diferentes tipos de observación participante, tales como: la tácita, cotidiana, cotidiana deliberada, deliberada controlada, altamente controlada, observaciones vulgares, observaciones específicas y observaciones científicas (Sánchez Silva, 2005:117).

La observación participante también se puede definir como “una observación interna o participante activa en permanente proceso (...) que funciona como observación sistematizada natural de grupos reales o comunidades de su vida cotidiana y que fundamentalmente emplea la estrategia empírica y las técnicas de registro cualitativo” (Gutiérrez y Delgado, 1995. Citado en Sánchez, 2005:117).

Siguiendo a Sánchez Silva, mediante la observación participante se trata de conocer los significados y sentidos que otorgan los sujetos a sus acciones y prácticas y sus condiciones metodológicas son las siguientes:

1. El observador debe ser extranjero⁴ respecto a su objeto de estudio.
2. El investigador debe convivir por un tiempo determinado con los sujetos de investigación.

⁴ Aquí interpretamos que la palabra “extranjero” se refiere a un observador externo al proceso del que va a dar cuenta, no necesariamente debe ser alguien de otro país.

3. Las fronteras del escenario tienen que ser definidas.
4. El analista debe guardar distancia con el objeto.
5. Redactar una monografía etnográfica.
6. Presentar la interpretación de los resultados e informe a la comunidad académica (2005:117).

Profundizando un poco más acerca de la observación participante, se puede decir que consiste en observar crítica y objetivamente los procesos sociales y no condenar o elogiar, se trata de ver articulaciones significativas. Se trata de acumular datos con información descriptiva. Es decir, para comprender a los grupos es importante el conocimiento de los significados simbólicos que producen los sujetos a partir de la experiencia próxima, así como entender ésta como una experiencia distante, desde el punto de vista del investigador. En este proceso de analizar los medios de comunicación simbólica y los significados de los sujetos, el observador cumple con una triple función:

1. Desarrollar una interacción social con los informantes.
2. Registrar de manera controlada los datos.
3. Interpretar la información.

Lo anterior con el objetivo de captar y comprender las interacciones, las regularidades, las jerarquías y el orden social, pero sobre todo, los significados y los sentidos de las prácticas sociales (Sánchez, 2005:117).

“La integración social imagina que un observador puede integrarse totalmente en un grupo y continuar su actitud crítica respecto al hecho y aconteceres sociales.

“La conciencia de que todo acto de observación implica un proceso de integración social y de que la estrategia de la marginalidad es la adecuada para obtener el máximo de eficiencia en la recolección de información, pone de relieve la conveniencia de controlar adecuadamente los lazos de reciprocidad que se establecen entre el observador y los observados” (Ruiz e Ispizúa, 1989:95. Citado en Sánchez, 2005:117).

Por otro lado, el acceso al escenario en que se lleva a cabo la interacción, generalmente es muy difícil, por lo tanto, nos recuerda el autor, se necesita paciencia y diligencia. “El

investigador debe negociar el acceso, gradualmente obtiene confianza y lentamente recoge datos que solo a veces se adecúan a sus intereses” (Taylor y Bogdan, 1996:36. Citado en Sánchez, 2005:117). Asimismo, es muy importante considerar a los informantes sujetos reflexivos y productores de conocimiento y no como simples objetos de investigación.

Otro aspecto de suma importancia es la necesidad de aprender el lenguaje más utilizado de nuestros sujetos y los modismos que facilitan la comprensión de las conversaciones, ya que las palabras pueden tener diferentes significados en distintos contextos y situaciones.

Como se recordará, el objeto de estudio de esta investigación es describir las diferentes formas de interacción discursiva que se dan en el sitio de red social Facebook y comprobar que esas mismas formas de interacción discursiva sirven para conformar y/o reforzar la identidad y el sentido de pertenencia entre los jóvenes mexicanos. Por lo cual, nuestro universo de estudio está conformado por las páginas de Facebook de un conjunto de jóvenes estudiantes del nivel medio superior de un bachillerato ubicado al sur de la ciudad de México. Sus edades fluctúan entre los 15 y los 17 años y cursan el segundo semestre del bachillerato. Prácticamente todos ellos (el 95%), provienen de escuelas públicas, por lo que se puede hablar que pertenecen al sector popular de la población, de la clase media baja.

A continuación referiremos cuáles elementos de sus páginas de Facebook fueron objeto de análisis.

3.6 Algunas propuestas de acercamiento a Facebook

Nicknames o nombres y la foto de perfil

Los apodos, nicknames o nicks son una forma más de presentación de la persona en Internet y en las redes sociales como Facebook. Una interrogante que surge al respecto es acerca de qué relación puede haber entre la persona real que existe tras el apodo y las connotaciones contextuales que aporta la elección de un determinado apodo. Por una parte, el apodo puede jugar un papel de máscara opaca tras la cual es imposible detectar a la persona real que

interactúa en la red. Por otro lado, se puede tratar de un filtro traslúcido que permite inferir información sobre el usuario que lo ha elegido (Yus, 2010:59).

Siguiendo al autor, en algunos casos, el apodo parece no cumplir la misma función referencial que suele asignarse al nombre propio ya que, en lugar de facilitar la unión del nombre con la identidad-referente de la persona que lo usa, parece que estamos ante un caso de enmascaramiento intencionado de la identidad mediante el recurso del apodo. Pero en otros casos, respecto a la función connotativa, los apodos pueden proporcionar información sobre una serie de supuestos que la persona que lo usa desea comunicar con su elección en un entorno comunicativo virtual determinado (61).

“El apodo es, sin duda, omnipresente en Internet, y a menudo un requisito para poder participar en las charlas (chats). Sin embargo, el apodo se utiliza también con asiduidad en entornos físicos. (...) El apodo permite una manipulación de las convenciones sociales a la hora de nombrar a las personas, por lo que no sorprende que sea particularmente frecuente en los adolescentes. Para éstos, el apodo es un símbolo de adscripción grupal, proporciona una sensación de familiaridad, de pertenecía” (Yus, 2010:61).

Lo anterior nos hace pensar en las diferentes posibilidades que les brinda a los usuarios de Facebook el uso de determinado apodo o nick. Por un lado, les puede proporcionar una sensación de seguridad, de distancia y de protección; prácticamente algo que podríamos llamar aquí un semi-anonimato. Esta sensación les permite a los usuarios expresar mayor intimidad entre sí que la que sería posible en la vida cotidiana, en el intercambio cara a cara.

Por otro lado, aunque los apodos aparentemente se construyan de forma “clara” y con nombres propios por parte de los usuarios, sus interlocutores en muchas ocasiones no pueden estar seguros de la sinceridad de los usuarios o de la revelación de identidad que la denotación o la connotación podría haber propiciado (Yus, 2010:63).

En el siguiente capítulo veremos cuáles son los nicknames o apodos de los veinte jóvenes que participaron en esta investigación, así como los elementos que utilizaron para su conformación.

Asimismo, en el siguiente capítulo se presentará un análisis semiótico de la fotografía principal del perfil en Facebook de los veinte jóvenes investigados, para lo cual emplearemos básicamente los códigos descriptivos. En el análisis se tomará en cuenta principalmente: los personajes que intervienen, si en la foto aparecen los propietarios de la cuenta, solos o acompañados por familiares o amigos; se describirá también si las fotografías son grupales o individuales; los lugares donde fueron tomadas, ya sea en su casa, en la escuela, en espacios abiertos o cerrados; las actitudes de los personajes, su expresión facial y corporal; si aparecen objetos o símbolos en las fotos o si representan viajes realizados por los usuarios investigados. Además, las veinte fotografías serán clasificadas de acuerdo con diferentes tendencias observadas.

El lenguaje escrito

Los mensajes de texto que se encuentran en Facebook están determinados por la inmediatez en su envío, sobre todo los que se intercambian en el chat, de lo cual resulta un tipo de textos híbrido entre la estabilidad y formalidad de la letra impresa y la cualidad efímera e informal del habla. Por lo tanto, en ellos se ven reflejados muchos de los atributos del lenguaje oral, que utilizan los usuarios para suplir o para simular la interacción cara a cara. De ahí que se ha utilizado el término de “texto escrito oralizado” para este tipo de mensajes, que se encuentra “a medio camino entre el habla y la escritura” (Yus, 2010:203).

El autor español Francisco Yus (2010:199) también nos habla de una de las principales características encontradas en este tipo de conversaciones:

“El chat exhibe un estilo informal que, debido a la necesidad de enviar los mensajes rápidamente (como si de una conversación oral se tratara), abunda en faltas de ortografía, algunas involuntarias, debidas a fallos en la pulsación de las teclas en la computadora, y otras intencionadas como parte del juego del lenguaje que el medio propicia. Regularmente, los usuarios suelen aceptar esas faltas como un elemento consustancial a la interacción en el chat”.

Para el análisis de los mensajes escritos en esta investigación se tomarán ejemplos del muro o biografía de los veinte jóvenes, ya que no podemos tener acceso a las conversaciones que realizan en el chat. Para ello tomamos como referencia, casi en su totalidad, el modelo de

Francisco Yus (2010:198-203), quien destaca algunos aspectos de la modificación textual que sufren los mensajes escritos en las redes sociales, tales como:

- Faltas de ortografía
- Grafía fonética y dialecto visual
- Ortografía fonética
- Ortografía coloquial
- Caló⁵
- Ortografía prosódica
- Ortografía interlingüística
- Ortografía homofónica
- Sustituciones léxicas
- Sustituciones gráficas
- Abreviaciones, acrónimos y truncamientos
- Elipsis.

Como veremos, cada uno de los elementos mencionados se explica y ejemplifica ampliamente en el siguiente capítulo.

Los símbolos y objetos

En este sentido, la propuesta inicial es saber si en la interacción discursiva de los jóvenes en Facebook es importante el intercambio o el uso de símbolos y objetos, tales como:

- Imágenes o logotipos
- Banderas, emblemas y escudos
- La decoración de su página
- El uso de playeras o camisetas
- Los colores y uniformes
- Las fotografías en general.

Acerca del último punto, en las redes sociales circula diariamente un alto número de fotografías. En el caso de Facebook, las cifras oficiales indican que tiene “60 mil millones de

⁵ Este elemento lo tomamos de González Reyna (1994:22), quien define al caló como “el lenguaje popular que se basa en los modismos. Se usa principalmente en los estratos sociales más bajos”.

fotos; cada día se suben entre 2 y 3 terabytes de fotos (aproximadamente 2,000/3,000 gigabytes); maneja 25 terabytes de datos por día; más de 550 mil visitas de fotos por segundo durante momentos pico de actividad” (Faerman, 2011: 76).

Sin embargo, lo más interesante será saber si esas imágenes, -y los demás símbolos y objetos mencionados-, funcionan entre los jóvenes como un factor que les permite construir o reforzar una identidad o el sentido de pertenencia a un grupo, así como saber las razones por las que deciden publicar o no determinadas fotografías en su página de Facebook. Para lo cual recurrimos a las respuestas obtenidas tanto en el cuestionario en papel, como en línea. Será importante también el trabajo etnográfico para confirmar o refutar lo que respondieron.

Lo que nos dicen las acciones de los jóvenes en Facebook

Además de los elementos arriba mencionados, los jóvenes realizan varias actividades en esta red social, como son:

- Presentarse
- Interactuar
- Jugar
- Contestar tests
- Hacer regalos virtuales
- Mostrar sus rutas de navegación
- Unirse a grupos
- Construir o reforzar su identidad a través de sus gustos (preferencias musicales, literarias y televisivas).

Todas ellas funcionan también como parte de la interacción discursiva en Facebook y en el análisis haremos un seguimiento de lo obtenido a través de los dos cuestionarios, donde lo más importante será observar lo que nos dicen los jóvenes a través de estas acciones.

3.7 Guía de análisis

En el siguiente capítulo se van a presentar los resultados del análisis de los elementos antes mencionados. Tales elementos, así como las técnicas que se utilizaron para la recolección de los datos, los podemos apreciar gráficamente en la siguiente tabla:

GUÍA DE ANÁLISIS⁶

Categoría	Indicadores de análisis	Cuestionario en línea	Cuestionario en papel	Etnografía virtual
Presentación	<ul style="list-style-type: none"> Nickname o nombre y la fotografía principal del perfil 			
Palabras escritas	<ul style="list-style-type: none"> Faltas de ortografía Grafía fonética y dialecto visual Ortografía fonética Ortografía coloquial Caló Ortografía prosódica Ortografía interlingüística Ortografía homofónica Sustituciones léxicas Sustituciones gráficas Abreviaciones, acrónimos y truncamientos Elipsis. 			
Símbolos y objetos	<ul style="list-style-type: none"> Imágenes o logotipos Banderas, emblemas y escudos La decoración de su página El uso de playeras o camisetas Los colores y uniformes. 			
Fotografías en general	<ul style="list-style-type: none"> Como elemento identitario Razones para publicarlas Razones para no publicarlas 			
Otras actividades en Facebook	<ul style="list-style-type: none"> Presentarse Interactuar Jugar Contestar tests Hacer regalos virtuales Mostrar sus rutas de navegación Unirse a grupos Construir o reforzar su identidad a través de sus gustos (preferencias musicales, literarias y televisivas). 			

Veamos, pues, los principales hallazgos obtenidos y el análisis que de ellos se desprende, teniendo como eje teórico medular a la identidad.

⁶ Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO 4.

La interacción discursiva de los jóvenes en Facebook

En este capítulo se presentan los resultados después de sistematizar e interpretar los datos obtenidos con la aplicación de los dos tipos de cuestionarios (en línea y papel) y la etnografía virtual. Los elementos analizados aparecen en el orden y estructura que se menciona en la guía de análisis del capítulo anterior. Lo más importante será observar en qué medida se cumple o no el objetivo principal de este trabajo, que es conocer y explicar las formas en que los jóvenes construyen y/o refuerzan su identidad a través de la interacción discursiva en Facebook.

4.1 El Nickname o nombre y la fotografía del perfil

En el caso de los 20 jóvenes en quienes se basó esta investigación, es preciso señalar que 10 de ellos pertenecen a un mismo grupo escolar y los otros 10 a otro, ambos de la misma escuela. Por lo tanto, la escuela para ellos representa un contexto cercano de interacción, misma que van a trasladar al espacio virtual de Facebook. Se puede afirmar que son conocidos entre sí, además de que con los apodos que utilizan para Facebook, resultan en su mayoría claramente identificables, ya que en casi todos aparecen sus nombres y/o apellidos reales. Los nicknames o apodos de los 20 jóvenes se enlistan a continuación y se presenta entre paréntesis los elementos que se utilizaron para su conformación:

- Chiiqlosaa Liiz (apodo e hipocorístico⁷ del nombre)
- Tin Martínez (hipocorístico y apellido)
- Eztreelliitha Ojithos (apodo)
- Salvador Reyes (nombre y apellido)
- Meli Sánchez (hipocorístico y apellido)
- Narf Mtz (apodo y apellido abreviado)

⁷ Dicho de un nombre: Que, en forma diminutiva, abreviada o infantil, se usa como designación cariñosa, familiar o eufemística. Ver: Real Academia Española en: <http://lema.rae.es/drae/?val=hipocor%C3%ADstico> (Consultado el 6 de julio de 2012).

- Zaida Caballero (nombre y apellido)
- Sebastián Ronaldito (nombre y apodo)
- Valeria de los Valerios (nombre y apodo)
- Christian Wynek (nombre y apodo)
- Gabriela Reyes (nombre y apellido)
- Dewey Ramos Espinosa (apodo y apellidos)
- Mariia Vite Pérez (nombre modificado y apellidos)
- Dali Meza (nombre y apellido)
- Ángela Rodríguez (nombre y apellido)
- Stok Dosp (apodo)
- Karla González (nombre y apellido)
- Luis Berna Álvarez (nombre, hipocorístico del segundo nombre y apellido)
- Carolina Jiménez (nombre y apellido)
- Pako Ymay (hipocorístico y apellido)

Resulta importante también mencionar la influencia de lo global o de algunos elementos extranjerizantes en la conformación del apodo o nickname de los jóvenes usuarios (Liiz, Narf, Ronaldito, Wynek, Dewey, Stok Dosp).

Por otro lado, en este apartado también se presenta un análisis de tipo semiótico de la fotografía principal del perfil en Facebook de los veinte jóvenes estudiados. Los principales elementos de que se compone este análisis son los siguientes: los personajes que intervienen, si en la foto aparecen los propietarios de la cuenta, solos o acompañados por familiares o amigos; se describirá también si las fotografías son grupales o individuales; los lugares donde fueron tomadas, ya sea en su casa, en la escuela, en espacios abiertos o cerrados; las actitudes de los personajes, su expresión facial y corporal; si aparecen objetos o símbolos en las fotos o si representan viajes realizados por los usuarios investigados. Las fotografías se clasifican de acuerdo con diferentes tendencias observadas y se acompañan por el nombre o nickname de cada uno de los usuarios.

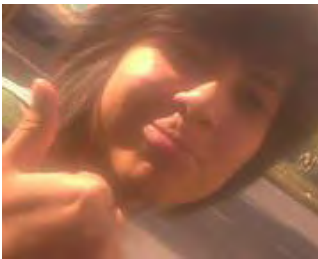
1. La fotografía del perfil en que aparecen los usuarios solos:

Eztreelliitha Ojithos



En la fotografía individual de Eztreelliitha Ojithos aparece solamente el busto y el rostro de la joven. La cara dibuja una sonrisa discreta y tranquila, donde el lugar central lo ocupan los ojos, elemento importante del apodo de la usuaria. Prácticamente no se puede apreciar nada del fondo, aunque por lo poco que se puede ver, aparentemente es en un lugar cerrado.

Meli Sánchez



Esta imagen nos muestra a la joven usuaria. Es una imagen individual que aparentemente fue tomada en un espacio exterior (en la calle), donde aparece el rostro y la mano de la persona. La expresión gestual característica (ojos y boca) y la mano con el pulgar hacia arriba denotan una actitud positiva ante la vida o los obstáculos.

Christian Wynek



Esta es una fotografía individual que nos muestra al usuario de semi perfil, luciendo unos grandes lentes oscuros y un adorno al cuello (cadena o collar). Por lo que se puede percibir del fondo, fue tomada en un lugar cerrado (habitación). La expresión facial de la persona es seria.

Dali Meza



En la imagen aparece el usuario de semi perfil y con grandes anteojos. Es un espacio cerrado, posiblemente una habitación y la fotografía completa es en blanco y negro. La expresión facial de la persona es seria. Aunque la imagen parece haber sido tomada de forma espontánea o casual, la mirada de la persona se fija en la cámara, posando para ella.

Stok Dosp



En esta imagen en blanco y negro se muestra el usuario estudiado. Aparece con un micrófono en la mano y todo parece indicar que está cantando o ensayando música. El espacio parece ser abierto, en un evento público o en un patio, ya que al fondo de la imagen se puede apreciar parte de un muro con una manta que contiene el nombre del grupo musical (aunque no se alcanza a leer por completo). La persona viste una playera con un estampado que es usual para representar el gusto o la preferencia por determinados grupos musicales.

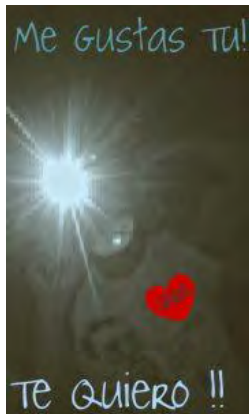
2. La fotografía del perfil en que los usuarios se fotografían a sí mismos:

Mariia Vite Pérez



Esta es otra de las imágenes que se han hecho usuales en las redes sociales, que nos muestra el momento en que la persona se toma a sí misma la fotografía ante el reflejo de un espejo. La imagen aparece inclinada y la persona casi de la cintura hacia arriba. Se puede ver la cámara o el celular con que está tomando la fotografía, haciendo una mueca ante el espejo. Lógicamente es un lugar cerrado, bien puede tratarse de la habitación de la joven. También en la imagen se puede leer la frase: “Simplemente hermosa todos los días”, lo cual nos habla un poco del autoconcepto de la persona o de la forma en que desea ser percibida por otros usuarios.

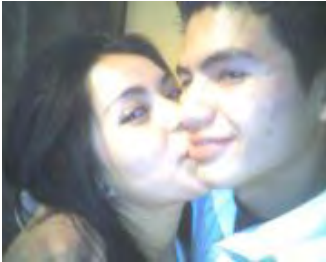
Sebastián Ronaldito



En esta fotografía aparece presumiblemente (no se le ve el rostro) el joven usuario ante un espejo en el momento en que se toma la foto él mismo. Aparece la luz del flash y el fondo es oscuro, lo que hace suponer que es de noche o fue tomada en un lugar cerrado y oscuro. La imagen nos muestra además elementos textuales y gráficos, con una leyenda y el dibujo de un pequeño corazón rojo.

3. La fotografía del perfil en que aparecen los usuarios acompañados:

ChiiqLosaa Liiz



En esta fotografía se puede observar a la joven usuaria (izquierda), quien aparece con una persona más (derecha). Es una fotografía tomada en pareja y el lugar en que fue tomada no se puede apreciar por la cercanía de la toma, solamente se alcanza a percibir un fondo de lo que seguramente es un lugar cerrado (habitación).

La pareja aparece con una actitud clara de cercanía afectiva, la joven besa la mejilla de él y también expresan ambos una sonrisa en sus rostros. Aunque no se percibe más que los rostros de ambos, puede suponerse que están abrazados por la cercanía de la imagen.

Valeria de los Valerios



Aquí tenemos una fotografía en pareja que nos muestra a la usuaria (izquierda) acompañada por un joven (derecha), ambos en una actitud y expresión de cercanía afectiva y física. Fue tomada en un espacio exterior, ya que se puede apreciar parte de un auto atrás de las personas, fragmentos de árboles y del cielo.

Gabriela Reyes



En esta imagen se muestra una pareja de mujeres jóvenes. La de la izquierda es la usuaria estudiada, quien aparece abrazada de una amiga o familiar, en una actitud de proximidad física y afectiva. El lugar es un espacio cerrado y las dos personas muestran una sonrisa a la cámara, denotando felicidad en el momento de ser captadas.

Ángela Rodríguez



Esta es una fotografía de pareja, la usuaria (izquierda) se muestra en compañía de su pareja sentimental (novio, a la derecha), ya que aparecen abrazados y besándose en lo que parece ser el pasto de un parque o un deportivo. Como se dijo, el espacio donde se tomó la fotografía es abierto o exterior. Las actitudes de las personas y la expresión corporal denotan cercanía afectiva y física.

Pako Ymay



Aquí aparece el joven estudiado (izquierda, parte superior), aparentemente con su novia o una amiga, en una actitud protectora, ya que al parecer la está abrazando por la parte de la espalda. Hay cercanía física y afectiva en las dos personas. De acuerdo a lo poco que se ve del fondo, la fotografía puso haber sido tomada en la noche en un espacio abierto o en un espacio cerrado pero oscuro, no se alcanza a apreciar con claridad. Aunque la expresión de ambos es seria, se alcanza a ver dibujada una sonrisa discreta que hace adivinar su

cercanía y la satisfacción por aparecer juntos.

4. La fotografía del perfil en que aparecen principalmente objetos:

Salvador Reyes



Esta es una fotografía diseñada también para las redes sociales en que aparece una botella con la marca de una bebida alcohólica (vodka). La botella se muestra alada, con una especie de aura de luz y derramando su contenido en la parte superior (cuello de la botella); tal como si se tratara de un objeto mágico. Puede tratarse de una expresión de preferencia hacia este tipo de bebida por parte de quien hace uso de la imagen (el joven investigado).

5. Las fotografías del perfil donde hay una combinación entre objetos o una apropiación de elementos semióticos prediseñados:

Tin Martínez



Esta imagen es una composición simbólica. Es un ejemplar de las imágenes que ya están diseñadas para este tipo de plataformas tecnológicas (Facebook). Nos muestra la abertura de una cerradura y al otro lado de una aparente puerta se puede apreciar un ojo y parte de una cara humana en actitud curiosa. En la parte inferior de la imagen aparece una banda azul donde aparece el nombre de esta red social. Lo cual se puede interpretar como que Facebook sirve para espiar por el ojo de la cerradura y que a través de ella los usuarios pueden ver

qué se esconde atrás de las puertas cerradas (o de la intimidad).

Luis Berna Álvarez



Esta es una imagen que representa el escudo de una “porra” o “barra brava” de un equipo de futbol de México (América). Está compuesta por la mascota del equipo (un águila) expresando una actitud feroz. En la imagen aparece el nombre de la “porra”, que es “Ritual del Kaoz”. También aparece la dirección del sitio de Internet de dicho grupo de aficionados. Tiene un fondo negro y en la imagen y las letras sobresalen los colores de ese equipo de futbol (azul y amarillo). Al colocarla como la principal de su perfil, el usuario nos está manifestando su afición por este deporte y por este equipo en particular.

Carolina Jiménez



Con esta imagen la usuaria nos está manifestando un poco acerca de sus gustos musicales. La fotografía se refiere a la canción “Alice Underground” o “Alicia en el país de las maravillas” de la cantante Avril Lavigne. En ella aparece un espacio abierto casi en penumbras, con una especie de paisaje con árboles secos. A contraluz se puede apreciar la silueta de una mujer, quien con uno de sus brazos parece levantar un poco la cola de su gran vestido, para evitar que arrastre, en una actitud corporal en que parece estar caminando. También contiene una leyenda, con el nombre de la canción y de la intérprete.

6. Las fotografías del perfil donde aparecen otros personajes:

Narf Mtz



En esta imagen el único personaje es un “Demonio de Tasmania” o “Taz”, que es un personaje de caricatura utilizado en diversos objetos y souvenirs de uso cotidiano. Como es característico en este tipo de dibujos, el “Taz” aparece con una actitud retadora y traviesa. Lo que puede significar esta imagen simplemente es el gusto del usuario estudiado por este tipo de dibujos o caricaturas o incluso, si vamos más allá, cierta identificación con las actitudes del personaje del dibujo animado.

Dewey Ramos

Espinosa



En la imagen se muestra a un grupo de música electrónica (Teddy Bears) tocando sus instrumentos y caracterizados con grandes cabezas de animales (osos). Aparecen al frente de la imagen dos de ellos tocando la guitarra y al fondo se puede percibir un tercero, aunque solamente se alcanza a ver parte de la cabeza (también de oso). El fondo de la foto es completamente negro, pero presumiblemente es de noche y es un espacio abierto, ya que todo parece indicar que se trata de la imagen de un concierto. Lo que esta imagen nos muestra es el gusto del usuario por este grupo y género musical.

Karla González



Esta fotografía muestra la imagen de un bebé de meses, sentando en una cama y sin ropa, se podría suponer que es una foto de la infancia de nuestra joven investigada, pero también puede ser la de algún familiar. El bebé, que mira atento hacia la cámara, posiblemente apenas se pueda sostener solo, ya que se ven unos brazos femeninos que le están ayudando a apoyarse o previniendo un posible desequilibrio o caída. El espacio en que se tomó la imagen es cerrado, es una recámara.

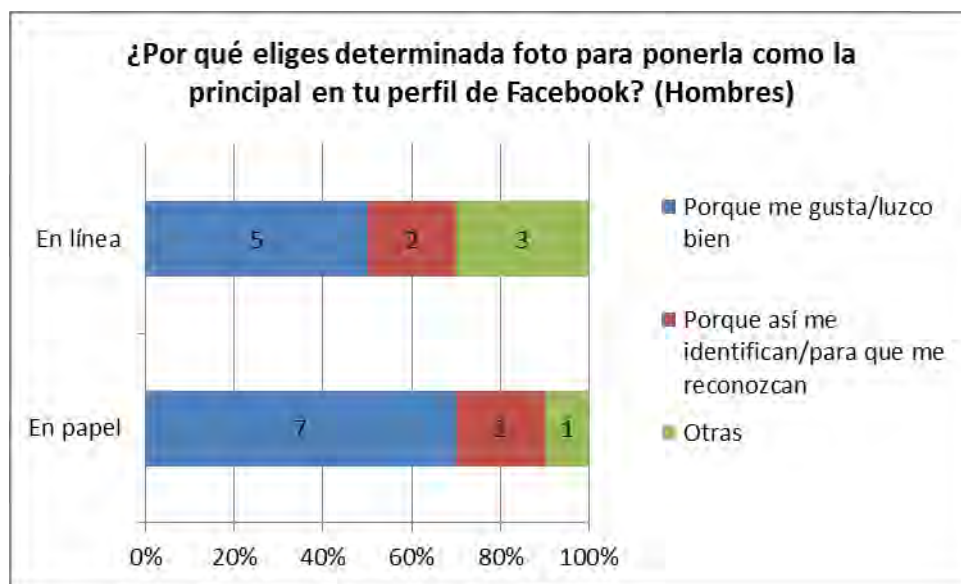
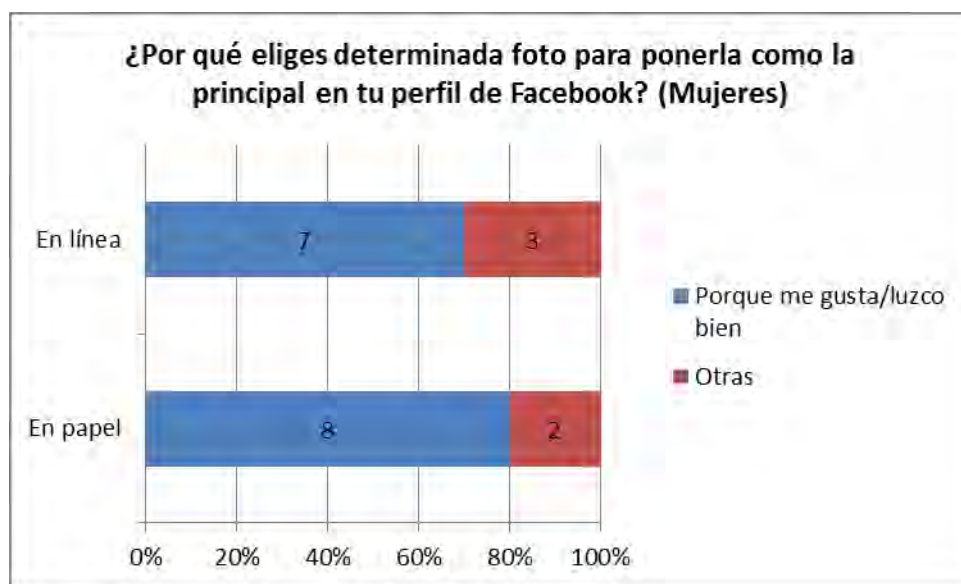
7. Las fotografías de perfil donde aparecen trípticos o una combinación de elementos:

Zaida Caballero



Podemos suponer que esta fotografía fue diseñada por la joven usuaria de Facebook. Aparece ella al centro y a ambos lados las imágenes de otras dos personas, en una especie de tríptico tipo collage grupal donde se inserta incluso el elemento textual con una leyenda y dibujos que cruzan las tres fotografías, haciendo énfasis en la amistad que las une y que a pesar de tomar diferentes caminos en la vida “seguirán juntas”. En las tres imágenes las amigas aparecen de semi perfil y en una expresión y actitud seria. Hay diversidad de colores y las tres imágenes al parecer fueron tomadas en lugares o espacios cerrados.

De acuerdo con lo que contestaron los jóvenes en los cuestionarios aplicados en línea y con soporte en papel, a continuación se presentan algunas gráficas⁸ que ilustran detalladamente los principales motivos por los que deciden subir determinada foto y tenerla como la principal de su perfil en Facebook:



⁸ Todas las gráficas son de elaboración propia con base en los resultados que se obtuvieron después de la aplicación de los cuestionarios en línea y en papel.

En las respuestas sobresale el hecho de que la mayoría de los jóvenes decide poner determinada fotografía como la principal de su perfil en Facebook por el simple hecho de que les gusta o porque les parece que en ellas lucen bien. Pero además de lo anterior, es muy importante mencionar también que en las respuestas de los hombres aparecen dos elementos determinantes en lo que se refiere a su propia identidad, ya que contestaron “para que me reconozcan” y también “porque así me identifican”. Lo cual nos habla de que en cierta medida ellos son conscientes de que gracias a este tipo de interacción construyen o refuerzan una identidad propia.

4.2 Palabras escritas

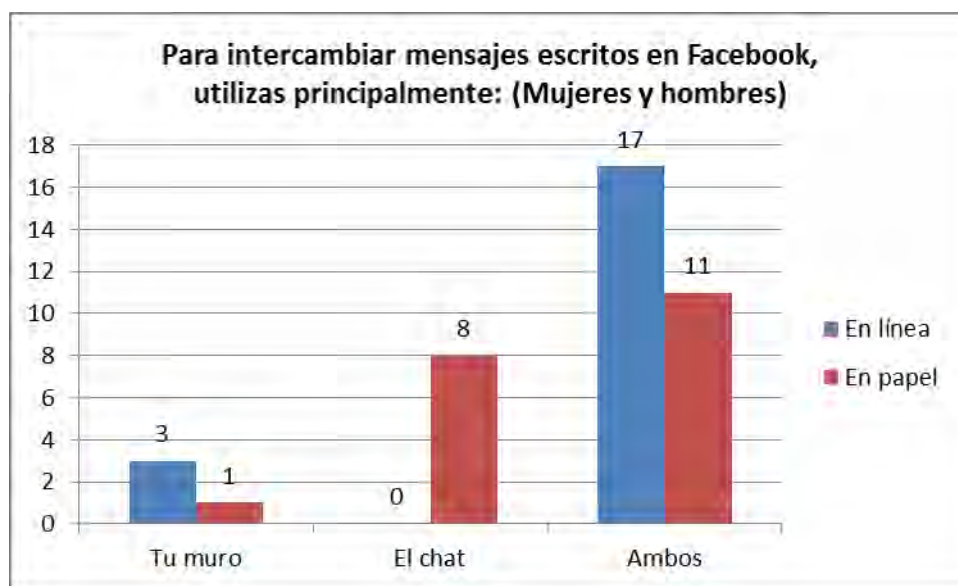
El intercambio de mensajes escritos es uno de los principales elementos en la interacción discursiva que propicia Facebook en los jóvenes. Estos mensajes son producidos y enviados por los usuarios sobre todo a través del muro o biografía, del uso del chat y en una combinación de ambos.

Acerca de este importante elemento, las respuestas de los jóvenes en los dos cuestionarios fueron las siguientes:

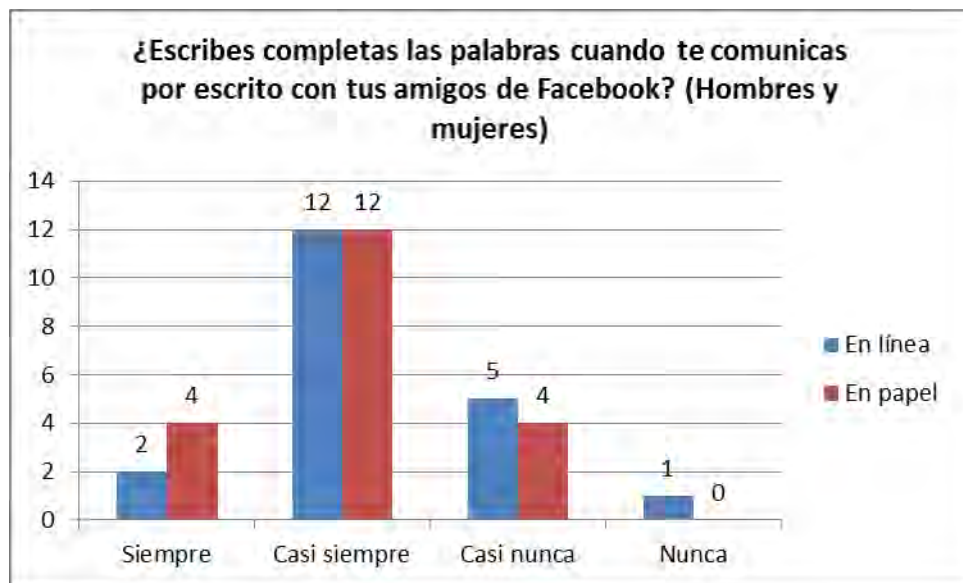


En el gráfico podemos constatar la importancia de los mensajes escritos, ya que la mayoría de jóvenes contestó que los utiliza siempre o casi siempre. Más adelante, con ayuda del trabajo etnográfico veremos qué es lo que escriben y sobre todo cómo lo escriben.

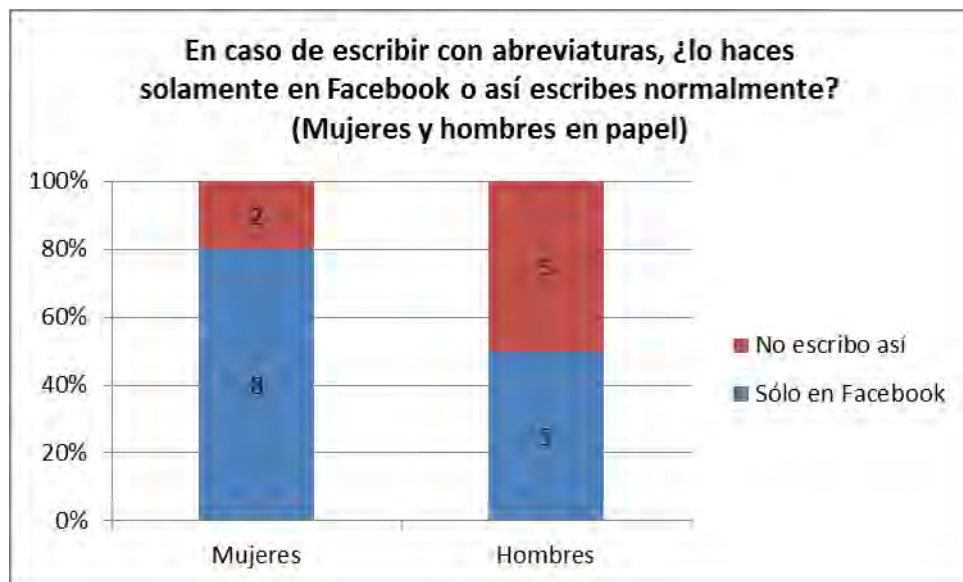
Como mencionaba al principio del apartado, la interacción textual en Facebook se da principalmente a través del muro o biografía del usuario, del chat y utilizando ambos, en este estudio encontramos las siguientes proporciones al respecto:



Ahora veremos algunos aspectos más que resulta interesante analizar acerca del intercambio textual entre los jóvenes, de acuerdo con los resultados de los dos cuestionarios, para compararlos posteriormente con lo que arrojó la etnografía virtual.

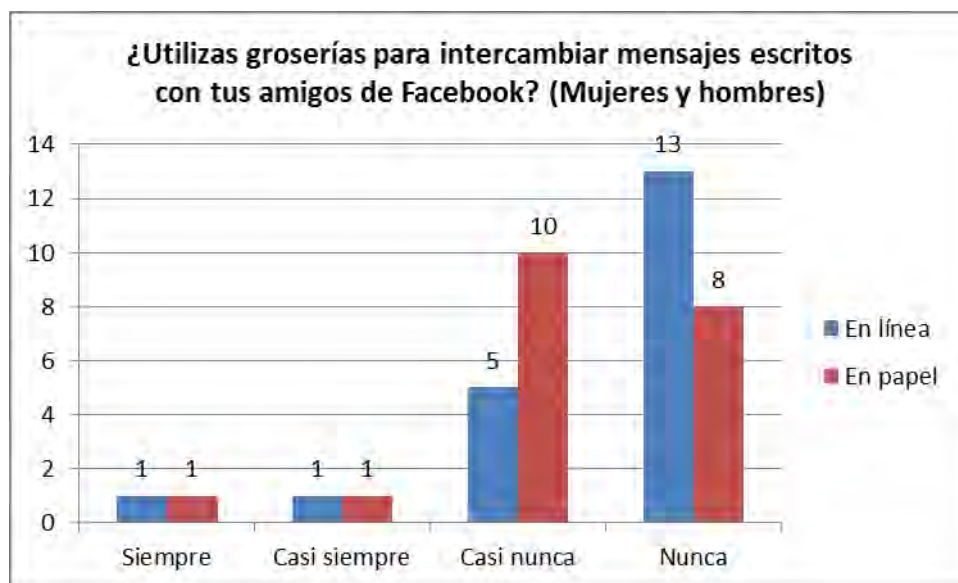


Por supuesto que es de llamar la atención el hecho de que la mayoría de jóvenes dice utilizar completas las palabras casi siempre que intercambia mensajes escritos en Facebook, lo que más adelante contrastaremos con varios ejemplos que nos demuestran una realidad muy diferente.



Por otro lado, aunque los jóvenes manifiesten que si escriben con abreviaturas lo hacen solamente en Facebook o que definitivamente no escriben así, esta sería una línea de investigación interesante para un estudio posterior: comprobar si la forma en que se escribe en Internet o en las redes sociales se traslada a otros contextos o si los usuarios manejan

adecuadamente la escritura, de acuerdo con la ocasión y la necesidad de comunicarse “adecuadamente”.



La gráfica anterior nos revela otro aspecto interesante para el análisis. Aunque no es nuestro interés aquí hacer juicios de valor acerca de las groserías o palabras altisonantes que los jóvenes usan en Facebook, sí llama la atención el que la mayoría de ellos contesten que nunca o casi nunca utilizan este tipo de palabras para interactuar en la red social. Una posible razón de peso para que hayan contestado de tal manera, es el hecho de quién se los pregunta, no olvidemos que la postura de quien escribe estas líneas es, primero la de un adulto y además, la de su profesor.

Resultó también digno de tomarse en cuenta que para ninguno de los jóvenes cuestionados es importante comunicarse igual que sus amigos o contactos en Facebook, para pertenecer a cierto grupo de personas o amistades. Por lo menos eso fue lo que contestaron de manera general. Sin embargo, aunque no lo reconozcan como tal, la práctica nos indica que para la conformación y/o reforzamiento de su identidad, este sí es un asunto vital.

Bien, veamos ahora de qué manera se complementa lo antes dicho con los ejemplos que encontramos al poner en práctica la etnografía virtual. Francisco Yus (2010:198-203), enlista una serie de características para el análisis de los mensajes escritos en las redes sociales, las cuales fueron retomadas casi en su totalidad para esta parte de la investigación. Esas

características, relacionadas con la interacción textual que encontramos en los mensajes escritos en Facebook son las siguientes:

Faltas de ortografía.

El chat y las redes sociales exhiben un estilo informal que, debido a la necesidad de enviar los mensajes rápidamente (como si de una conversación oral se tratara), abundan en faltas de ortografía, algunas involuntarias, debidas a fallos en la pulsación de las teclas en la computadora, y otras intencionadas como parte del juego del lenguaje que el medio propicia. Regularmente, los usuarios suelen aceptar esas faltas como un elemento consustancial en este tipo de interacciones.

A continuación se presentan algunos ejemplos de faltas de ortografía, observados y extraídos de los muros de Facebook de los estudiantes investigados. Al final de cada una de las frases aparece entre paréntesis el nombre del usuario y la fecha en que se publicó el fragmento. Veamos:

- "...FELIZ NAVIDAD Y UN GRAN ABRASO A TODOS MIS AMIGOS" (Tin Martínez, 24 de diciembre de 2011).
- "Jeje grazias amiga" (Eztreelliitha Ojithoz, 7 de febrero de 2012).
- "uuuuuuuu me duele todo mi cuerpesito que dolor :(" (Salvador Reyes, 8 de enero de 2012).
- "Sonrrie todos los dias, por la mañana y hasta que se oculte el sol. La gente te mirara como si estubieras loca..... pero yo solo sonrrio y soy feliz.. :))" (Meli Sánchez, 29 de marzo de 2012).
- "k buena CANCION PARA CUANDO NESESITAS AYUDA CON UNA NOVIA CUANDO LO CONSIDERAVAS TU AMIGO DL K SE ACUERDA CUANTAS VECES NOS HABLAMOS PERO NO IMPORTA SOLO K SEPA K LA KIERO Y PUES K LA CUIDARE ASTA K SEA UNA SEÑORA CASADA CON ALGUIEN K LE CONVENGA Y K NO JUEGE CON ELLA" (Narf Mtz, 16 de abril de 2012).
- "...los quierooooo milllllllllll graxias por estar quando los nesesito y nnk de los nnks olviden qe pueden qontar qon yo jeje..... los adoro" (Zaida Caballero, 4 de febrero de 2012).

- “Yo Lucharé Por Mi Princesa Como Mario Bros Aré Lo Imposible Pero Lo Intentare” (Sebastián Ronaldito, 13 de abril de 2012).
- “En cerio ajaja” (Valeria de los Valerios, 17 de abril de 2012).
- “jaja si we yo si boi” (Christian Wynek, 31 de marzo de 2012).
- “son hechos y yo ya vi q no saves” (Gabriela Reyes, 22 de marzo de 2012).
- “Daaaaaa ¿no están artos de que Felix y Julio t armen un pancho y te den un choro bien chafa cuando te dan un reporte por cualquier cosita? eso no rifa buuuu con esos dos tios” (Dewey Ramos Espinosa, 28 de febrero de 2012).
- “no pz sii ayq tener cuidado digo unas cuantas fotos y ases q las personas c espanten chale y iiop q crei q no estaba tan fea jejejejejeje todo por amar tomarle fotos a cualqkier cosa jejejejeje ni modo asi es esto pruuuf!” (Mariia Vite Pérez, 18 de abril de 2012).
- “en la yom we a que ora quieres?” (Dali Meza, 1 de febrero de 2012).
- “Jaa si loce moni lociento... Puez ia sabes maldita escuela ha” (Stok Dosp, 16 de abril de 2012).
- no no m a llegado nada tu crees (Karla González, 13 de abril de 2012).
- “Ultimamente me a dado por abrir el msn :)” (Pako Ymay, 15 de marzo de 2012).
- “jajajajaj encerio me las pagaras” (Dali Meza, 10 de febrero de 2012).

Grafía fonética y dialecto visual.

Ortografía fonética. Consiste en plasmar textualmente el discurso tal y como sería pronunciado en forma oral; suele usarse para palabras que provienen de otras lenguas. Por ejemplo: escribir “imeil” en lugar de e-mail.

Algunos ejemplos encontrados son los siguientes:

- “espero qe ya estes mejor y ojala hoy viernes ya vengas a la scool por qe ayer estuve muy preocupada...” (Zaida Caballero, 2 de marzo de 2012).
- “Dije Chava Broh Y Todavia Nose A Que Hora!” (Sebastián Ronaldito, 5 de abril de 2012).
- “Tengo Ganas De Una Monky Mojarla hasta Mucho Y Dormir Y Jamas En Esta Vida Volver A Despertar” (Sebastián Ronaldito, 5 de abril de 2012).

- “Ciertoh Bby Siempre Soy Asi Pero Me encanta Estar Contigo...” (Sebastián Ronaldito, 29 de febrero de 2012).
- “Si Mii Amoor Te Acompañare Bby Y Como Llegasteh Linda?” (Sebastián Ronaldito, 21 de febrero de 2012).
- “Tenks siempre juntas y ya no quiero que te falte el aire eeee jaja :DDD” (Valeria de los Valerios, 9 de abril de 2012).
- “Noce como cortarme el cabello :/ quiero cambiar de luck que me sujieren??” (Valeria de los Valerios, 17 de marzo de 2012).
- “Jenial!!!! Hoy vere malcon in the melddle o como se escriba soy feliz :D jejeje” (Valeria de los Valerios, 6 de marzo de 2012).
- “me la pase del 10 jajaja estuvo bien rifado el pull hay que volverlo a repetir cada semana jaja xD!!” (Christian Wynek, 30 de marzo de 2012).
- “pienzo en unos rikos kises!! de mi amado novio jajaja es el sueño ♥” (Mariia Vite Pérez, 17 de febrero de 2012).
- “...se ponen bien creazy en mi casa” (Ángela Rodríguez, 11 de abril de 2012).
- “Haaa qke gran dia el de hoy aunqke llegue super empapada a la skool pero me la pase genial ...” (Ángela Rodríguez, 29 de marzo de 2012).
- “yea hermano :)” (Stok Dosp, 21 de abril de 2012).
- “se ve igual men” (Stok Dosp, 20 de abril de 2012).
- “Cuando un dia vayamos Michelle y yo! a un teibol dance de hombres...” (Pako Ymay, 15 de febrero de 2012).

Ortografía coloquial. Reducción coloquial de las palabras debido a su pronunciación en la cadena hablada. Por ejemplo: Ella acaba d’adquirir l’abilidad d’estudiar de noche.

Ejemplos:

- “Si como no Pa dominguear ! (:” (Meli Sánchez, 29 de marzo de 2012).
- “Tamo dani ♥” (Meli Sánchez, 27 de abril de 2012).
- “Mira mi foto haaa tamo amigo jaa Que siempre te sientas atras de mi jaaa y me molestas y asi jaaa Y peleamos jaaa me caes rre bien (: Ya entra a las clases ya cambiamos recuerdalo!” (Meli Sánchez, 25 de febrero de 2012).
- “de mi pa ustedes hahah” (Sebastián Ronaldito, 11 de febrero de 2012).

- “pues si mijá haja!!!” (Valeria de los Valerios, 29 de abril de 2012).
- “A horale que genial y not burles de mi pieza” (Dewey Ramos Espinosa, 22 de abril de 2012).
- “y esta tambn porq eslaq mas me lo recuerda :(” (Mariia Vite Pérez, 25 de febrero de 2012).
- “jajaja entonces mañana te veo mijo” (Dali Meza, 17 de febrero de 2012).
- “Luego k t vea carnal^^” (Stok Dosp, 15 de abril de 2012).
- “ps namas esq parece...” (Dali Meza, 26 de febrero de 2012).

Caló. De acuerdo con González Reyna (1994:22), “El caló es el lenguaje popular que se basa en los modismos”.

Ejemplos:

- “Chido gracias (:” (Meli Sánchez, 15 de marzo de 2012).
- “Wei ai muchas cosas que explicar :/” (Meli Sánchez, 22 de febrero de 2012).
- “graxcias we chido t debo una we” (Narf Mtz, 21 de abril de 2012).
- “simon we” (Narf Mtz, 14 de abril de 2012).
- “no la neta no estuvop buena jaaaaaa ntc se te quiere qiqin” (Zaida Caballero, 7 de abril de 2012).
- “Haha Neta Fuera de Coto” (Sebastián Ronaldito, 7 de abril de 2012).
- “aaa esa rola es la onda puras buenas rolas en esa fiesta !!!!!” (Valeria de los Valerios, 21 de abril de 2012).
- “nosotros que somos bien chambeadores i la maldita hueva nos agarra haaaaa xD” (Christian Wynek, 23 de abril de 2012).
- “jaja el regreso rifado xD!!” (Christian Wynek, 31 de marzo de 2012).
- “te va a dar medo de lo gacha que esta, no pude soportarlo” (Christian Wynek, 1 de abril de 2012).
- “♥ neta q hubo un dia feliz y hoy ♥” (Gabriela Reyes, 25 de febrero de 2012).
- “la vida sin riesgos no rifa” (Dewey Ramos Espinosa, 8 de abril de 2012).
- “Digo semanas de vacaciones chale aun tengo sueño” (Mariia Vite Pérez, 14 de abril de 2012).
- “nel wei como ves jajaja” (Dali Meza, 17 de febrero de 2012).

- “Pff...!! qke weva hacer la tarea de qkimica y de contabilidad” (Ángela Rodríguez, 20 de abril de 2012).
- “Ttttzzzz noma hermano la neta si estuvo buena...” (Stok Dosp, 15 de abril de 2012).
- “0lle karnal zi vam0z ir a pintar eze kant0n a d0micili0 ke m digizte el 0tr0 dia 0 ke zh0w...” (Luis Berna Álvarez, 27 de abril de 2012).
- “asi mero amigo jaja xD” (Pako Ymay, 11 de abril de 2012).

Ortografía prosódica. Según Yus, (2010:200), es la representación de patrones prosódicos de la voz recurriendo a repeticiones de letras, uso de mayúsculas y otros signos de puntuación. Por ejemplo: Por fin juevessssssssssssssss!!!!!!!

Ejemplos:

- “haiii mi vidho!!! Graziiaz a thii tambn zoi muyyyyyyyyyyyyyyy feLiiz ♥” (Chiiqlosaa Liiz, 1 de abril de 2012).
- “po0rqqee esstaar enaamo0raadaah dee aalgieen qkee noo me supo0 amaar :/ && eel qkee me saabee amaar noo lo0 see vaalo0raar </3” (Eztreelliitha Ojithoz, 16 de marzo de 2012).
- “oooooooo no todo adolorido por jugar tochito nooooooooo me duele todo mi cuerpo :(“ (Salvador Reyes, 2 de abril de 2012).
- “Vaaaaa te hablo hoy danonino” (Meli Sánchez, 20 de abril de 2012).
- “jajaja k ciego estoy hay jeje k linda cancion huuuuuuuyyyy ♥ ♥ ♥” (Narf Mtz, 15 de abril de 2012).
- “GRITHAREEEEEEEEE.....!!!!!!! QE TE AMO Y NNK LO DEJARE DE HACER vdd???????” (Zaida Caballero, 27 de abril de 2012).
- “Gracias Bonitaaah :)” (Sebastián Ronaldito, 15 de abril de 2012).
- “tengo ganas de una gordita aaa!!!!!!” (Valeria de los Valerios, 25 de abril de 2012).
- “TE EXTRAÑOooooooooooooooooooooo :(“ (Christian Wynek, 29 de marzo de 2012).
- “vez por eso no te queria decir ashhhhh te odioji” (Gabriela Reyes, 16 de abril de 2012).
- “Pzzzzzz ni tanto noma el lunes t digo q me paso no te pases fue genial” (Dewey Ramos Espinosa, 15 de abril de 2012).

- “mmm nooop de hecho asi me desian en la seku eeee niña jejeje” (Mariia Vite Pérez, 16 de marzo de 2012).
- “te amo asi muhisissimooooo” (Ángela Rodríguez, 30 de abril de 2012).
- “Tttttzzzzzzz CRUDA MORAL Y FICICA!!!!” (Stok Dosp, 30 de abril de 2012).
- “como le hiciste para bajarle la excitación????” (Karla González, 27 de abril de 2012).
- “Zzzzz ke buena R0ola..” (Luis Berna Álvarez, 10 de febrero de 2012).
- “me la paso esperando a que te conectes y no te apareces que triste me siento!!!.= (“ (Carolina Jiménez, 11 de marzo de 2012).
- “siiiii!! escuchalos ;)” (Pako Ymay, 2 de abril de 2012).
- “saben algo soy la xava mas felizzz de este mundo por qe dios te puso en mi camino” (Zaida Caballero, 4 de febrero de 2012).
- “Pzzzzzz ni tanto noma el lunes t digo q me paso no te pases fue genial” (Dewey Ramos Espinosa, 15 de abril de 2012).
- “jajajaajajaj y mas jajajajaja pero que bonito okno! Jajajaa” (Pako Ymay, 11 de abril de 2012).

Ortografía interlingüística. Se trata de formar la grafía fonética de préstamos de otras lenguas pero haciéndolas pasar por el tamiz de la idiosincrasia ortográfica de la lengua de destino. Por ejemplo. La anteposición de “e” a los vocablos ingleses que comienzan por “s” (standard – estándar).

Ejemplos:

- “ooooooooo no todo adolorido por jugar tochito noooooooooo me duele todo mi cuerpo :(“ (Salvador Reyes, 2 de abril de 2012).
- “Jaaaa ya dejame empas como eraa scubiduuu jaaaaaa pinch escuela fantasma jaaa” (Meli Sánchez, 15 de febrero de 2012).
- “pero despues vemos cuando no aora k entremos va para k nos invistes un marrtel o un capitan morgan spase gold” (Narf Mtz, 11 de abril de 2012).
- “aaaai muxas grax nne TqM y ps ya sabes qe para lo qe sea aqi andamos okiss!!!!!!!!!!!!” nu lo olvides :D” (Zaida Caballero, 27 de abril de 2012).
- “hay qe linda amiwa te rifaste qon eso super le dare muxos LIKE ja te amodoro” (Zaida Caballero, 17 de abril de 2012).

- “Has Paro broh” (Sebastián Ronaldito, 30 de abril de 2012).
- “men es en hojas blancas o cuaderno” (Sebastián Ronaldito, 30 de abril de 2012).
- “Hoy me di un tur por el metrobus con mi hermoso!!! hay lo amo tanto :) TE AMO DIEGO!!!” (Valeria de los Valerios, 6 de mayo de 2012).
- “a oki tu tambien sabes q te amisimísimojijí” (Gabriela Reyes, 16 de marzo de 2012).
- “pienzo en unos rikos kises!! de mi amado novio jajaja es el sueño ♥” (Mariia Vite Pérez, 17 de febrero de 2012).
- “si verdad pero no puedo tener a mi novio conmigo tu sabes noo se ponen bien creazy en mi casa” (Ángela Rodríguez, 11 de abril de 2012).
- “yea hermano :)” (Stok Dosp, 21 de abril de 2012).
- “karnal mañana zubo a tu kaza para ver ke zh0w vaa...pero kro ke zi..” (Luis Berna Álvarez, 7 de mayo de 2012).
- “lesbi inboxeame” (Pako Ymay, 7 de abril de 2012).
- “Dale Like si te Dolio con tan solo verlo*****” (Pako Ymay, 31 de marzo de 2012).
- “cuando los vi nnk me imagine conocerlos ... cuando los qonoci no me imagine qererlos ... y ahora qe no los QUIERO los AMODORO NO QUIERO PERDERLOS NNK ME OYERON NNK BFF`S⁹ SON LO MEJOR QE ME AN PASADO en la vida” (Zaida Caballero, 13 de marzo de 2012).
- “las amodoro befas¹⁰” (Zaida Caballero, 29 de marzo de 2012).

Ortografía homofónica. Este término comprende dos tipos de alteraciones ortográficas del texto que no se corresponden con alteraciones fonéticas paralelas que pudieran justificarlas:

Sustituciones léxicas. La estrategia de escribir alguna palabra (o parte de palabra) cuya pronunciación es igual o similar a la pretendida pero que, debido a su menor longitud, se adecua mejor a la exigencia de rapidez del chat. Este fenómeno es particularmente palpable en los chats de lengua inglesa, no así en los de lengua española, por ser el español, mucho menos proclive, en su fonética, a sustituciones de esta índole. Por ejemplo: “every1” en lugar de “everyone” (todo el mundo).

⁹ Es una contracción que proviene del inglés “best friend”, que utilizan algunos jóvenes en Facebook para referirse a sus mejores amigos.

¹⁰ En este caso la contracción de “best friend” se aplica para “mejores amigas” en femenino.

Ejemplos:

- “Amiga tqmmmmmm nunca lo olvides y cuenta conmigo 100pre y vas aver q voy hacer mision con kien ya sabes...."D" (Eztreelliitha Ojithoz, 13 de marzo de 2012).
- “TAKE A SMILEEE 4EVER nunca lo dudes en aser si amor” (Valeria de los Valerios, 9 de marzo de 2012).
- “aqui molestando 1 rato.. pues nada solo queria volver a saludar haaa” (Meli Sánchez, 19 de febrero de 2012).
- “papi l0 1r0. ke te dige y ve k0n l0 ke me zalez” (Luis Berna Álvarez, 28 de abril de 2012).

Sustituciones grafémicas. Sustituir una grafía por otra. El caso más palpable en español es el uso frecuente de la “k” como sustituto de “qu”. Por ejemplo la frase “Ke es esto?” o “Es un kanal más donde chatear”.

Ejemplos:

- “claro amiiguiitho asii deebe seer jejejej iia mee voii nos vemos despues tkm biie :)” (Chiiqlosaa Liiz, 30 de abril de 2012).
- “mii niiña graX zabeez Qee iio iwaL te amo ♥ tambiien tee extraño nna :/” (Chiiqlosaa Liiz, 23 de abril de 2012).
- “Hay momis yo igual te extraño nna tqmel” (Eztreelliitha Ojithoz, 14 de abril de 2012).
- “Nunka hay q ignorar a la persona q nos kiere y se preocupa x ti :)” (Eztreelliitha Ojithoz, 12 de abril de 2012).
- “jajaja nimodo yo t dije k no dijeras nada pero tu nesia ok y yo tambien t extraño” (Narf Mtz, 10 de abril de 2012).
- “GRAXIAS ESPERO Y ESTO NUNK TERMINE OK ESTA AMISTAD K E MOS TENIDO” (Narf Mtz, 13 de abril de 2012).
- “triste y vacia esta mi alma des de que t fuiste y tu me has bisto sufrir por ella o me equiboco, o no hayyyy k buena cansion” (Narf Mtz, 26 de abril de 2012).
- “no yo mas por que las personas chikitas tenemos el corazon mas grande por eso :)” (Valeria de los Valerios, 4 de mayo de 2012).
- “todo bien aki reportandome jajaj xD” (Christian Wynek, 26 de abril de 2012).

- “Ola peke n.n” (Gabriela Reyes, 30 de abril de 2012).
- “Dios los ama y noc preocupen q el ya tiene planeado nuestro dia de mañana” (Mariia Vite Pérez, 1 de mayo de 2012).
- “si amor espero qke te qkedes para siempre conmigo TE AMO MI VIDA ...” (Ángela Rodríguez, 6 de mayo de 2012).
- “:) iwual te amo super mega ultra demasiado amor” (Ángela Rodríguez, 6 de mayo de 2012).
- “oie amor no t podre marcar m quitaron mi cel l viernes” (Stok Dosp, 5 de mayo de 2012).
- “Erez k0m0 una perz0na imp0rtante en mi vida n0 ze puede vivir zin ti C♥A Graziaz x tantaz alegriaz...” (Luis Berna Álvarez, 1 de mayo de 2012).
- “Yo le kiero robar el coche al director de mi escuela es un camaro! :3 ♥” (Pako Ymay, 22 de febrero de 2012).
- “Haaaa qke gran dilema le pego o le hago caso a mi mama de qke no me rebaje con gente qke no vale la pena ...??? qke hago ...???” (Ángela Rodríguez, 18 de abril de 2012).
- “HaHaHa ilo sOj aSi dE OrGulIOsA eNoJoNa ALeGrE eTc eTc ...” (Ángela Rodríguez, 24 de marzo de 2012).
- “Ahh no mas no me deja escribir nada! yo creo k mi hermana tiene razon es el karma o primeo kiere el twitter k haga la tarea xD” (Pako Ymay, 13 de febrero de 2012).
- “Tambn ievan las letras k ia tengan!” (Stok Dosp, 12 de abril de 2012).

Abreviaciones, acrónimos, truncamientos.

El resultado de las abreviaciones, acrónimos y truncamientos de palabras que se dan con frecuencia en los mensajes en Facebook, puede llegar a ser una especie de jeroglífico, sólo legible para aquellos que comparten las convenciones de uso de estas estrategias textuales (algo consustancial a toda jerga). Esto puede funcionar como un rasgo identitario entre los usuarios que son capaces de dominar una jerga convencional para interactuar con los demás miembros de un grupo determinado. Por ejemplo: Utilizar “msg” en lugar de “mensaje”, “cómo tas?”, en lugar de “¿cómo estás?”

Ejemplos:

- “TE ADORO mii amor...!! Y ojaLaa zeea prontho x Qe iio me ziiiento :(de no staar contiigho, ILY ♥” (Chiiqlosaa Liiz, 10 de abril de 2012).
- “me m3 h3 dad0 kuent@ d3 ki3n3s s0n mis verdad3r0 amig0s” (Eztreelliitha Ojithoz, 7 de febrero de 2012).
- “ps si pero invitas tu” (Salvador Reyes, 5 de mayo de 2012).
- “Wei no maaaa leiste el msn que te envie por inboxx jaaaa?” (Meli Sánchez, 31 de enero de 2012).
- “yo igual tkmxotototete ñiña LINDA” (Narf Mtz, 10 de abril de 2012).
- “NOMANXES}” (Zaida Caballero, 3 de mayo de 2012).
- “Si No Tmando Un sms por eso vale te quiero masue tu Mi Hermanita Lokita” (Sebastián Ronaldito, 28 de abril de 2012).
- “Hajaa solo por fb hajaja ya sabe que cuando sea la pachanga buena la invitare en la lista esta :)!” (Valeria de los Valerios, 4 de mayo de 2012).
- “psss bemos que pex hay por aya i si nos lansamos a culcier lugar pero hay q echar desma” (Christian Wynek, 5 de mayo de 2012).
- “si la vdd si te quedo genial carlitos” (Gabriela Reyes, 28 de febrero de 2012).
- “ooooo q guapo hermano tengo (naaaaaaaa es broma jejejeje)” (Gabriela Reyes, 28 de febrero de 2012).
- “jajajajajaaja nu ma brenda solo lo recuerdo y muero de risa” (Gabriela Reyes, 21 de febrero de 2012).
- “ja no hay mejor cosa que estar echado como vaca en tu cama escuchando a lacrimosa y jugando halo3 solo en tu casa miw espero que se repita” (Dewey Ramos Espinosa, 18 de abril de 2012).
- “ja!!! see iio soy asi” (Mariia Vite Pérez, 16 de marzo de 2012).
- “wanaaz!!! de woomitar!!! mi panzita!!! o maldita colitis” (Mariia Vite Pérez, 3 de marzo de 2012).
- “chalez! mañana me conecto y me dises q paso ntp!! ya te contare mi horrible dia” (Mariia Vite Pérez, 11 de febrero de 2012).
- “si we” (Dali Meza, 29 de febrero de 2012).

- “Oii me bhez haz ii mñn m dzprezhii az zhiimplem nthe xqhe zhii ii miientraz m dhezgharr0 x thenerthe th0 than zh0l0 the dhiivhiierthez dhe zhavher khe the am0.... : (“ (Ángela Rodríguez, 26 de febrero de 2012).
- “jajaja tons no molesten jajaja ok no los qkiero mucho” (Ángela Rodríguez, 2 de abril de 2012).
- “Ok ok prometo ia no jugar asi pro tu tambn no t aguits tan feo jijijii t amo puerkito! ^^” (Stok Dosp, 20 de abril de 2012).
- “Simon bere arre!” (Stok Dosp, 15 de abril de 2012).
- “zi x ke m vizte x ai 0 m andaz vigiland0 jaja ntc.....” (Luis Berna Álvarez, 1 de mayo de 2012).
- “para los adictos del face jaja” (Carolina Jiménez, 10 de marzo de 2012).
- “6raziaz nna zera un plazer charlar konti6o...” (Luis Berna Álvarez, 13 de abril de 2012).
- “oOolaa o todos!!! quiero agradecerles alos que me feliciatron muchas gracias de todo qor@zoOn....los quiero...” (Carolina Jiménez, 20 de noviembre de 2011).
- “no guardeemoz nuestraz zonriizaz dee hoii paraa mañana, zoLo podreemoz zonreiir mañana zii hemoz zonreiidho eL diia dee hoii :)” (Chiiqlosaa Liiz, 20 de marzo de 2012).
- “zi x ke m vizte x ai 0 m andaz vigiland0 jaja ntc.....” (Luis Berna Álvarez, 1 de mayo de 2012).
- “jaja pz iia vez nna iia me canse de esperar a qkien tu sabes” (Ángela Rodríguez, 2 de abril de 2012).
- “si vrdd...” (Ángela Rodríguez, 28 de marzo de 2012).
- “Haaaa esa voz me agradanc el jueves o viernes” (Meli Sánchez, 14 de abril de 2012).
- “jajajja tkmxo ♥ ♥” (Narf Mtz, 11 de abril de 2012).
- “GRAX TQM NNE” (Zaida Caballero, 27 de abril de 2012).
- “Si La Ntaa” (Sebastián Ronaldito, 6 de abril de 2012).
- “grax! esta bonito :) tqm!” (Pako Ymay, 9 de abril de 2012).

Elipsis.

Es cuando se omite intencionalmente algún elemento gramatical. Por ejemplo, cuando se omite el pronombre de sujeto, ya que la información que este proporciona se suple con la existencia, al principio del enunciado, del apodo del usuario (nick o nickname), (Yus, 2010:203).

Debido a la forma en que se intercambian los mensajes escritos en el muro o en el chat de Facebook, la elipsis es un fenómeno que se repite prácticamente en todas las conversaciones. En el siguiente ejemplo, nuestra joven se dirige a un interlocutor, cuyo nombre o apodo aparece en automático, lo que ayuda a identificarlo, por lo tanto no es necesario especificar hacia quién va dirigido el mensaje:

- “jajaja tu ssssssss ...” (Ángela Rodríguez, 16 de abril de 2012).

El siguiente ejemplo es un fragmento de una conversación en que interviene una de nuestras jóvenes investigadas con otras dos personas:

“Q genial mañana a la fiesta de la radio a divertirme jum jum” (Eztreelliitha Ojithos, 18 de abril de 2012).

Bebe Dino Huu ino inbitas

Miguel Cruz Yo también voy a ir

Eztreelliitha Ojithos Bebe dino no puedo uss perdon :) y miguel cruz q genial aya nos vemos

Miguel Cruz Si y donde te toco

Bebe Dino Okey

Eztreelliitha Ojithos general y a thi

Miguel Cruz Pues igual

Eztreelliitha Ojithos Jeje pz haya nos vemos jeje

Miguel Cruz Si

En este ejemplo se observa claramente que cuando la conversación se da entre tres o más personas, es necesario especificar a cuál de ellas se está contestando el mensaje, para que

exista lógica y claridad en el intercambio comunicativo, por ejemplo en la tercera línea “Eztreelliitha Ojithos” escribe el nombre de “Bebe Dino”, para especificar que su respuesta se dirige a él precisamente y después, en la misma línea, le contesta a “Miguel Cruz”, especificando también su nombre.

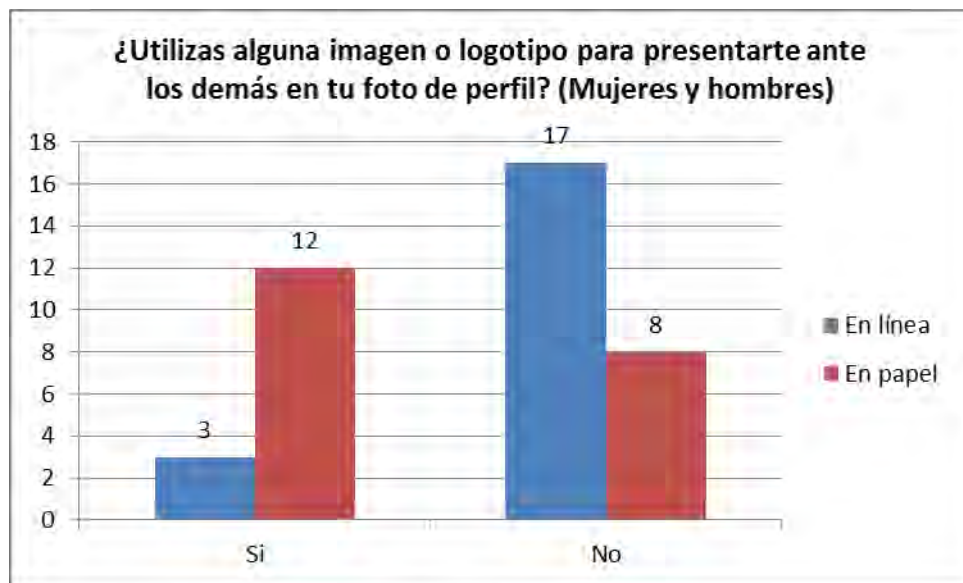
Todas estas características se pueden apreciar en la interacción textual en Facebook; y en ocasiones se utilizan para compensar las ausencias comunicativas que se presentan a través del contacto virtual, en comparación con el contacto físico (cara a cara).

Aquí es importante señalar que esta recodificación del lenguaje escrito entre los jóvenes, funciona como un elemento identitario, ya que esta práctica, por una lado, hace que se distingan de “los demás”, a la vez que les hace pertenecer a un cierto grupo. También se puede ver como una expresión de rebeldía ante el mundo adulto, ante lo establecido o instituido como “correcto”.

4.3 Símbolos y objetos

Imágenes o logotipos

En lo que respecta a la interacción que realizan los jóvenes en Facebook a través de imágenes y logotipos, de acuerdo con los resultados de los dos cuestionarios (en línea y en papel), se pudo apreciar un fenómeno curioso en cuanto a la forma en que contestaron, veamos el siguiente gráfico:

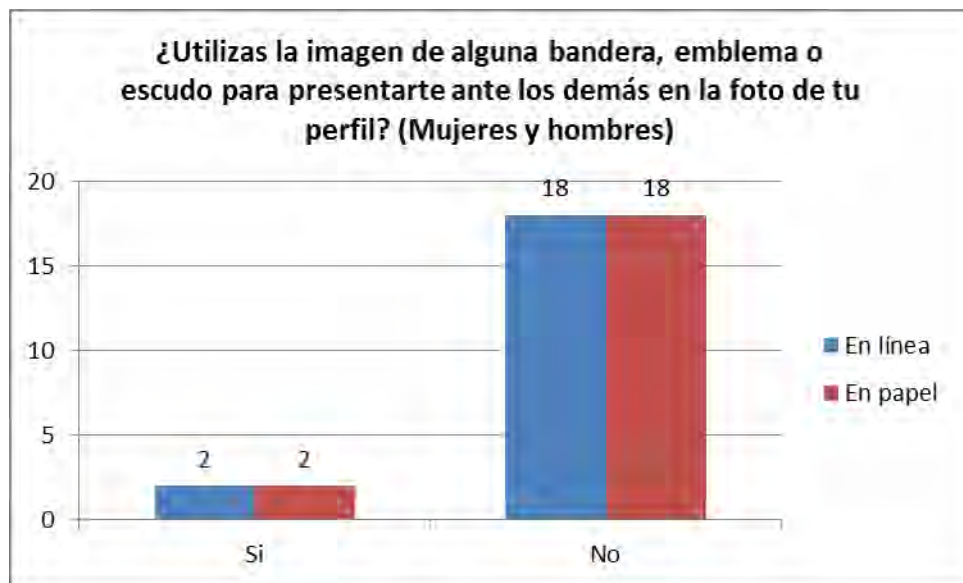


En la gráfica podemos observar que, según lo que contestaron en línea, las imágenes y los logotipos no son importantes en el intercambio discursivo que se da entre los jóvenes en Facebook, ya que solamente hubo tres respuestas afirmativas acerca de su uso.

Sin embargo, sorprende mucho el giro que dan las respuestas del cuestionario aplicado en papel, ya que el número de respuestas afirmativas acerca de su uso pasó de solamente tres a doce. Es importante señalar la preferencia de los jóvenes por colocar como imagen representativa o logotipo las fotografías, imágenes de caricaturas, de grupos musicales o artistas favoritos y de equipos deportivos. Es una diferencia muy notable que puede deberse a la forma en que se aplicó y contestaron este segundo cuestionario con soporte en papel.

Banderas, emblemas y escudos

Acerca de estos elementos solamente podemos decir que para los jóvenes su uso no resulta importante. Ya que las respuestas coinciden exactamente en los dos cuestionarios que se les aplicaron, tal como lo ilustra la siguiente gráfica:

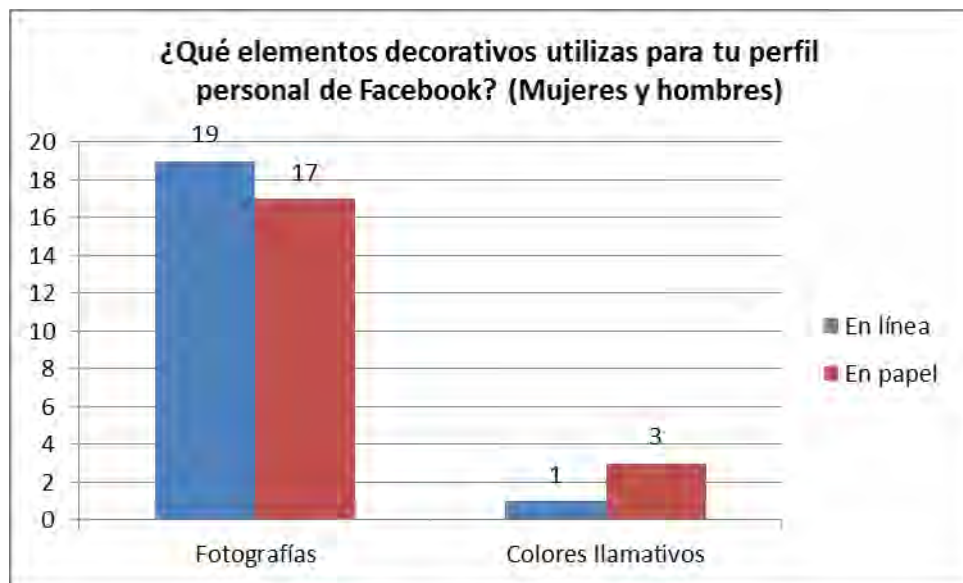


Como se observa, solamente dos personas contestaron afirmativamente acerca de su uso, tanto en línea como en papel. En cuanto al uso de banderas o emblemas, en los dos cuestionarios los jóvenes refieren el uso de la bandera de un país y la de la porra de un equipo deportivo.

Por otro lado, en cuanto al uso de escudos, en las respuestas afirmativas en línea, uno de los jóvenes dijo utilizar uno de “Mafalda” y el segundo un escudo de un águila, relativo a la mascota de un equipo deportivo. Mientras que en lo que contestaron en papel, la única variación es que en la primera respuesta afirmativa se menciona el uso de la Cruz Templaria o la Suástica Nazi y la segunda coincide con lo contestado en línea (un águila, mascota de un equipo deportivo).

Decoración

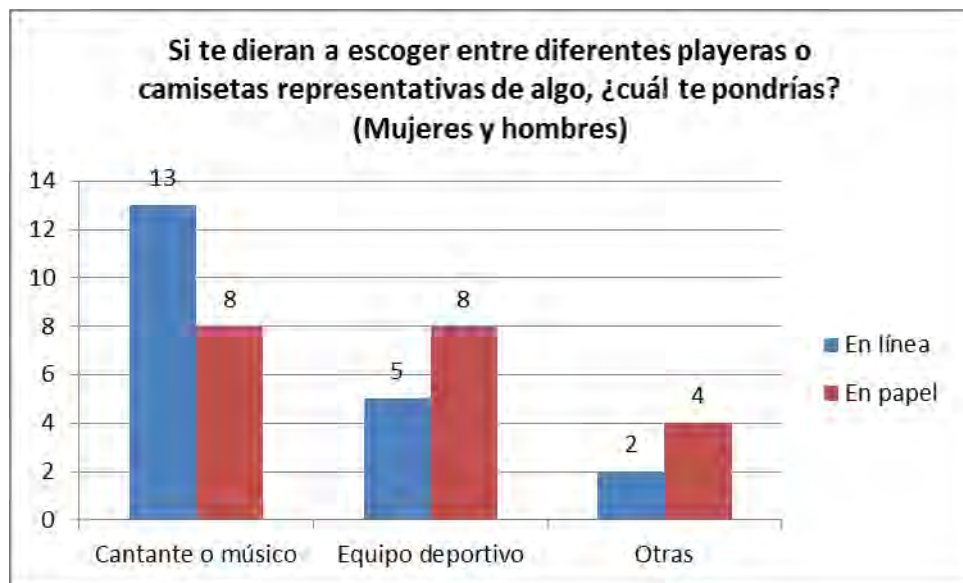
Los jóvenes utilizan las fotografías como el principal elemento decorativo de su página de Facebook, las respuestas al respecto fueron las siguientes:



En la gráfica podemos observar que el único elemento diferente a las fotografías que mencionaron como respuesta en los cuestionarios es el de los colores llamativos, para decorar o hacer más vistoso su perfil. Ya que las fotografías representan un elemento tan importante en la interacción de los jóvenes en Facebook, más adelante veremos con mayor detalle lo que encontramos al respecto.

Playeras o camisetas

Para los jóvenes preparatorianos, la música y el deporte son dos de los principales factores de identidad. Esto lo podemos constatar con lo que contestaron al preguntarles acerca de su preferencia en el uso de playeras o camisetas estampadas que representen “algo” significativo para ellos. Veamos las respuestas:



Aunque las respuestas del cuestionario en papel estuvieron parejas entre elegir ponerse una playera de un cantante o músico y de un equipo deportivo, estos dos factores predominaron entre lo que respondieron los jóvenes.

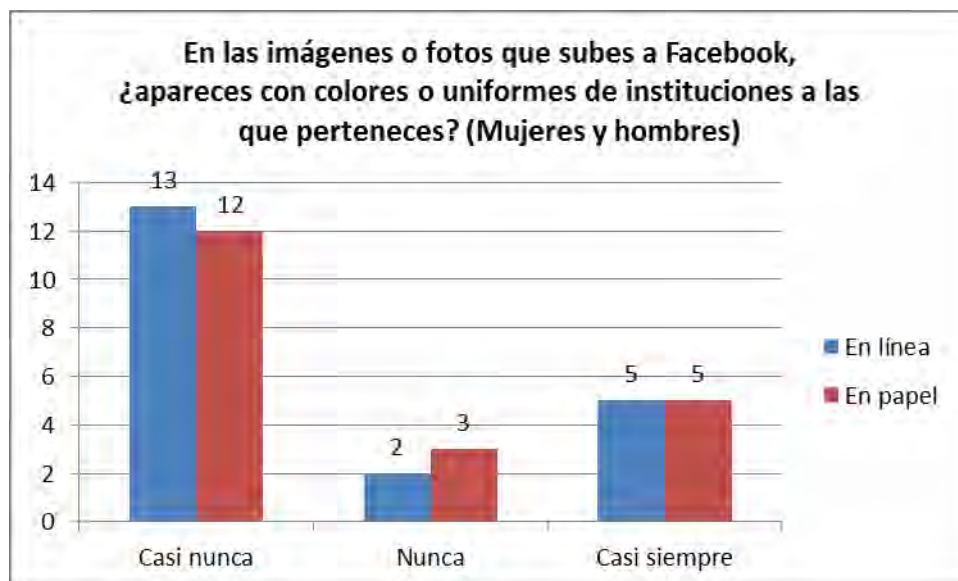
Con lo anterior podemos ver que para los jóvenes incluso la ropa y el tipo de ropa que prefieren utilizar representa también el pertenecer o no a un cierto grupo y esto se refleja también en su interacción a través de las redes sociales en general, y de Facebook en particular.

Colores y uniformes

Al preguntarles a los jóvenes si en las fotos o imágenes que suben a Facebook aparecen con colores o uniformes de las instituciones a las que pertenecen, como la escuela, el trabajo, el club deportivo o social, resulta interesante que la mayoría de ellos en los dos cuestionarios respondieron que nunca o casi nunca sucede así. Lo interesante del dato es que hay que recordar que todos ellos son estudiantes del nivel medio superior, por lo tanto sería hasta cierto punto lógico que en algunas fotografías aparecieran con el uniforme escolar por lo menos, en caso de que no aparezcan con los colores o el uniforme de alguna otra institución.

La escuela es uno de los principales lugares comunes de convivencia e interacción cotidiana para los jóvenes. Sin embargo, con las respuestas que encontramos en ambos cuestionarios,

parece ser que ellos tienen la percepción de que Facebook es para otra cosa, diferente de lo que tenga que ver con su institución educativa. A continuación se presenta la gráfica con los datos al respecto:



Fotografías en general

A través de la observación directa de las páginas personales de los jóvenes en Facebook (etnografía virtual), nos podemos percatar de la gran abundancia en el número de fotografías e imágenes que intercambian. Una de las posibles razones para ello es que se pueden “subir” de forma gratuita.

En primera instancia, esas imágenes se pueden interpretar como representaciones de un cierto estatus social o económico; por ejemplo, las fotos de viajes realizados por los usuarios y que agregan a su perfil, muro o biografía.

Una idea importante que suscita el intercambio de fotos en Facebook es que muchos usuarios encuentran uno de los principales atractivos de esta red social en la práctica de ver fotografías de sus contactos, lo que nos habla también del papel tan preponderante que tiene el aspecto visual en las interacciones que se dan en este espacio virtual.

Otro factor por el que se puede inferir que las imágenes funcionan como un elemento en la conformación y reforzamiento de identidades en los jóvenes usuarios del Facebook, es que a través de ellas se “presentan” ante sus contactos “como mejor les parece”. Es decir, los usuarios lógicamente “suben” imágenes que les favorecen en cuanto a su apariencia física o a la actividad que están realizando en las mismas. En este sentido, se pueden observar actitudes incluso exhibicionistas, en menor o mayor grado, por parte de algunos de los usuarios.

Como vimos en el apartado relacionado con la fotografía principal del perfil en Facebook, la mayoría de los jóvenes deciden subir fotos por el simple hecho de que “les gustan” o los hacen lucir bien. Sin embargo, también nos dimos a la tarea de preguntarles las razones por las que no subirían determinadas fotos a Facebook y estas fueron las respuestas:



Como podemos ver en la gráfica, además del gusto como razón principal para “subir” o no determinada fotografía en Facebook, existen algunas respuestas de los jóvenes que nos dan cuenta de cierto grado de preocupación por proteger su privacidad. Mencionan entre las razones para no compartir ciertas fotos, el hecho de que “hay cosas muy privadas...”, o que “...hay fotos que son muy personales o íntimas”. Preocupación que resulta un tanto contradictoria, ya que el hecho de interactuar en una red social presupone que vamos a hacer públicos ciertos aspectos de nuestra vida y nuestra persona.

Aparte del gusto y la privacidad, es importante señalar que también hubo respuestas de los jóvenes relacionadas con la seguridad, ya que, para algunos de ellos el subir determinadas fotos puede ser peligroso o poner en riesgo su integridad o la de su familia.

Los resultados que obtuvimos con la presente investigación nos aportan el dato del lugar tan importante que ocupa el intercambio de fotografías e imágenes en la interacción que se realiza en Facebook.

Más allá de lo que encontramos con nuestros jóvenes preparatorianos, de acuerdo con los datos oficiales, “Facebook tiene: 60 mil millones de fotos; cada día se suben entre 2 y 3 terabytes de fotos (aproximadamente 2,000/3,000 gigabytes); maneja 25 terabytes de datos por día; más de 550 mil visitas de fotos por segundo durante momentos pico de actividad” (Faerman, 2011: 76).

4.4 ¿Qué nos dicen las acciones de los jóvenes en Facebook?

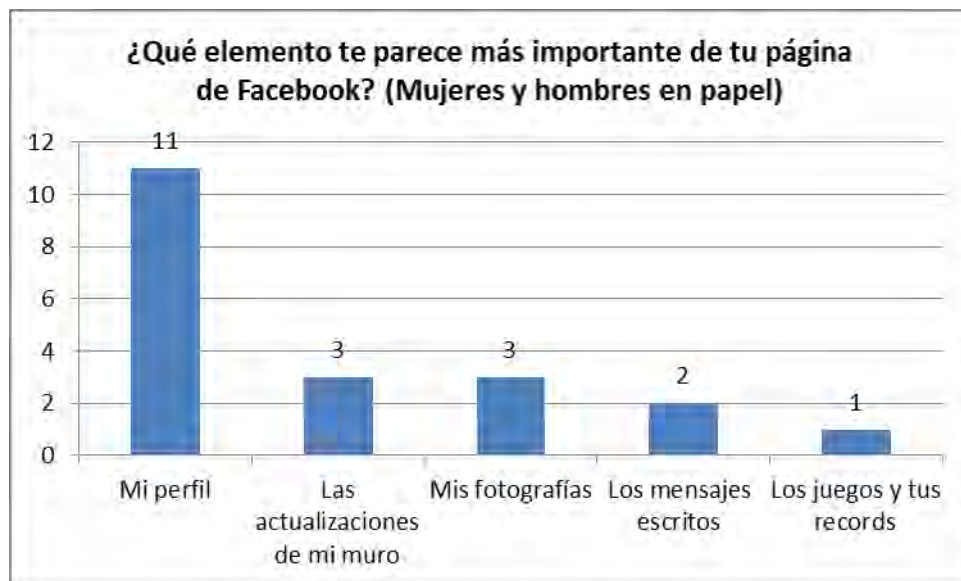
Presentarse

Los usuarios de Facebook se presentan ante los demás contactos o amigos a través de su perfil, que es una especie de portada donde se muestra en la parte superior izquierda la fotografía principal del perfil del usuario. Más abajo aparecen los datos con que se haya registrado la persona, como son: lugar de trabajo, escuela, lugar donde vive, ciudad. Aparece también la palabra “información” y si se da un click sobre ella se despliega una pantalla más detallada con los datos complementarios que haya registrado el usuario en cuestión. Estos datos pueden ser: la edad, fecha de nacimiento, el sexo, los idiomas que habla, las creencias religiosas, la ideología política, números telefónicos, dirección, citas favoritas y la formación y empleo.

A continuación aparecen en dos columnas las actividades o historias recientes en las que haya interactuado el usuario y conforme se baje la pantalla, van apareciendo publicaciones y actividades más antiguas. A ésta última parte es a lo que se le conoce como “muro”, aunque

actualmente el diseño de Facebook ha tenido actualizaciones y se le ha dado en llamar “biografía”.

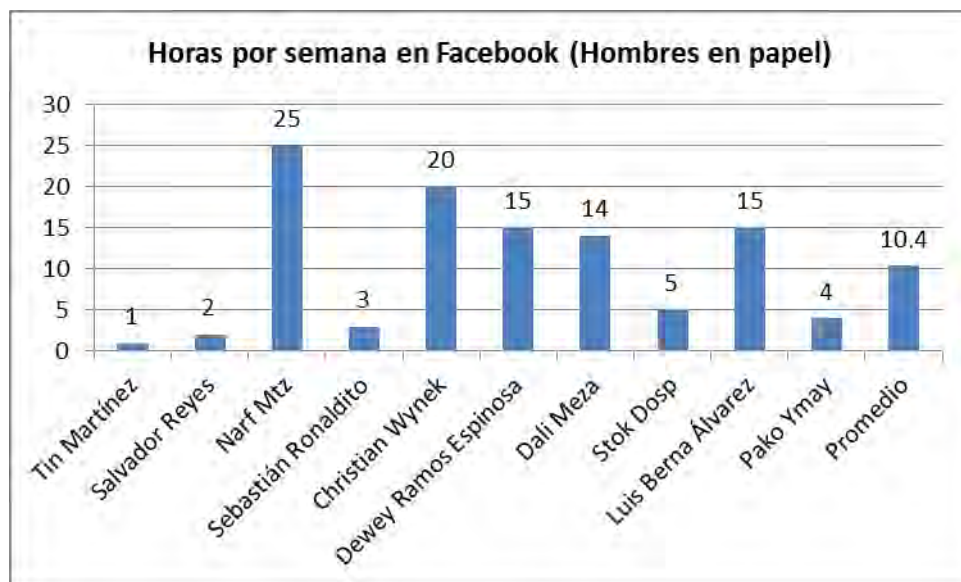
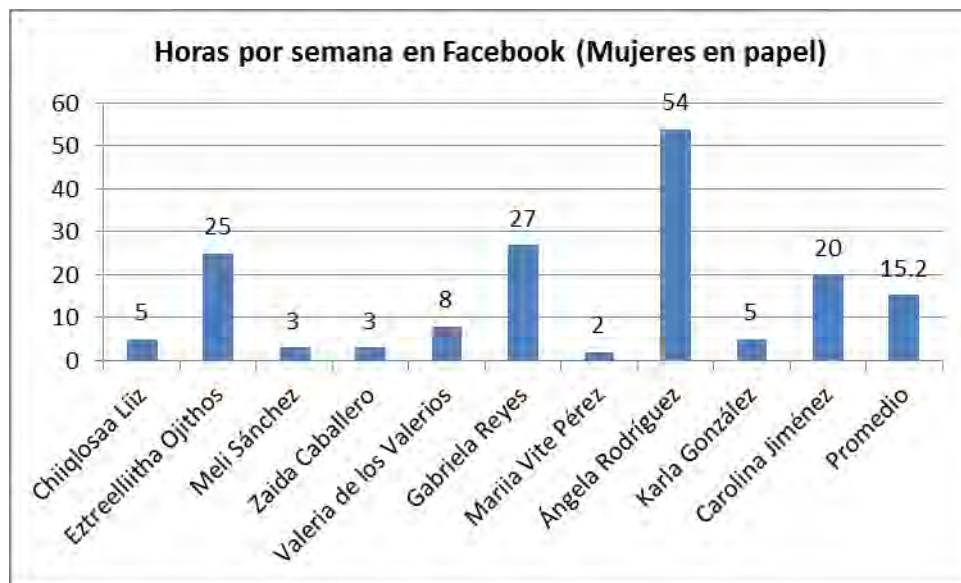
Para los jóvenes usuarios la forma en que se presentan ante sus “amigos” o contactos es muy importante o por lo menos eso es lo que encontramos en los resultados cuando se les preguntó acerca del elemento más importante para ellos de su página de Facebook, veamos:



Algo que resulta muy interesante para el análisis es que los datos que registran al darse de alta en la red social –y que además pueden cambiar cuando así lo deseen–, pueden ser verdaderos o falsos. Es decir, no están obligados a registrarse con datos reales, lo que muchas veces hace que se presenten ante los demás más bien como les gustaría ser, que no como son en realidad. Este es un factor muy importante para el tema que aquí nos ocupa, ya que los usuarios de la red social tienen la posibilidad de “construirse” o fabricarse una identidad ideal.

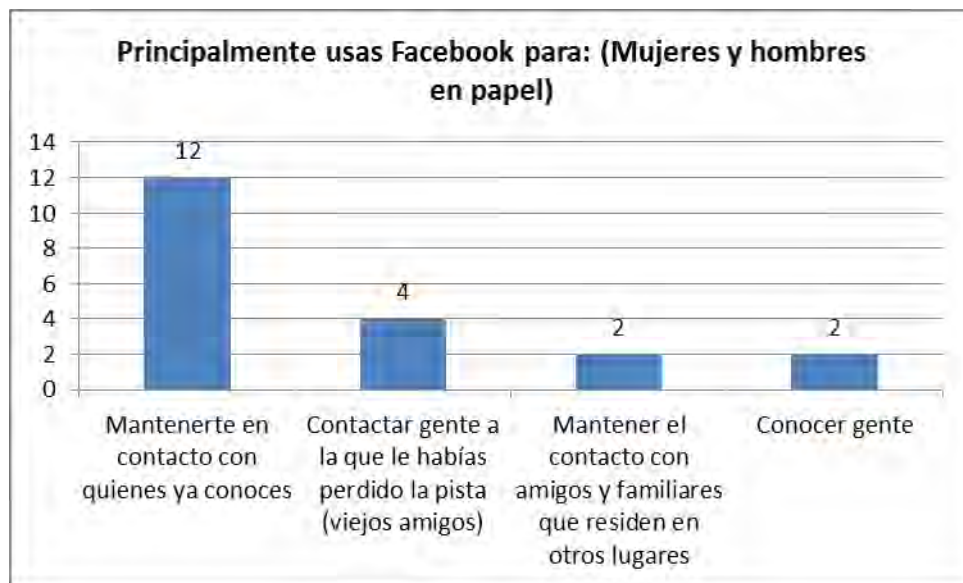
Interactuar

Los jóvenes se conectan a Internet e ingresan a su página de Facebook muy frecuentemente, ya sea a través de su computadora en casa, de un café internet o con ayuda de dispositivos móviles. El tiempo que se conectan a la semana a esta red social lo podemos apreciar en las siguientes gráficas:

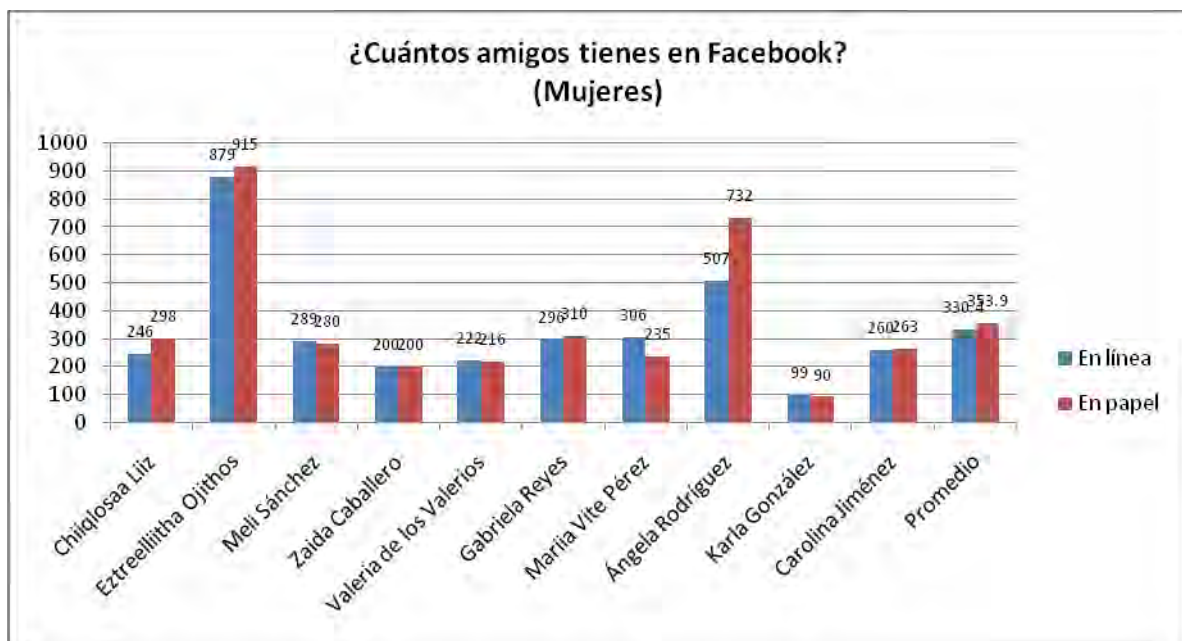


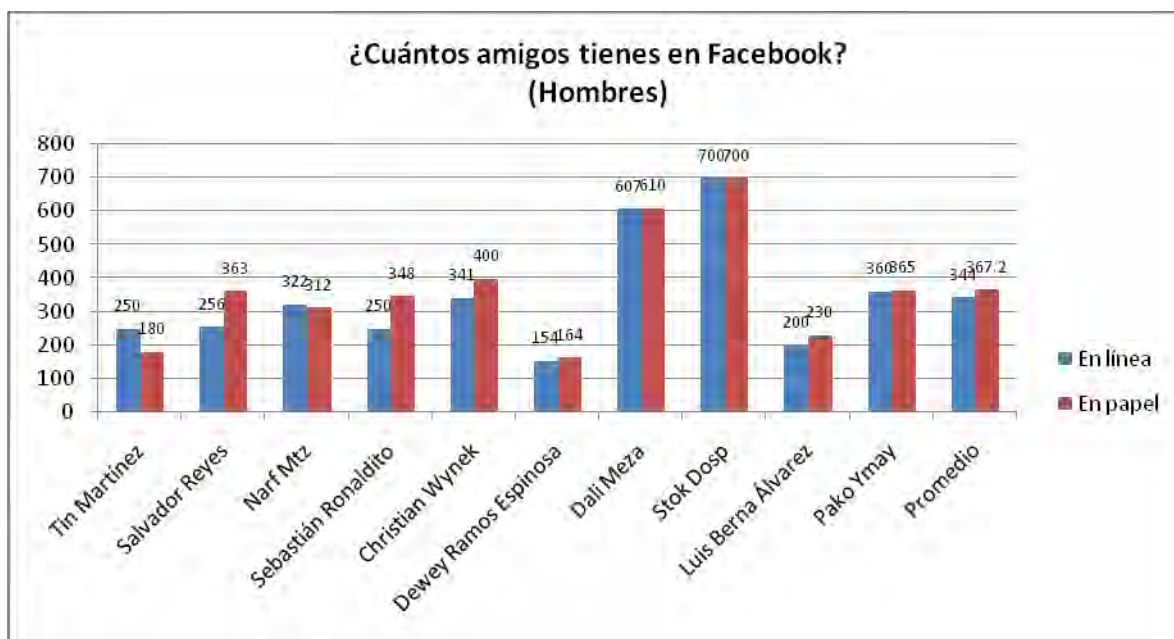
Como podemos observar, el promedio de horas por semana conectados en Facebook es de 15.2 para las mujeres y de 10.4 en el caso de los hombres.

Por otro lado, los jóvenes manifiestan que usan esta red social principalmente para mantenerse en contacto con personas que ya conocen, como podemos constatar en sus propias respuestas.



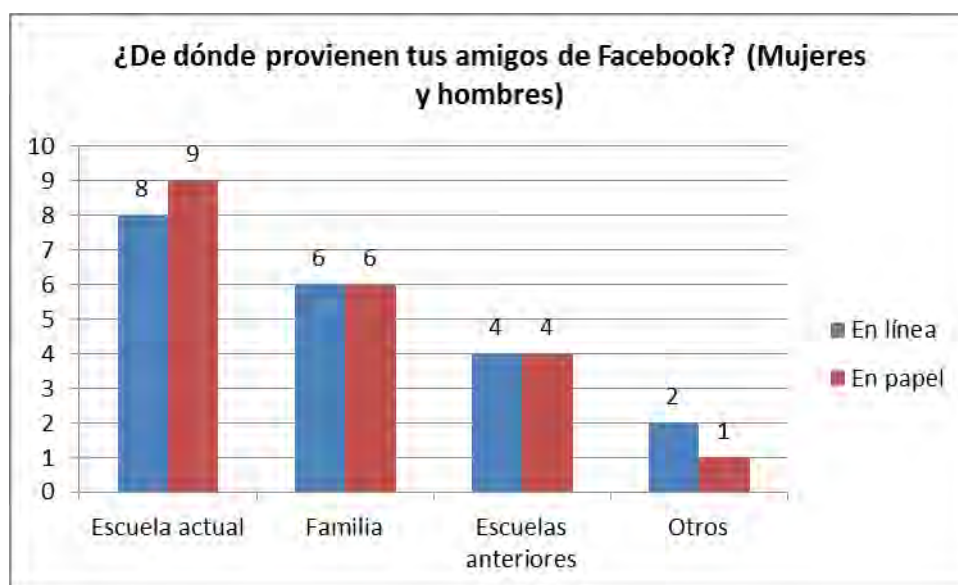
En lo que respecta al número de amigos o contactos en Facebook, nos respondieron así:





Las gráficas nos muestran lo que nos contestaron los veinte chicos, tanto en el cuestionario aplicado en línea, como en el de soporte en papel. Salvo algunos casos, no existen diferencias notables entre el número de amigos en ambas respuestas, lo que sí llama la atención es que en promedio los hombres dicen tener más amigos en Facebook que las mujeres.

Acerca de la procedencia de esos amigos o contactos, encontramos lo siguiente:

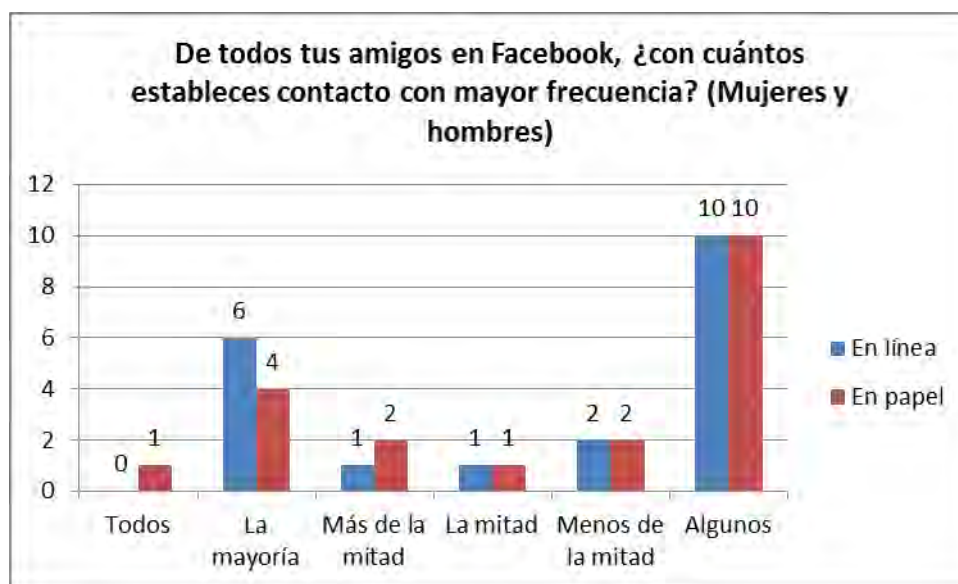


Resulta interesante observar los datos que nos presenta esta gráfica, ya que los amigos de los jóvenes en Facebook provienen principalmente de su escuela actual, de su familia y de escuelas anteriores.

Es importante señalar la importancia de la escuela como espacio donde los jóvenes comparten experiencias y una buena parte de su vida cotidiana, ya que los resultados la ubican como la principal fuente de procedencia de sus amigos o contactos. En este sentido, se confirma lo que nos dice Rosalía Winocur (2006:553):

“Aunque los jóvenes sean asiduos participantes de las redes y comunidades virtuales, no lo hacen al margen de las instituciones donde se organiza su vida cotidiana, sino precisamente desde esos lugares; no se trata de una experiencia paralela..., sino de una experiencia resignificada por otras formas de socialización y por el uso de otras tecnologías mediáticas”.

Otro aspecto no menos interesante que tiene que ver con los amigos en Facebook nos lo ofrecen los siguientes datos:



La mitad de los jóvenes aceptan que de todos los amigos que tienen en Facebook, solamente establecen contacto frecuente con algunos de ellos. Estos resultados coinciden con lo que dice en su texto Juan Faerman (2011:115):

“Uno más de los placeres que ofrece una red social es entrar en contacto con gente desconocida para ampliar nuestro espectro social. Eso explica el hecho de que muchos usuarios ‘busquen amigos’ y acepten como tales a muchas personas que en realidad no conocen, aunque después la mayoría de la interacción en la red se realice con unas cuantas”.

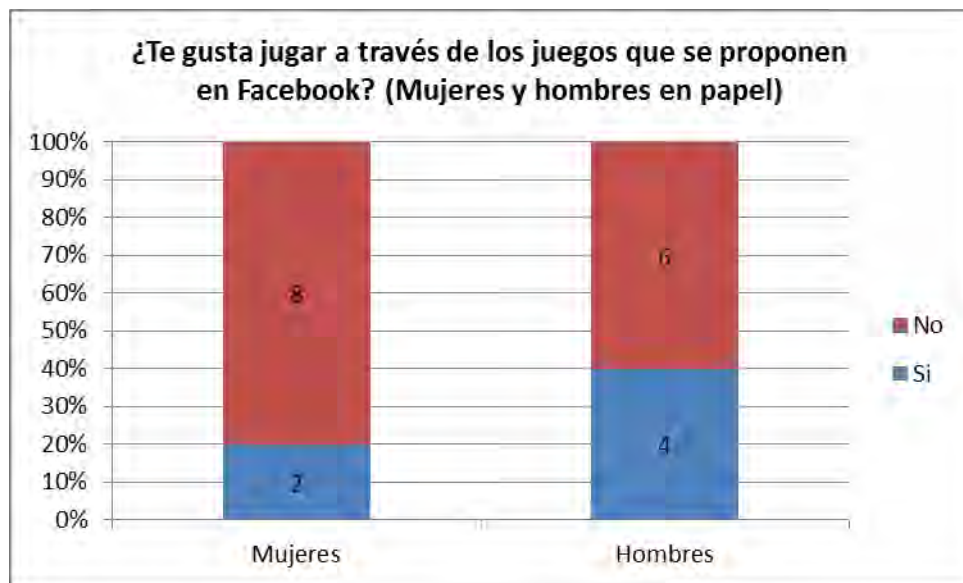
Por otro lado, fue interesante preguntar a los jóvenes acerca del comparativo entre amigos en Facebook y en la vida “real”, a lo cual respondieron así:



En este caso fue muy notable la diferencia entre las respuestas de las mujeres y los hombres, ya que ellas dijeron tener menos amigos en la vida real que en Facebook y en las respuestas de ellos predominó la idea de tener el mismo número de amigos, tanto en el mundo real, como en el virtual.

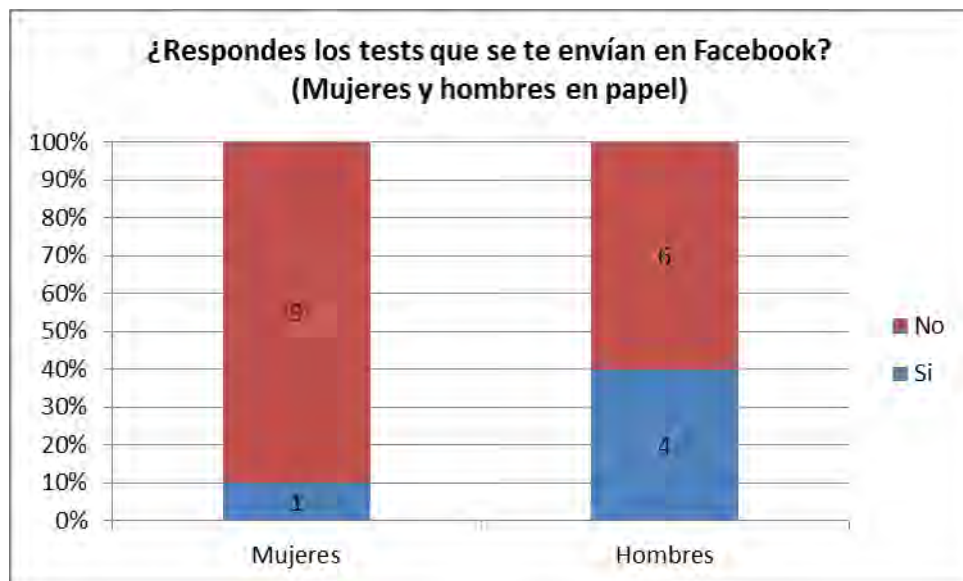
Jugar

En Facebook también se puede jugar. Sin embargo, solamente seis de los jóvenes cuestionados (dos mujeres y cuatro hombres), contestaron afirmativamente cuando se les preguntó si les gustaba realizar este tipo de prácticas. Los juegos que mencionaron entre sus preferidos son: Haboo, Angry Birds, City Ville, Mario Bross, Guitar Flash, Galaxy Life, Empires and Allies e Indiana Jones. De los seis jóvenes, solamente uno manifestó que le gusta dar a conocer los records obtenidos en esos juegos a sus contactos de Facebook.



Contestar tests

Algo similar a lo ocurrido con los juegos encontramos con los tests, ya que solamente cinco de los jóvenes (una mujer y cuatro hombres), respondieron que sí atienden y contestan los que les son enviados a través de Facebook. Entre los temas favoritos para contestar un test, están: los de amor, de fotografías, deportivos y musicales.



Hacer regalos virtuales

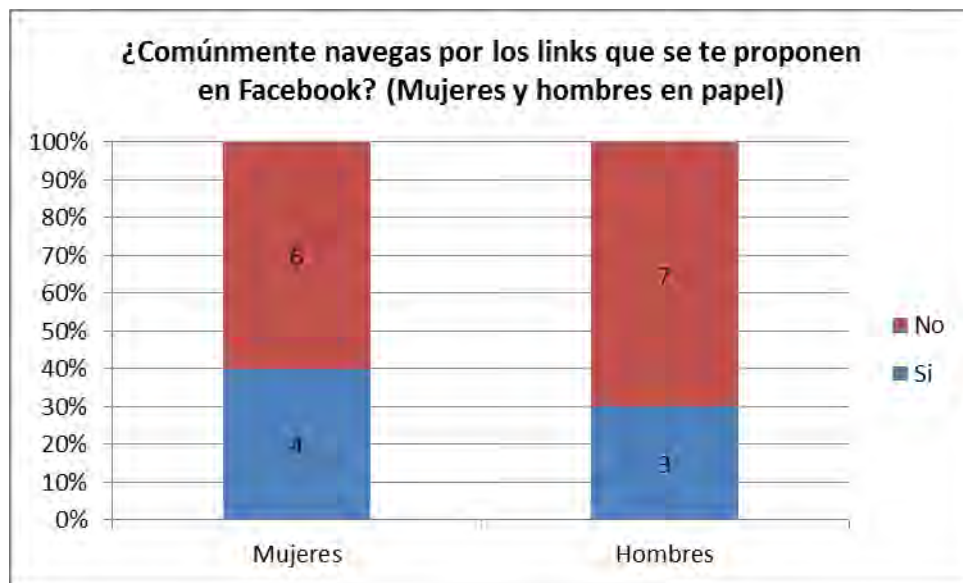
Acerca de la práctica de hacer o recibir regalos virtuales, lo que encontramos fue que solamente cuatro de los veinte jóvenes (dos mujeres y dos hombres), respondieron

afirmativamente cuando se les preguntó si les gustaba esta práctica. De acuerdo con las respuestas, los regalos virtuales que les gusta hacer a través de Facebook son: tarjetas, corazones, imágenes, cajas de regalos y caras chistosas.



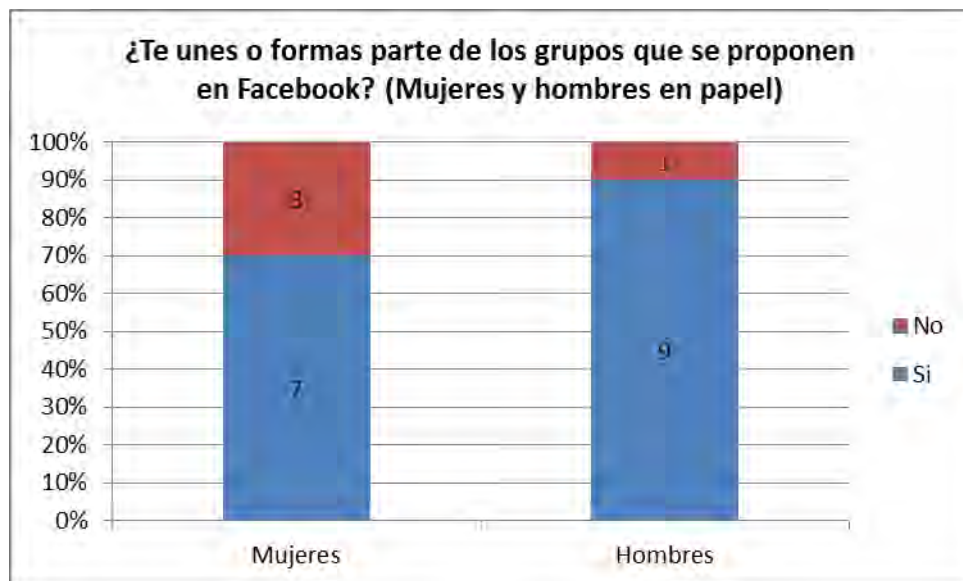
Mostrar sus rutas de navegación

Acerca de los links, enlaces o ligas que se sugieren en Facebook, hubo siete afirmaciones cuando se les preguntó a los jóvenes si los atendían y “navegaban” por ellos (cuatro mujeres y tres hombres). Recordemos que una de las características de Internet es precisamente la posibilidad de “saltar” entre los contenidos de diferentes páginas y explorar varias de ellas sin que exista una aparente jerarquía o secuencia en cuanto al contenido, ya que esto va a depender de los intereses de los usuarios. Entre los enlaces favoritos de los jóvenes encontramos los relacionados con música y videos, como “YouTube” y también “Twitter”.



Unirse a grupos

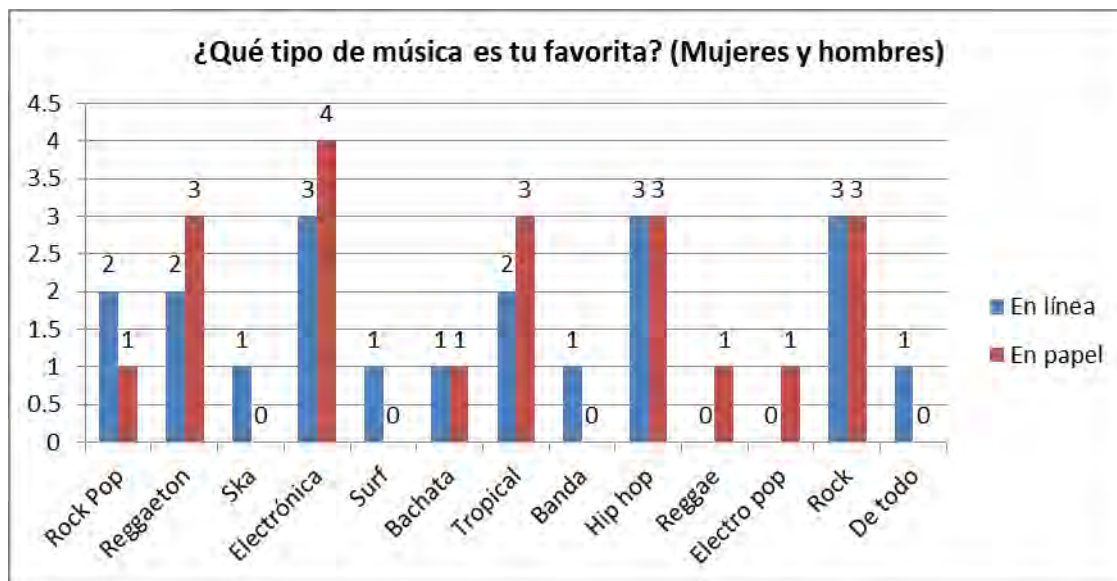
Es frecuente entre los jóvenes unirse a diferentes grupos en Facebook con la finalidad de compartir información, conocimientos, puntos de vista o como simple entretenimiento. Entre los grupos a los que más se unen encontramos los relacionados con la escuela, con amigos y aquellos que tienen que ver con sus gustos musicales.



Construir o reforzar su identidad a través de sus gustos

Preferencias musicales

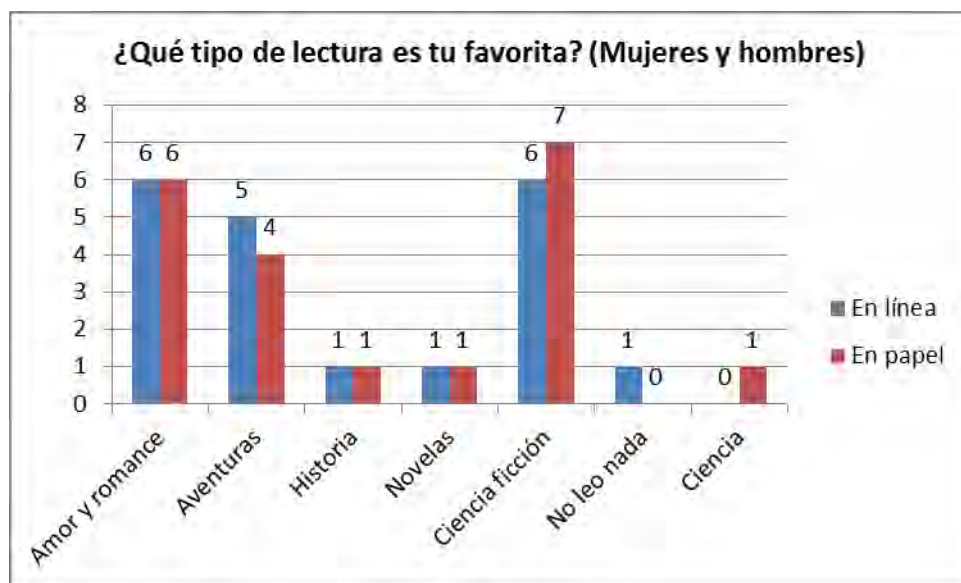
Uno de los principales gustos que los jóvenes comparten con su grupo de amigos es el tipo de música que escuchan. De acuerdo con sus respuestas, las preferencias musicales de los jóvenes se inclinan hacia la música electrónica, el hip hop y el rock.



Las preferencias hacia otros diferentes géneros se distribuyeron de manera más o menos equitativa. Aunque con una diferencia mínima, pero en las respuestas del cuestionario en papel los jóvenes se sintieron un poco más en confianza para elegir al reggaetón, a la música electrónica y a la música tropical entre sus preferencias. Observamos en este segundo cuestionario una mayor libertad para elegir sus respuestas, sin el temor o la pena de que los demás las vieran, o sin dejarse llevar por el decir colectivo.

Preferencias literarias

Con mínimas variaciones entre las respuestas en línea y en papel, los jóvenes inclinan sus preferencias literarias hacia los textos de ciencia ficción, de amor y romance y de aventuras, como nos lo muestra la siguiente gráfica:



Este primer cuestionamiento fue complementado con una pregunta más en el cuestionario en papel, en el sentido de que los jóvenes mencionaran cuál o cuáles son los títulos de sus libros favoritos y aquí encontramos algunos datos curiosos.

Por ejemplo, uno de los jóvenes eligió a la ciencia ficción como su lectura favorita y al contestar la siguiente pregunta acerca de su libro favorito indicó la obra de “Macario”, de Juan Rulfo.

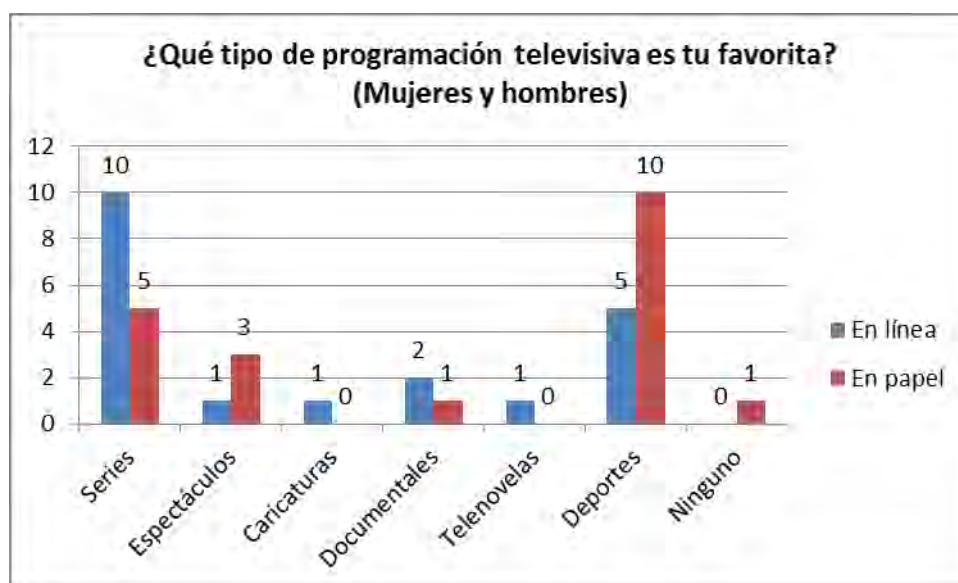
Lógicamente es imposible saber si los jóvenes que participaron en esta investigación realmente leen; además de que somos conscientes del bajo nivel de lectura generalizado en nuestro país. Sin embargo, el ver algunas de sus respuestas nos ofrece pistas al respecto.

Por ejemplo, al solicitarles los títulos de sus libros favoritos encontramos lo siguiente: “de terror o amor”, “de aventura”, “de Hitler” (respuestas ambiguas, si se toma en cuenta que se están preguntando títulos en específico). Dos jóvenes mencionan el título “Las batallas en el desierto”, de José Emilio Pacheco (que es una de las lecturas obligadas de la escuela). Además de que encontramos respuestas todavía más determinantes, como son: “la verdad no le tomo un favoritismo a los libros” o simplemente “ninguno en especial”, que se repite con alguna variación en tres casos.

A fin de cuentas, para el tema que aquí nos ocupa, estos ejemplos nos son de gran ayuda, ya que para los jóvenes el hecho de decir que leen algo y qué leen, más allá de que pueda ser cierto o no, sin duda es un referente o un elemento más en la conformación o reforzamiento de su identidad y esto es para nosotros lo más valioso.

Preferencias televisivas

En cuanto a las preferencias televisivas sobresale la predilección por las series, los deportes y en menor medida por los espectáculos; aunque llama mucho la atención el que se haya mencionado a los documentales como programación favorita en tres de las respuestas de los jóvenes. Veamos:



Finalmente, observamos que en las respuestas en papel es notorio el ascenso que tuvieron los deportes, así como los espectáculos, dos casos en que los jóvenes seguramente se sintieron con mayor confianza para mencionar entre sus programas favoritos de televisión al contestar de manera individual, en contraste con las respuestas en línea en el grupo de Facebook, creado para tal fin.

“Inevitablemente, la historia que pretendemos contar aquí es incompleta, o más bien tendrá un final abierto, como ocurre con todos los reportes que llegan desde el campo de batalla”

(Bauman, 2007. Vida de consumo. FCE. Buenos Aires.

Citado en: Racioppe. Et. Al. 2008)

CONCLUSIONES

Como ocurre en el estudio de varios temas, hablar de conclusiones resulta difícil. Podemos hablar de los alcances, de lo logrado con este trabajo, pero a sabiendas de que éste, como muchos otros, es un tema inacabado.

Esta dificultad resulta más marcada si el tema tiene que ver con cuestiones tecnológicas, ya que es un campo que avanza con tanta celeridad, que en el momento mismo en que se escriben los hallazgos, los cambios se van sucediendo de manera constante, interminable.

Es importante tomar en cuenta tales consideraciones, aunque para efectos de esta investigación, no formen parte de lo más esencial, ya que este no fue un estudio del medio (Internet o redes sociales), sino más bien de lo que sucede en ese medio (la red social Facebook) y del tipo de interacciones que está propiciando en los jóvenes usuarios.

Los avances tecnológicos han sucedido y suceden de manera vertiginosa, lo cual ha creado nuevas formas de producir, almacenar y distribuir la información. Pero estas nuevas formas provocadas por la tecnología no solamente son restrictivas al aspecto informacional, sino que también se extienden a la interacción cotidiana que se da entre las personas.

Por un lado, es cierto que el uso de la tecnología ha sido la causa de que estemos viviendo un “empequeñecimiento del mundo”, por llamarlo de algún modo. Sin embargo, por otra parte, también podemos observar que en el mundo actual (sobre todo en zonas urbanas), la aceleración de la vida en general sigue en aumento, las actividades diarias de las personas son muchas y muy variadas y el tiempo se convierte en un bien cada vez máspreciado.

Por lo tanto, el uso de la tecnología en general ha favorecido el ahorro de ese bien, cada vez más valorado, en que se ha convertido el tiempo. Y en particular, el uso de las redes sociales de Internet, facilita la interacción entre las personas, cuando las distancias o el tiempo en el mundo físico moderno se empeñan en dificultarla.

De acuerdo a lo que se investigó en el presente trabajo, los usuarios de las redes sociales en Internet (en este caso Facebook), han aprovechado este recurso para potenciar su interacción con sus semejantes. Un punto importante al que se ha llegado es que estas redes sociales son las depositarias en que los usuarios vierten una buena parte de sus interacciones cotidianas. Las redes sociales no son el origen de la interacción, sino que las personas trasladan a ellas sus formas de interacción tradicionales, aunque con las particularidades inherentes al propio medio.

Como vimos, esta investigación estuvo enfocada en el estudio de las diferentes modalidades discursivas en que se lleva a cabo la interacción entre jóvenes de entre 15 y 17 años. Y las preguntas principales fueron que si esas formas de interacción discursiva representaban para los jóvenes una nueva modalidad en la construcción o en el reforzamiento de su propia identidad; y qué tanto eran conscientes de esto los jóvenes usuarios.

Esas formas de interacción discursiva están representadas sobre todo por el intercambio de fotografías e imágenes y de mensajes escritos y se complementan con algunos otros elementos como los apodos o nicknames, los juegos en línea, los tests, los links o enlaces, los regalos virtuales, los grupos, el uso e intercambio de objetos y símbolos, el compartir sus gustos y preferencias y otras actividades que se mencionaron en el desarrollo de este trabajo. Y en cuanto a la conformación y el reforzamiento de la identidad a través de estos factores, se observó que el espacio virtual de las redes sociales es un “caldo de cultivo” muy interesante para estudiar este fenómeno.

Encontramos que entre los diferentes usos que se les da a las redes sociales, predomina sobre todo el aspecto interaccional entre los usuarios y esas redes sociales se convierten en el espacio ideal para proyectar la imagen que más convenga a los intereses del usuario, de

acuerdo con la persona con quien se esté llevando a cabo el contacto o la interacción y dependiendo de la constante construcción de sentido que va propiciando el discurso.

Observamos que muchas veces, aún sin tener conciencia de ello, los jóvenes usuarios de Facebook conforman o refuerzan su identidad a partir de elementos prefabricados por la misma plataforma tecnológica, ya que utilizan las herramientas que la propia red social pone a su disposición para llevar a cabo diversos tipos de interacciones con sus “amigos virtuales” o contactos.

Por un lado, los jóvenes se apropian de identidades prefabricadas. No obstante, ello también contribuye para que “construyan” de alguna forma una identidad “ideal”. Aquí adquiere gran relevancia la aportación de Erving Goffman, quien nos dice que en las interacciones cotidianas las personas “representamos ciertos papeles”, el autor compara la interacción cotidiana con nuestros semejantes con una representación teatral.

En cuanto a la forma en que los jóvenes producen los mensajes escritos en Facebook, sobre todo a través del muro y del chat, podemos concluir que existen diferentes posturas:

- Primeramente, este tipo de escritura se puede interpretar como una forma de expresión con una gran creatividad.
- También esta recodificación del lenguaje es vista como un acercamiento a la lengua oral.
- Además, esta forma de escribir ha propiciado preocupación, tanto que, se cree que es necesario introducir cierta normativa en este tipo de “lenguaje”.
- Por último, existe la visión de que esta forma de escribir puede provocar una brecha generacional entre quienes la practican y la entienden y entre quienes no (Íñigo, Agosto 2010:35-38).

En este caso, llegamos a la conclusión de que el propio medio de alguna manera condiciona la forma en que se escriben los mensajes, ya sea por economía del lenguaje, por cuestión del tiempo en que se lleva a cabo la interacción o por lo estrecho del espacio para escribir.

Siempre y cuando el mensaje cumpla con su función comunicativa no hay mucho que agregar al respecto.

La cuestión es que los jóvenes no confundan el contexto en que están interactuando, o que no mezclen esta forma de escribir, propia ya de Internet y de las redes sociales, en otros escenarios de su vida. Sin embargo, investigar si solamente utilizan este tipo de escritura para los espacios virtuales señalados o si mezclan los contextos en que se comunican, ya sería un tema para una investigación posterior.

El estudio de un tema relacionado con la tecnología también nos aporta el conocimiento de que las personas, en un principio, ceden ante las tecnologías, tienen que alfabetizarse en su uso, exploran e incluso juegan con ellas. Después las apropian; es decir, las utilizan no en el estricto sentido para el que fueron hechas o pensadas, sino que las adecúan o moldean a sus necesidades, gustos y preferencias. El resultado de este proceso son tecnologías de usos múltiples, de acuerdo con los intereses y los sentidos que los usuarios les confieran.

En principio, las plataformas tecnológicas ponen a disposición de los usuarios una serie de recursos ya establecidos para su uso, pero son ellos quienes, a través de su apropiación, van haciendo paulatinas modificaciones en la forma de utilizarlas, promoviendo con ello su evolución. En este sentido, observamos también que las empresas que proveen las tecnologías regularmente ceden y hacen los cambios necesarios para adecuarse a lo que la gente requiere de ellas.

Recordando que el objetivo general de esta investigación fue conocer, comprender y explicar cómo es que las formas de interacción discursiva que se dan en el sitio de red social Facebook, responden a la necesidad de los jóvenes de conformación y/o reforzamiento de una identidad, al terminar este estudio podemos decir que se cumple cabalmente, ya que la investigación significó para el autor un acercamiento a un tema poco recurrente (hasta hace relativamente poco tiempo) y en constante evolución. El resultado es una modesta aportación y una perspectiva específica del fenómeno en cuestión, pero que nos invita a su conocimiento y a la reflexión, a ser testigos de una pequeña porción de la historia que nos ha tocado vivir.

Y el supuesto teórico o hipótesis que se manejó fue que las formas de interacción discursiva mediadas por el sitio de red social Facebook (visual, textual, multimodal) responden a la necesidad de conformar y/o reforzar una identidad entre los jóvenes, ya que es a través de ese intercambio como los usuarios adquieren un sentimiento de pertenencia a un grupo y una serie de patrones de conducta. La hipótesis se confirma, aunque con los matices que ya se han mencionado en estas conclusiones.

Entre los principales hallazgos, tenemos que de acuerdo a la naturaleza del medio (Facebook, como red social de Internet), resulta definitivamente mucho más importante el intercambio de material visual (fotografías e imágenes); dejando en segundo orden el intercambio textual (mensajes a través del muro y del chat). Aparecen también los gustos musicales comunes y los deportes como dos factores importantes para conformar una identidad juvenil.

Resultó muy interesante observar entre los hallazgos que el medio y el espacio de comunicación influyen de manera determinante en la conformación y reforzamiento de la identidad de los jóvenes, ya que encontramos diferencias muy marcadas en cuanto a la forma de responder algunas preguntas del cuestionario en línea y a la vista de los demás y en papel, de forma individual y personalizada.

Además, otra idea interesante que rescatamos de este estudio es que, además de que los jóvenes utilizan Facebook muchas veces para abordar trivialidades, la red social sirve también para profundizar en sus relaciones interpersonales. Lo que puede resultar paradójico de las relaciones que propicia esta plataforma tecnológica es que algunas veces parece acercar a los que están lejos y alejar a los que están cerca, cuestión que tiene que ver con los hábitos de uso, como vimos en el desarrollo de esta investigación.

Otro aspecto interesante es que a pesar de que los jóvenes interactúan y socializan a partir de las instituciones a las que pertenecen, siendo la más importante en este caso la escuela y aunque parte de sus interacciones se relacionen con asuntos vinculados a ella, se llega a la conclusión de que, por otro lado, los jóvenes perciben a Facebook como un espacio

puramente interaccional, donde se cultivan sobre todo relaciones personales de amistad, románticas y sociales, y donde es importante para ellos “estar” para poder “pertenecer” o “ser parte” de un grupo determinado.

Finalmente, una conclusión importante y en la cual coincidimos con lo que nos dice Rosalía Winocur (2006:576), es que la identidad en Facebook se manifiesta como un “conjunto de prácticas y representaciones en permanente redefinición de sujetos diversos que se mueven en espacios heterogéneos. Lo que se ha modificado no es el deseo de pertenecer sino el sentido y las formas de la pertenencia”.

ANEXOS¹¹

USUARIOS MUJERES	PREGUNTAS / RESPUESTAS CUESTIONARIO CONTESTADO EN LÍNEA				
	1 ¿Cuántos amigos tienes en tu página de Facebook?	2 ¿Qué tienes en común con quienes pertenecen a tu grupo de amigos?	3 ¿De todos tus amigos en la página de Facebook, más o menos con cuántos estableces contacto con mayor frecuencia?	4 En orden decreciente de importancia (5 el más importante, y 1 el menos importante) ¿de dónde provienen tus amigos de Facebook? () Familiares () Escuela actual () Escuela(s) anterior(es) () Vecinos () Otro, ¿cuál?	5 ¿Intercambias mensajes escritos con tus amigos de Facebook? a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca
1 Chiiqlosaa Liiz, 16 años	246	que nos apoyamos mutuamente	un poco mas de la mitad	5 escuela actual / 4 escuela anterior / 3 vecinos / 2 familiares...	casi siempre
2 Eztreelliitha Ojithos, 16 años	879	que vamos en el mismo cona	con la mayoría	5 escuela actual / 4 escuela anterior / 3 vecinos / 2 familiares / 1 conocidos	Siempre
3 Meli Sánchez, 16 años	289	Que nos gustan algunas cosas en comun y que nos llevamos bien, nos entendemos	Casi todos	5 escuela actual / 4 escuela anterior / 3 vecinos / 2 familiares / 1 otros	Siempre
4 Zaida Caballero, 16 años	200	que nos gusta hacer relajó y a algunos la misma musica	casi todos	5 escuela actual / 4 amigos de escuela anterior / 3 vecinos / 2 familiares / 1 conocidos	Siempre
5 Valeria de los Valerios, 15 años	222	que nos conocemos y somos amigos	como 20	5 escuela actual / 4 familiares / 3 amigos / 2 vecinos / 1 escuela anterior	Casi nunca
6 Gabriela Reyes, 16 años	296	q a la mayoría los conocí en la escuela y otros viven por mi casa y me llevo bien con ellos	60	5 amigos / 4 escuelas anteriores / 3 Vecinos / 2 Familiares / 1 Escuela actual	a) Siempre
7 Mariia Vite Pérez, 15 años	306	a la mayoría los conozco de la secundaria y un grupo de la iglesia al que voy y pues nos gusta el mismo tipo de música a mis papas también los tengo agregados.	como a 80	5 familia / 4 escuela actual / 3 escuelas anteriores / 2 grupo de la iglesia	b) casi siempre
8 Ángela Rodríguez, 16 años	507	pues a muchos los conosco de la secundaria a otros del conalep y los demas son amigos de por donde vivo	como con 100	5 escuelas anteriores / 4 escuela actual / 3 vecinos / 2 familia / 1 pz amigos que conosco de otros lugares	casi siempre
9 Karla González, 17 años	99	confianza	con la mayoría 90	5 familiares / 4 escuela / 3 vecinos / 2 de escuelas anteriores / 1 otros	casi siempre
10 Carolina Jiménez, 16 años	Creo que 260	pues que con mis compañeras me llevo muy bien nos apoyamos mucho	como con 70	5 de un trabajo anterior / 4 escuela anterior / 3 familiares / 2 escuela actual / 1 amigos lejanos, ja.	casi siempre

¹¹ Las respuestas obtenidas en los dos cuestionarios se transcribieron textualmente, ya que para el presente estudio la forma en que los jóvenes intercambian mensajes escritos (con faltas de ortografía, entre otras características) es esencial para el análisis.

USUARIOS MUJERES	PREGUNTAS / RESPUESTAS CUESTIONARIO CONTESTADO EN LÍNEA				
	6 Si es así, lo haces principalmente a través de: a) Tu muro b) Del chat c) Utilizando ambos	7 ¿Escribes completas las palabras (sin abreviaturas) cuando te comunicas por escrito con tus amigos de Facebook? a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca	8 ¿Utilizas groserías para intercambiar mensajes escritos con tus amigos de Facebook? a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca	9 ¿Crees que es importante comunicarte igual que tus amigos (con abreviaturas, groserías o utilizando algún otro código) para pertenecer a cierto grupo de amistades? a) Si b) No c) No sé	10 ¿Utilizas alguna imagen o logotipo en especial para presentarte ante los demás en las fotos de tu perfil? a) Si, ¿qué tipo de imagen o logotipo es? b) No
1 Chiiqlosaa Liiz, 16 años	ambos!!	casii nunca	nunca!!	NO	No
2 Eztreelliitha Ojithos, 16 años	ambos	casi siempre	nunca	No	No
3 Meli Sánchez, 16 años	Los dos	Casi siempre	A veces	No	no ninguno
4 Zaida Caballero, 16 años	ambos	Casi siempre	nunca	nool!!!!!!!!!!!!	No
5 Valeria de los Valerios, 15 años	mi muro	Casi siempre	nunca	No	No
6 Gabriela Reyes, 16 años	c) Utilizando ambos	Casi Siempre	c) Casi nunca	b) No	b) No
7 Mariia Vite Pérez, 15 años	utilizo ambos	casi siempre	nunca	no	No
8 Ángela Rodríguez, 16 años	utilizando ambos	casi siempre	Nunca	No	No
9 Karla González, 17 años	ambos	casi siempre	nunca	no	No
10 Carolina Jiménez, 16 años	ambos	casi siempre	nunca	no	No

USUARIOS MUJERES	PREGUNTAS / RESPUESTAS CUESTIONARIO CONTESTADO EN LÍNEA				
	11 ¿Utilizas la imagen de alguna bandera o emblema para presentarte ante los demás en las fotos de tu perfil? a) Si, ¿qué tipo de bandera o emblema es? b) No	12 ¿Utilizas la imagen de algún escudo para presentarte ante los demás en las fotos de tu perfil? a) Si, ¿qué tipo de escudo es? b) No	13 ¿Qué elementos decorativos utilizas para tu perfil personal de Facebook? a) Colores llamativos b) Fotografías c) Postales d) Otros, ¿cuáles?	14 Si te dieran a escoger entre diferentes playeras o camisetas representativas de "algo", ¿cuál te pondrías? a) La de un equipo deportivo b) La de un cantante o músico c) Otra, ¿cuál?	15 En las imágenes o fotos que subes a Facebook, ¿apareces con colores o uniformes de instituciones a las que perteneces? (Por ejemplo: tu escuela, tu trabajo o un club deportivo o social, etc.). a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca
1 Chiiqlosaa Liiz, 16 años	no	no	fothos	laa de un cantantee	casi nunca
2 Eztreelliitha Ojithos, 16 años	No	No	fotos	La de un cantante o músico	casi siempre
3 Meli Sánchez, 16 años	No	No	Fotos	Cantante o musico	Casi nunca
4 Zaida Caballero, 16 años	no	no	fotos	La de un cantante o músico	casi siempre
5 Valeria de los Valerios, 15 años	no	no	fotografías	La de un cantante o músico	Casi nunca
6 Gabriela Reyes, 16 años	b) No	b) No	b) Fotografías	a) La de un equipo deportivo	c) Casi nunca
7 Mariia Vite Pérez, 15 años	no	si la de mafalda	fotografías pero tambien las frases q pongo	mmmmm lade un grupo musical y la de una caricatura la que sea	casi siempre
8 Ángela Rodríguez, 16 años	No	No	fotografías	la de un cantante	casi nunca
9 Karla González, 17 años	no	no	fotografías	caricatura o equipos	nunca
10 Carolina Jiménez, 16 años	no	no	fotografías	la de un cantante	d) no, nunca

USUARIOS MUJERES	PREGUNTAS / RESPUESTAS CUESTIONARIO CONTESTADO EN LÍNEA				
	16 ¿Por qué eliges determinada foto para ponerla como la principal en tu perfil de Facebook?	17 ¿Por qué razones <u>no</u> subirías determinadas fotos en tu página de Facebook?	18 ¿Qué tipo de música es tu favorita? a) Hip hop b) Electrónica c) Tropical (cumbia y salsa) d) Reggaeton e) Otra, especifica cuál	19 ¿Qué tipo de lectura es tu favorita? a) Ciencia ficción b) Aventuras c) Amor y Romance d) No leo nada e) Otro, especifica cuál	20 ¿Qué tipo de programación televisiva es tu favorita? a) Deportes b) Espectáculos c) Caricaturas d) Series e) Otro tipo, especifica cuál
1 Chiiqlosaa Liiz, 16 años	porqee me gusta como se ve!!	x qee no es necesario	pop y banda	amor y romance	Espectáculos
2 Eztreelliitha Ojithos, 16 años	por que me gusta	por que no me gustan	b) Electrónica e) banda c) Tropical (salsa)	Amor y romance	Caricaturas espectáculos
3 Meli Sánchez, 16 años	Pues si a mi me gusta esta bien	Pues porque hay cosas muy privadas en mi caso no jaaa	Otra, skaaa y minimal, reggae	amor y romance	Otro tipo... documentales
4 Zaida Caballero, 16 años	por qe estoy yo con mis amigas y las quiero	por qe no me gustan	Reggaeton	c) amor y romanse	e) telenovelas
5 Valeria de los Valerios, 15 años	por que me gusta como esta o como se ve	por que no me gustan	surf	aventuras	series
6 Gabriela Reyes, 16 años	elijo la que me hace lucir mejor	cuando no sean de mi agrado o me hagan ver mal	bachata	libros sobre personajes que dejaron huella en la historia	d) series
7 Mariia Vite Pérez, 15 años	porq me custa como se ve y me llama la atension o porque salgo bien en una foto	pues liop siempre subo todas ls que quiero subir y si no subo alguna es porqu me da hueba	cumbia reggaeton rok ska pop	aventuras, terror, amor y romanse	no me gusta ver la tele y cuando lo ago son series de policias
8 Ángela Rodríguez, 16 años	por que es la que le da mejor imagen a mi facebook	pz por que hay fotos que son muy personales o intimas	reggaeton	amor y romance	Series
9 Karla González, 17 años	por que me gusta	cuando no me gustan o por privacidad	banda y tropical	novela	series
10 Carolina Jiménez, 16 años	por que es de mi artista favorita y me gusta como se ve	no me gusta tomarme fotos ni mucho menos que las demás personas las vieran	pop rock electronica mas o menos y ya	Aventuras	yo veo las series o las caricaturas

USUARIOS MUJERES	PREGUNTAS / RESPUESTAS CUESTIONARIO CONTESTADO EN PAPEL				
	1 ¿Cuántos amigos tienes en tu página de Facebook?	2 ¿Qué tienes en común con quienes pertenecen a tu grupo de amigos?	3 ¿De todos tus amigos en la página de Facebook, más o menos con cuántos estableces contacto con mayor frecuencia?	4 En orden decreciente de importancia (5 el más importante, y 1 el menos importante) ¿de dónde provienen tus amigos de Facebook? () Familiares () Escuela actual () Escuela(s) anterior(es) () Vecinos () Otro, ¿cuál?	5 ¿Intercambias mensajes escritos con tus amigos de Facebook? a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca
1 Chiiqlosaa Liiz, 16 años	298 mas o menos	Que nos llevamos muy bien y queremos tener comunicación	Como 50	5 Escuela actual / 4 Escuelas anteriores / 3 Familiares / 2 Vecinos / 1 Otros	a) Siempre
2 Eztreelliitha Ojithos, 16 años	915	Que nos gusta la misma música, colores, actividades, etc.	Aproximadamente como con 100 amigos	5 Escuela actual / 4 Escuelas anteriores / 3 Familiares / 2 Vecinos / 1 Otros: conocidos	a) Siempre
3 Meli Sánchez, 16 años	280	Que hemos estado en la misma escuela	Con la mitad	5 Escuelas anteriores / 4 Otro: desconocidos / 3 Escuela actual / 2 Familiares / 1 Vecinos	a) Siempre
4 Zaida Caballero, 16 años	200 amigos	Que nos gusta casi lo mismo	Con cinco	5 Escuela actual / 4 Escuelas anteriores / 3 Vecinos / 2 Otros: los que conoci por medio del Facebook / 1 Familiares	a) Siempre
5 Valeria de los Valerios, 15 años	216	Que nos conocemos y tenemos amigos en comun	Con 50	5 Familiares / 4 Otro: amigos / 3 Escuela actual / 2 Escuelas anteriores / 1 Vecinos	b) Casi siempre
6 Gabriela Reyes, 16 años	310 amigos	Que son mis conocidos y me llevo bien con ellos	Con 200	5 Escuelas anteriores / 4 Vecinos / 3 Escuela actual / 2 Familiares / 1 Otros	a) Siempre
7 Mariia Vite Pérez, 15 años	No lo recuerdo, 235 creo	Gustos de musica, colores favoritos y religion	Pues con la mayoría, porque los otros son familia que esta lejos	5 Familiares / 4 Escuelas anteriores / 3 Escuela actual / 2 Vecinos / 1 Otros	b) Casi siempre
8 Ángela Rodríguez, 16 años	732 amigos	Que son familia y compañeros de la escuela	Como con unos 50	5 Escuelas anteriores / 4 Escuela actual / 3 Familiares / 2 Vecinos / 1 Otros	c) Casi nunca
9 Karla González, 17 años	90, solo conocidos	Que son de mi edad y muchos vamos en la misma escuela	Con los 90	5 Escuela actual / 4 Familiares / 3 Vecinos / 2 Escuelas anteriores / 1 Otros: amigos de mis amigos	a) Siempre
10 Carolina Jiménez, 16 años	Creo que 263	El llevarnos bien, apoyarnos y compartir ideas	Como con 50	5 Escuela actual / 4 Escuelas anteriores / 3 Familiares / 2 Vecinos / 1 Otros: amigos que mandan la solicitud y ni conozco.	b) Casi siempre

USUARIOS MUJERES	PREGUNTAS / RESPUESTAS CUESTIONARIO CONTESTADO EN PAPEL				
	6 Si es así, lo haces principalmente a través de: a) Tu muro b) Del chat c) Utilizando d) ambos	7 ¿Escribes completas las palabras (sin abreviaturas) cuando te comunicas por escrito con tus amigos de Facebook? a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca	8 ¿Utilizas groserías para intercambiar mensajes escritos con tus amigos de Facebook? a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca	9 ¿Crees que es importante comunicarte igual que tus amigos (con abreviaturas, groserías o utilizando algún otro código) para pertenecer a cierto grupo de amistades? a) Si b) No c) No sé	10 ¿Utilizas alguna imagen o logotipo en especial para presentarte ante los demás en las fotos de tu perfil? a) Sí, ¿qué tipo de imagen o logotipo es? b) No
1 Chiiqlosaa Liiz, 16 años	c) Utilizando ambos	c) Casi nunca	d) Nunca	b) No	a) Sí, una foto con un amigo
2 Eztreelliitha Ojithos, 16 años	c) Utilizando ambos	b) Casi siempre	d) Nunca	b) No	a) Sí, fotos mías o con amigos
3 Meli Sánchez, 16 años	c) Utilizando ambos	b) Casi siempre	b) Casi siempre	b) No	b) No
4 Zaida Caballero, 16 años	c) Utilizando ambos	b) Casi siempre	c) Casi nunca	b) No	a) Sí, una foto mía
5 Valeria de los Valerios, 15 años	c) Utilizando ambos	b) Casi siempre	c) Casi nunca	b) No	a) Sí, una foto mía
6 Gabriela Reyes, 16 años	c) Utilizando ambos	b) Casi siempre	c) Casi nunca	b) No	b) No
7 Mariia Vite Pérez, 15 años	c) Utilizando ambos	b) Casi siempre	d) Nunca	b) No	a) Sí, de Mafalda
8 Ángela Rodríguez, 16 años	b) Del chat	b) Casi siempre	c) Casi nunca	b) No	b) No
9 Karla González, 17 años	b) Del chat	c) Casi nunca	d) Nunca	b) No	a) Sí, fotos mías
10 Carolina Jiménez, 16 años	b) Del chat	b) Casi siempre	c) Casi nunca	b) No, para nada	a) Sí, una imagen de mi artista favorito

USUARIOS MUJERES	PREGUNTAS / RESPUESTAS CUESTIONARIO CONTESTADO EN PAPEL				
	11 ¿Utilizas la imagen de alguna bandera o emblema para presentarte ante los demás en las fotos de tu perfil? a) Si, ¿qué tipo de bandera o emblema es? b) No	12 ¿Utilizas la imagen de algún escudo para presentarte ante los demás en las fotos de tu perfil? a) Si, ¿qué tipo de escudo es? b) No	13 ¿Qué elementos decorativos utilizas para tu perfil personal de Facebook? a) Colores llamativos b) Fotografías c) Postales d) Otros, ¿cuáles?	14 Si te dieran a escoger entre diferentes playeras o camisetas representativas de "algo", ¿cuál te pondrías? a) La de un equipo deportivo b) La de un cantante o músico c) Otra, ¿cuál?	15 En las imágenes o fotos que subes a Facebook, ¿apareces con colores o uniformes de instituciones a las que perteneces? (Por ejemplo: tu escuela, tu trabajo o un club deportivo o social, etc.). a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca
1 Chiiqlosaa Liiz, 16 años	b) No	b) No	b) Fotografías	b) La de un cantante o músico	c) Casi nunca
2 Eztreelliitha Ojithos, 16 años	b) No	b) No	a) Colores llamativos b) Fotografías	c) Otra: de estrellas	b) Casi siempre
3 Meli Sánchez, 16 años	b) No	b) No	b) Fotografías	b) La de un cantante o músico	b) Casi siempre
4 Zaida Caballero, 16 años	b) No	b) No	b) Fotografías	c) Otra: una playera normal	b) Casi siempre
5 Valeria de los Valerios, 15 años	b) No	b) No	b) Fotografías	b) La de un cantante o músico	c) Casi nunca
6 Gabriela Reyes, 16 años	b) No	b) No	b) Fotografías	a) La de un equipo deportivo	c) Casi nunca
7 Mariia Vite Pérez, 15 años	b) No	b) No	b) Fotografías	c) Otra: sería por el color, o las dos anteriores (a y b) pero juntas	b) Casi siempre
8 Ángela Rodríguez, 16 años	b) No	b) No	b) Fotografías	b) La de un cantante o músico	c) Casi nunca
9 Karla González, 17 años	b) No	b) No	b) Fotografías	a) La de un equipo deportivo	d) Nunca
10 Carolina Jiménez, 16 años	b) No	b) No	a) Colores llamativos	a) La de un equipo deportivo	c) Casi nunca

USUARIOS MUJERES	PREGUNTAS / RESPUESTAS CUESTIONARIO CONTESTADO EN PAPEL				
	16 ¿Por qué eliges determinada foto para ponerla como la principal en tu perfil de Facebook?	17 ¿Por qué razones <u>no</u> subirías determinadas fotos en tu página de Facebook?	18 ¿Qué tipo de música es tu favorita? a) Hip hop b) Electrónica c) Tropical (cumbia y salsa) d) Reggaeton e) Otra, especifica cuál	19 ¿Qué tipo de lectura es tu favorita? a) Ciencia ficción b) Aventuras c) Amor y Romance d) No leo nada e) Otro, especifica cuál	20 ¿Qué tipo de programación televisiva es tu favorita? a) Deportes b) Espectáculos c) Caricaturas d) Series e) Otro tipo, especifica cuál
1 Chiiqlosaa Liiz, 16 años	Porque se ve bien	Porque puede causar problemas	a) Hip Hop e) Otra: banda	c) Amor y romance	Ninguno (casi no veo tele)
2 Eztreelliitha Ojithos, 16 años	Por que me gusta cómo me veo	Por que no me gusta como me veo	b) Electrónica c) Tropical (cumbia y salsa) e) Otra: banda	c) Amor y romance e) Otro: terror	b) Espectáculos c) Caricaturas
3 Meli Sánchez, 16 años	Porque me gusta	Porque son personales	e) Otra: Reggae	c) Amor y romance e) Otro: Documentales	a) Deportes e) Otro: documentales
4 Zaida Caballero, 16 años	Por que me veo bien	Por que luego acosan o pueden secuestrar a las personas	d) Reggaeton	c) Amor y romance	b) Espectáculos
5 Valeria de los Valerios, 15 años	Por que me gusta	Por que no me gustan o salgo mal	e) Otra: Helectro-pop y musica en ingles	b) Aventuras	a) Deportes
6 Gabriela Reyes, 16 años	Por que me hace lucir bien	Por que no salgo bien	e) Otra: bachata	e) Otro: Acerca del Olocausto	d) Series
7 Mariia Vite Pérez, 15 años	Porque me llama la atencion y es bonita para mi	Por el contenido, pero no suele importarme mucho	c) Tropical (cumbia y salsa) d) Reggaeton e) Otra: ska y rock	a) Ciencia ficción b) Aventuras c) Amor y romance	e) Otro: no me gusta ver la tele, pero a veces veo las series
8 Ángela Rodríguez, 16 años	Por que es en la que mejor salgo	Porque son muy personales y la gente del face es muy chismosa	d) Reggaeton	c) Amor y romance	b) Espectáculos
9 Karla González, 17 años	Pues por que es la que mas me gusta	Porque no salgo bien	e) Otra: pop, banda y reggae	e) Otro: novela y b) Aventuras	d) Series
10 Carolina Jiménez, 16 años	Por que me gusta como se ve	Porque no me gustan o porque son personales	a) Hip hop	b) Aventuras	d) Series

USUARIOS HOMBRES	PREGUNTAS / RESPUESTAS CUESTIONARIO CONTESTADO EN LÍNEA				
	1 ¿Cuántos amigos tienes en tu página de Facebook?	2 ¿Qué tienes en común con quienes pertenecen a tu grupo de amigos?	3 ¿De todos tus amigos en la página de Facebook, más o menos con cuántos estableces contacto con mayor frecuencia?	4 En orden decreciente de importancia (5 el más importante, y 1 el menos importante) ¿de dónde provienen tus amigos de Facebook? () Familiares () Escuela actual () Escuela(s) anterior(es) () Vecinos () Otro, ¿cuál?	5 ¿Intercambias mensajes escritos con tus amigos de Facebook? a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca
1 Tin Martínez, 17 años	250	que nos llamamos bien	la mitad	5 escuela actual / 4 escuela anterior / 3 vecinos / 2 familia / 1 conocidos	casi siempre
2 Salvador Reyes, 16 años	256	por que nos llevamos bien	casi todos	5 escuela anterior / 4 escuela actual / 3 familiares / 2 amigos / 1 vecinos	casi nunca
3 Narf Mtz, 16 años	322	que somos compañeros, fuimos compañeros de escuela y k nos gustan algunas cosas iguales	con una cuarta parte	5 escuela actual / 4 escuela anterior / 3 familiares / 2 vecinos	casi siempre
4 Sebastián Ronaldito, 16 años	250	Son La Banda	Casi Todos	5 Escuela / 4 Amigos / 3 Familiares / 2 Vecinos	Siempre
5 Christian Wynek, 15 años	341	nos llevamos bien	con algunos	5 escuelas anteriores / 4 escuela actual / 3 familiares / 2 vecinos	siempre
6 Dewey Ramos Espinosa, 17 años	154	en que todos nos apoyamos cuando tenemos problemas y en las cosas que nos molestan	más de 60	5 familia / 4 escuela actual / 3 escuela anterior / 2 vecinos	siempre
7 Dali Meza, 16 años	607	confianza	como 80	5 escuelas anteriores / 4 escuela actual / 3 vecinos / 2 familiares	Casi siempre
8 Stok Dosp, 17 años	700 algo	son la bandita	asi chido chido como a unos 100	5 familiares / 4 escuela anterior / 3 amigos d mi pueblo ja, / 2 escuela actual / 1 vecinos	Casi siempre
9 Luis Berna Álvarez, 17 años	200	pues hay confiansa	pues unos 85	5 familiares / 4 escuela actual	Casi nunca
10 Pako Ymay, 16 años	360	Confianza y pues k todos nos llevamos bn!!	mmm unos 90	5 familia / 4 escuela actual	Casi nunca

USUARIOS HOMBRES	PREGUNTAS / RESPUESTAS CUESTIONARIO CONTESTADO EN LÍNEA				
	6 Si es así, lo haces principalmente a través de: a) Tu muro b) Del chat c) Utilizando ambos	7 ¿Escribes completas las palabras (sin abreviaturas) cuando te comunicas por escrito con tus amigos de Facebook? a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca	8 ¿Utilizas groserías para intercambiar mensajes escritos con tus amigos de Facebook? a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca	9 ¿Crees que es importante comunicarte igual que tus amigos (con abreviaturas, groserías o utilizando algún otro código) para pertenecer a cierto grupo de amistades? a) Si b) No c) No sé	10 ¿Utilizas alguna imagen o logotipo en especial para presentarte ante los demás en las fotos de tu perfil? a) Si, ¿qué tipo de imagen o logotipo es? b) No
1 Tin Martínez, 17 años	ambos	casi nunca	Nunca	No	No
2 Salvador Reyes, 16 años	ambos	Casi siempre	Nunca	No	No
3 Narf Mtz, 16 años	ambos	casi nunca	Nunca	No	si de cualquier imagen k me guste pero nunca asiendo mal a nadie
4 Sebastián Ronaldito, 16 años	Ambos	Casi siempre	Nunca	No	Nooo
5 Christian Wynek, 15 años	mi muro	siempre	Casi nunca	No	No
6 Dewey Ramos Espinosa, 17 años	Ambos	casi siempre	nunca	no	No
7 Dali Meza, 16 años	Utilizando ambos	siempre	Casi siempre	No	No
8 Stok Dosp, 17 años	ambos	casi nunca	a) siempre trato d ia no hacerlo	no	No
9 Luis Berna Álvarez, 17 años	Utilizando ambos	nunca	Casi nunca	No	a) una imagen de una porra del club america RK.
10 Pako Ymay, 16 años	Mi muro	Casi nunca	Casi nunca	No	Si (no especificó)

USUARIOS HOMBRES	PREGUNTAS / RESPUESTAS CUESTIONARIO CONTESTADO EN LÍNEA				
	11 ¿Utilizas la imagen de alguna bandera o emblema para presentarte ante los demás en las fotos de tu perfil? a) Si, ¿qué tipo de bandera o emblema es? b) No	12 ¿Utilizas la imagen de algún escudo para presentarte ante los demás en las fotos de tu perfil? a) Si, ¿qué tipo de escudo es? b) No	13 ¿Qué elementos decorativos utilizas para tu perfil personal de Facebook? a) Colores llamativos b) Fotografías c) Postales d) Otros, ¿cuáles?	14 Si te dieran a escoger entre diferentes playeras o camisetas representativas de "algo", ¿cuál te pondrías? a) La de un equipo deportivo b) La de un cantante o músico c) Otra, ¿cuál?	15 En las imágenes o fotos que subes a Facebook, ¿apareces con colores o uniformes de instituciones a las que perteneces? (Por ejemplo: tu escuela, tu trabajo o un club deportivo o social, etc.). a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca
1 Tin Martínez, 17 años	no	no	fotos	La de un cantante o músico	Casi nunca
2 Salvador Reyes, 16 años	No	No	Fotografías	La de un cantante o músico	Casi nunca
3 Narf Mtz, 16 años	no	no	colores llamativos	la de un equipo deportivo por k le voy a la america	casi siempre
4 Sebastián Ronaldito, 16 años	No	NO	fotografías	La de un equipo deportivo	A veces
5 Christian Wynek, 15 años	no	no	fotografías	La de un equipo deportivo	casi nunca
6 Dewey Ramos Espinosa, 17 años	si Alemana	no	fotografías	bueno siendo honestos casi no me importa el estampado o que más me importa es sentirme bien con la ropa que uso	casi nunca
7 Dali Meza, 16 años	no	No	fotografías	La de un cantante o músico	Casi nunca
8 Stok Dosp, 17 años	no	no	fotografías	La de un cantante o músico	Casi nunca
9 Luis Berna Álvarez, 17 años	si de una porra	a) una aguilja ja..	fotografías	La de un equipo deportivo	Casi siempre
10 Pako Ymay, 16 años	No	No	Fotografías	La de un cantante o músico	Casi nunca

USUARIOS HOMBRES	PREGUNTAS / RESPUESTAS CUESTIONARIO CONTESTADO EN LÍNEA				
	16 ¿Por qué eliges determinada foto para ponerla como la principal en tu perfil de Facebook?	17 ¿Por qué razones <u>no</u> subirías determinadas fotos en tu página de Facebook?	18 ¿Qué tipo de música es tu favorita? a) Hip hop b) Electrónica c) Tropical (cumbia y salsa) d) Reggaeton e) Otra, especifica cuál	19 ¿Qué tipo de lectura es tu favorita? a) Ciencia ficción b) Aventuras c) Amor y Romance d) No leo nada e) Otro, especifica cuál	20 ¿Qué tipo de programación televisiva es tu favorita? a) Deportes b) Espectáculos c) Caricaturas d) Series e) Otro tipo, especifica cuál
1 Tin Martínez, 17 años	por que me gusta para mi perfil	por que no me gusta	rock, reggae	Ciencia ficción	Series
2 Salvador Reyes, 16 años	por que esta padre para mi perfil	por que no me gusta	hip hop electronica tribal	Ciencia ficción	Deportes
3 Narf Mtz, 16 años	por k me gusta como se ve y los colores que tiene y las letras	por que no se me hace buena idea	hip hop, electrónica, tropical es lo que mas me gusta	aventuras ciencia ficción	series deportes e) otros: documentales de animales y películas
4 Sebastián Ronaldito, 16 años	Es Adecuada	No me Gusta	De Todo Un Poco	aventuras	Deportes
5 Christian Wynek, 15 años	me gusta	no es de mi agrado	electrónica	Ciencia ficción	Series
6 Dewey Ramos Espinosa, 17 años	por que me trae buenos recuerdos cuando la veo	por que la verdad no se me hace necesario	rock gótico y música japonesa	amor y romance, ciencia ficción y algo de historia	documentales pero casi no veo televisión
7 Dali Meza, 16 años	pues una que salga bien	por privacidad	electrónica	No leo nada	Deportes
8 Stok Dosp, 17 años	parak m reconozcan!!	xq no	a) hip hop& reggae	a) ciencia y ficcion	Series Deportes
9 Luis Berna Álvarez, 17 años	pues por que me gusta ja.	por seguridad	Tropical (cumbia y salsa) reggaeton	Ciencia ficción	Deportes Series
10 Pako Ymay, 16 años	pues para k sepan k realmente soy yo!	xk son mias	e) metal!!	Ciencia ficción Amor y romance	Deportes Caricaturas Series

USUARIOS HOMBRES	PREGUNTAS / RESPUESTAS CUESTIONARIO CONTESTADO EN PAPEL				
	1 ¿Cuántos amigos tienes en tu página de Facebook?	2 ¿Qué tienes en común con quienes pertenecen a tu grupo de amigos?	3 ¿De todos tus amigos en la página de Facebook, más o menos con cuántos estableces contacto con mayor frecuencia?	4 En orden decreciente de importancia (5 el más importante, y 1 el menos importante) ¿de dónde provienen tus amigos de Facebook? () Familiares () Escuela actual () Escuela(s) anterior(es) () Vecinos () Otro, ¿cuál?	5 ¿Intercambias mensajes escritos con tus amigos de Facebook? a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca
1 Tin Martínez, 17 años	180	Tenemos mucho en comun	70	5 Escuela actual / 4 Escuelas anteriores / 3 Familiares / 2 Vecinos / 1 Otros	c) Casi nunca
2 Salvador Reyes, 16 años	363	Que nos gustan varias cosas	Como con 10 amigos	5 Familiares / 4 Escuelas anteriores / 3 Vecinos 2 Escuela actual / 1 Otros	a) Siempre
3 Narf Mtz, 16 años	312	Pues que nos gusta la misma musica y que nos conocemos	Con 1/8 parte	5 Escuela actual / 4 Escuelas anteriores / 3 Familiares 2 Vecinos / 1 Otros	a) Siempre
4 Sebastián Ronaldito, 16 años	348	Pues que a veces te apoyan	Con la mayoría	5 Escuelas anteriores / 4 Escuela actual / 3 Familiares 2 Vecinos / 1 Otros: gente desconocida	b) Casi siempre
5 Christian Wynek, 15 años	Entre 370 y 400	Nos gusta lo mismo	Con la mayoría	5 Familiares / 4 Escuela actual / 3 Escuelas anteriores / 2 Vecinos / 1 Otros	a) Siempre
6 Dewey Ramos Espinosa, 17 años	164 amigos	Los gustos de música o de videos y otros medios para pasar el rato	Con más de 60 personas, con las demás es muy esporádica la vez que las encuentro disponibles	5 Familiares / 4 Escuela actual / 3 Escuelas anteriores / 2 Otro: personas de otro país o estado / 1 Vecinos	c) Casi nunca
7 Dali Meza, 16 años	610 o algo así	La confianza	Con 10	5 Otro: de cuando salgo a la calle / 4 Escuela actual / 3 Vecinos / 2 Familiares / 1 Escuelas anteriores	b) Casi siempre
8 Stok Dosp, 17 años	700 y algo	Que son la banda	Como con 200	5 Escuela actual / 4 Vecinos / 3 Familiares / 2 Escuelas anteriores / 1 Otros	b) Casi siempre
9 Luis Berna Álvarez, 17 años	230	Pues algunos gustos	Como con 170	5 Escuela actual / 4 Vecinos / 3 Familiares / 2 Escuelas anteriores / 1 Otros	b) Casi siempre
10 Pako Ymay, 16 años	365 amigos	Que nos gustan las mismas cosas	Con 200 mínimo	5 Familiares / 4 Escuelas anteriores / 3 Escuela actual / 2 Vecinos / 1 Otros	a) Siempre

USUARIOS HOMBRES	PREGUNTAS / RESPUESTAS CUESTIONARIO CONTESTADO EN PAPEL				
	6 Si es así, lo haces principalmente a través de: a) Tu muro b) Del chat c) Utilizando ambos	7 ¿Escribes completas las palabras (sin abreviaturas) cuando te comunicas por escrito con tus amigos de Facebook? a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca	8 ¿Utilizas groserías para intercambiar mensajes escritos con tus amigos de Facebook? a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca	9 ¿Crees que es importante comunicarte igual que tus amigos (con abreviaturas, groserías o utilizando algún otro código) para pertenecer a cierto grupo de amistades? a) Si b) No c) No sé	10 ¿Utilizas alguna imagen o logotipo en especial para presentarte ante los demás en las fotos de tu perfil? a) Si, ¿qué tipo de imagen o logotipo es? b) No
1 Tin Martínez, 17 años	b) Del chat	a) Siempre	d) Nunca	b) No	a) Sí, imágenes que veo y que me gustan
2 Salvador Reyes, 16 años	b) Del chat	b) Casi siempre	d) Nunca	b) No	b) No
3 Narf Mtz, 16 años	c) Utilizando ambos	b) Casi siempre	d) Nunca	b) No	a) Sí, de caricaturas que me gustan
4 Sebastián Ronaldito, 16 años	c) Utilizando ambos	b) Casi siempre	c) Casi nunca	b) No	b) No
5 Christian Wynek, 15 años	c) Utilizando ambos	a) Siempre	c) casi nunca	b) No	a) Sí, mi foto
6 Dewey Ramos Espinosa, 17 años	b) Del chat	a) Siempre	c) Casi nunca	b) No	a) Sí, es la foto de un grupo de música
7 Dali Meza, 16 años	b) Del chat	a) Siempre	c) Casi nunca	b) No	b) No
8 Stok Dosp, 17 años	c) Utilizando ambos	c) Casi nunca	a) Siempre	b) No	b) No
9 Luis Berna Álvarez, 17 años	b) Del chat	b) Casi siempre	c) Casi nunca	b) No	a) Sí, de una porra
10 Pako Ymay, 16 años	a) Tu muro	c) Casi nunca	d) Nunca	b) No	b) No

USUARIOS HOMBRES	PREGUNTAS / RESPUESTAS CUESTIONARIO CONTESTADO EN PAPEL				
	11 ¿Utilizas la imagen de alguna bandera o emblema para presentarte ante los demás en las fotos de tu perfil?	12 ¿Utilizas la imagen de algún escudo para presentarte ante los demás en las fotos de tu perfil?	13 ¿Qué elementos decorativos utilizas para tu perfil personal de Facebook?	14 Si te dieran a escoger entre diferentes playeras o camisetas representativas de "algo", ¿cuál te pondrías?	15 En las imágenes o fotos que subes a Facebook, ¿apareces con colores o uniformes de instituciones a las que perteneces? (Por ejemplo: tu escuela, tu trabajo o un club deportivo o social, etc.).
	a) Sí, ¿qué tipo de bandera o emblema es? b) No	a) Sí, ¿qué tipo de escudo es? b) No	a) Colores llamativos b) Fotografías c) Postales d) Otros, ¿cuáles?	a) La de un equipo deportivo b) La de un cantante o músico c) Otra, ¿cuál?	a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca
1 Tin Martínez, 17 años	b) No	b) No	b) Fotografías	b) La de un cantante o músico	c) Casi nunca
2 Salvador Reyes, 16 años	b) No	b) No	b) Fotografías	a) La de un equipo deportivo	c) Casi nunca
3 Narf Mtz, 16 años	b) No	b) No	a) Colores llamativos	a) La de un equipo deportivo	c) Casi nunca
4 Sebastián Ronaldito, 16 años	b) No	b) No	b) Fotografías	a) La de un equipo deportivo	b) Casi siempre
5 Christian Wynek, 15 años	b) No	b) No	b) Fotografías	a) La de un equipo deportivo	c) Casi nunca
6 Dewey Ramos Espinosa, 17 años	a) Sí, la bandera alemana	a) Sí, la Cruz Templaria o la Suástica Nazi	b) Fotografías	c) Otra: de películas o sin estampado	c) Casi nunca
7 Dali Meza, 16 años	b) No	b) No	b) Fotografías	b) La de un cantante o músico	d) Nunca
8 Stok Dosp, 17 años	b) No	b) No	b) Fotografías	b) La de un cantante o músico	d) Nunca
9 Luis Berna Álvarez, 17 años	a) Sí, del club America	a) Sí, una aguililla	b) Fotografías	a) La de un equipo deportivo	c) Casi nunca
10 Pako Ymay, 16 años	b) No	b) No	b) Fotografías	b) La de un cantante o músico	c) Casi nunca

USUARIOS HOMBRES	PREGUNTAS / RESPUESTAS CUESTIONARIO CONTESTADO EN PAPEL				
	16 ¿Por qué eliges determinada foto para ponerla como la principal en tu perfil de Facebook?	17 ¿Por qué razones <u>no</u> subirías determinadas fotos en tu página de Facebook?	18 ¿Qué tipo de música es tu favorita? a) Hip hop b) Electrónica c) Tropical (cumbia y salsa) d) Reggaeton e) Otra, especifica cuál	19 ¿Qué tipo de lectura es tu favorita? a) Ciencia ficción b) Aventuras c) Amor y Romance d) No leo nada e) Otro, especifica cuál	20 ¿Qué tipo de programación televisiva es tu favorita? a) Deportes b) Espectáculos c) Caricaturas d) Series e) Otro tipo, especifica cuál
1 Tin Martínez, 17 años	Porque me llama la atención	Porque no me gustan las fotos	e) Otra: rock en español	a) Ciencia ficción	d) Series
2 Salvador Reyes, 16 años	Por que me gusta la imagen o porque salgo yo	Por que no me gusta la imagen	c) Tropical (cumbia y salsa)	a) Ciencia ficción	a) Deportes
3 Narf Mtz, 16 años	Porque me gusta el personaje que pongo	Porque nose me hace muy bueno subir ese tipo de fotos	b) Electrónica c) Tropical (cumbia y salsa)	b) Aventuras	a) Deportes c) Caricaturas d) Series
4 Sebastián Ronaldito, 16 años	Por que me gusta	Por que no me gustan	d) Reggaeton	b) Aventuras	a) Deportes
5 Christian Wynek, 15 años	Porque me gusta	Porque no me gustan	b) Electrónica	a) Ciencia ficción	a) Deportes
6 Dewey Ramos Espinosa, 17 años	Usualmente la pongo para que me identifiquen o también porque me es llamativa la imagen	Porque no me gusta compartir mis cosas personales con personas que no conozco	e) Otra: rock, rock gothico, indie rock y música en japonés	c) Amor y romance	e) Otro: documentales
7 Dali Meza, 16 años	Sólo elijo una que salga bien	Por privacidad	b) Electrónica	e) Otro: ciencia y realidad, pero casi no leo	a) Deportes d) Series
8 Stok Dosp, 17 años	Porque me veo bien, ja...	Porque no me veo bien	a) Hip hop e) Otra: Reggae	a) Ciencia ficción y e) Otro: filosofía (sólo un poco)	a) Deportes d) Series
9 Luis Berna Álvarez, 17 años	Para identificarme con mis amigos	Por seguridad	c) Tropical (Cumbia y salsa) d) Reggaeton	a) Ciencia ficción	a) Deportes d) Series
10 Pako Ymay, 16 años	Porque es la que mas me gusta	Porque serían muy más	e) Otra: metal	a) Ciencia ficción	a) Deportes c) Caricaturas d) Series e) Otro: de música, como MTV o Telehit

USUARIOS MUJERES	PREGUNTAS / RESPUESTAS COMPLEMENTARIAS CUESTIONARIO CONTESTADO EN PAPEL				
	¿Tu escuela anterior era pública o privada?	¿Hace cuánto tiempo abriste tu perfil en Facebook?	¿Por qué decidiste ingresar a esta red social?	¿En promedio, cuántas horas a la semana te conectas a Facebook?	¿Qué fue lo que te gustó o te llamó la atención de Facebook?
1 Chiqlosaa Liiz, 16 años	Pública	Hace como 2 años	Porque me interesa saber lo que hacen los demás	A lo máximo 5 horas	Todo: porque te puedes expresar, siempre y cuando no expongas tu vida personal
2 Eztreelliitha Ojithos, 16 años	Pública	Hace 1 año	Para entretenerme un rato y platicar con mis amigos	Aproximadamente 25 horas a la semana	Pues que puedes hablar con todos tus amigos y dejar comentarios, etc.
3 Meli Sánchez, 16 años	Publica	Hace 2 años	Porque tiene muchas facilidades	2 o 3	Que puedes platicar con muchas personas lejanas
4 Zaida Caballero, 16 años	Pública	Hace como 2 años	Para conocer más gente y para poder platicar con mis amigos	Como 3 horas a la semana	Que puedo platicar con mis amigos y conocer gente
5 Valeria de los Valerios, 15 años	Publica	Hace como 2 años	Porque casi todos mis conocidos tenían fb	Como unas 7 u 8 horas	Conocer gente y hablar con las personas que ya conocía
6 Gabriela Reyes, 16 años	Pública	Hace 2 años	Por que estaba de moda	27 horas	Que tenía chat y su diseño, la forma de interactuar con amigos, como publicar en su muro y subir fotos
7 Mariia Vite Pérez, 15 años	Publica	Hace 4 años	Pues al principio no sabía de que trataba, en realidad estaba en ingles y no le entendía	2 horas	Pues se iso muy popular en la secu, bueno no mucho
8 Ángela Rodríguez, 16 años	Publica	Hace 3 años	Porque mi prima fue la que me dijo y cuando ingresé me gusto	54 horas	Que otras personas te pueden etiquetar en las fotos
9 Karla González, 17 años	Publica	Hace 3 años	Para poder comunicarme con amigos y familia	5 horas	Que puedes ver fotos de personas con las que casi no convives y platicar con ellas
10 Carolina Jiménez, 16 años	Publica	Hace como medio año	Porque vi a mis hermanas platicar con sus amigos por medio de facebook y quize hacer lo mismo	20 horas	Cómo se comunica uno con sus amigos o familiares lejanos

USUARIOS MUJERES	PREGUNTAS / RESPUESTAS COMPLEMENTARIAS CUESTIONARIO CONTESTADO EN PAPEL				
	¿Qué piensas acerca de Facebook?	¿Para qué crees que sirve Facebook?	Principalmente utilizas Facebook para: a) Conocer gente b) Mantenerte en contacto con quienes ya conoces c) Contactar gente a la que le habías perdido la pista (viejos amigos) d) Mantener el contacto con amigos y familiares que residen en otros lugares	En la vida "real", ¿tienes más o menos amigos que los que tienes en Facebook? a) Más b) Menos c) Los mismos	En caso de escribir con abreviaturas, ¿lo haces solamente en Facebook o así escribes normalmente?
1 Chiiqlosaa Liiz, 16 años	Por una parte está bien, pero por otra arriésgamos nuestra vida	Sólo para diversión	b) Mantenerte en contacto con quienes ya conoces / c) Contactar gente a la que le habías perdido la pista (viejos amigos)	b) menos	Lo hago solo en facebook
2 Eztreelliitha Ojithos, 16 años	Que es bueno para muchas cosas, pero igual es malo	Para comunicarte	c) Contactar gente a la que le habías perdido la pista (viejos amigos) / d) Mantener el contacto con amigos y familiares que residen en otros lugares	b) Menos	Solamente en facebook
3 Meli Sánchez, 16 años	Pues que es un medio importante hoy en día	Para muchas cosas, conocer gente, tareas, etc.	b) Mantenerme en contacto con quienes ya conozco / c) Contactar gente a la que le había perdido la pista (viejos amigos)	b) Menos	Solo en Facebook
4 Zaida Caballero, 16 años	Pues que es una red social muy padre	Para comunicarnos	c) Contactar gente a la que habías perdido la pista (viejos amigos)	b) Menos	No escribo así
5 Valeria de los Valerios, 15 años	Que a la bes es bueno y a la bes no	Para enterarte de cosas y poder platicar	b) Mantenerte en contacto con quienes ya conoces / d) Mantener el contacto con amigos y familiares que residen en otros lugares	b) Menos	No escribo así
6 Gabriela Reyes, 16 años	Que es divertido pero también adictivo	Para socializar y conocer personas	b) Mantenerte en contacto con quienes ya conoces / c) Contactar gente a la que le habías perdido la pista (viejos amigos)	b) Menos	Solo en face
7 Mariia Vite Pérez, 15 años	Es interesante y tiene un buen fin pero luego son puros chismes	Para que las personas que estan lejos puedan contactarse de una manera más facil	b) Mantenerte en contacto con quienes ya conoces	b) Menos	Solo en facebook
8 Ángela Rodríguez, 16 años	Que es muy adictivo, pero para mí ya es muy necesario	Para comunicarte con tus amigos	c) Contactar gente a la que le habías perdido la pista (viejos amigos)	b) Menos	Solo en el facebook
9 Karla González, 17 años	Que es una red social segura	Para comunicarte	d) Mantener el contacto con amigos y familiares que residen en otros lugares	a) Más	Solo en facebook
10 Carolina Jiménez, 16 años	Pues que es interesante, puedes saber acerca de amigos y familiares que ya no ves, muy bueno el facebook	Para comunicarnos y ser mas sociables, pero con mucho cuidado	c) Contactar gente a la que le habías perdido la pista (viejos amigos)	b) Menos	Solo en el facebook

USUARIOS MUJERES	PREGUNTAS / RESPUESTAS COMPLEMENTARIAS CUESTIONARIO CONTESTADO EN PAPEL				
	¿Aproximadamente cada cuánto tiempo cambias la foto de tu perfil?	¿Por qué razones la cambias?	¿Cuál o cuáles son tus libros favoritos?	¿Podrías mencionar tres personas que te inspiren en tu vida?	¿Cuál es tu pasatiempo favorito?
1 Chiiqlosaa Liiz, 16 años	Cada 2 meses mas o menos	Porque a veces aburre ver siempre la misma foto	"Bajo la rueda"	Nick Jonas, mi mami y yo	Pasarmela bien con todos los que me rodean
2 Eztreelliitha Ojithos, 16 años	Cada que me gusta como salgo en las fotos o cada 3 días	Por que ya no quiero que me vean con esa foto y me gusto otra	De terror o amor	Mi familia, mis amigos y mi novio	Ver la televisión, escuchar musica, salir con mis amigos y estar en facebook
3 Meli Sánchez, 16 años	Cada que me aburro	Pues o ya no me gusta o me aburre	"Las valkirias" de Paulo Coelho	Mi mamá y mi hermano (Romi)	El hula hoop y leer
4 Zaida Caballero, 16 años	Cada vez que lo abro, cada semana	Por que ya me aburríó	El de "Crepusculo"	Mis papás, mis amigos y mis hermanos	Estar en el facebook y escuchar música
5 Valeria de los Valerios, 15 años	Cada 15 días o cada mes	Por que me gusto otra	"Las batallas en el desierto" y "The goos gir"	Michael Jordan y Luis Peseti	Comer y jugar basketbol
6 Gabriela Reyes, 16 años	Cada 6 meses	Por que subo fotos más recientes	"Diario de Ana Frank" y "El hombre en busca del sentido"	Mis papas y mi hermano	Cocinar
7 Mariia Vite Pérez, 15 años	Cada semana	Porque me aburre la que tengo	"Once minutos" de Paulo Coelho, "Memorias" de Gabriel García Márquez, "Visitante nocturno", "Los muchachos no escriben" e historias de amor	Mi mamá, mi hermano y yo	Me gusta escuchar musica, bailar y leer
8 Ángela Rodríguez, 16 años	Cada mes	Para que mis amigos no se aburran de ver la misma	No tengo ninguno en específico	Mi hermano, mi mamá y mi prima	Bailar y escuchar música
9 Karla González, 17 años	Cada mes	Pues porque me aburre ver la misma	"Caballo de Troya", "Los cuatro acuerdos", "Clemencia", "Navidad en las montañas" y otros.	Mi mamá, mi papá y mi novio	Leer o escuchar música
10 Carolina Jiménez, 16 años	Mmm... cada semana o cada mes	Por que una tiene que cambiar su estilo	"Cañitas"	Mi mami, mi papi y mis hermanos	Estar en la compu y escuchar mucha, mucha música

USUARIOS MUJERES	PREGUNTAS / RESPUESTAS COMPLEMENTARIAS CUESTIONARIO CONTESTADO EN PAPEL				
	¿Cuál o cuáles son tus películas favoritas?	¿Cuál o cuáles son tus deportes favoritos?	¿Cuál o cuáles son tus deportistas favoritos?	¿Cuáles son tus principales actividades e intereses?	¿Cómo responderías si se te preguntara quién eres? Proporciona al menos cinco palabras que te definan
1 Chiiqlosaa Liiz, 16 años	"Toy Story 3" y "El cielo en tu mirada"	Futbol (solo verlo)	Memo Ochoa (cLub america). Pero orgullosamente le voy al pumas!	Salir con mis amigos	Altura media, cabello negro, bien bonita, ja, ja,
2 Eztreelliitha Ojithos, 16 años	De terror y de amor	Ninguno en específico	Chicharito Hernández	Escuchar musica	Soy buena onda, fresa, me gusta el color negro y azul, me gusta el chocolate y las fresas
3 Meli Sánchez, 16 años	"Marley y yo"	El bolei-bol y el fut-bool	No tengo ninguno	Estar bien conmigo misma	Alegre, sensible, fuerte, honesta y comprometida
4 Zaida Caballero, 16 años	La de "Punto y aparte"	El boli boll	No se	Estudiar y ser alguien en la vida	Soy buena onda, risueña, a veces enojona, buena amiga y respetuosa
5 Valeria de los Valerios, 15 años	"Nana Macfile" y "Juego de gemelas"	Basketbol	Lionel Messi y Michael Jordan	Saber mas y jugar basketbol	Soy Valeria, alegre, divertida, enojona y chillona
6 Gabriela Reyes, 16 años	"Diario de una pasión" y "Forrest Gum"	No tengo uno en especial	No tengo	La gastronomía	Soy buena onda, tranquila, divertida, tolerante y feliz
7 Mariia Vite Pérez, 15 años	"Kun fu Panda 2", "Toy Story" y "Psicosis"	Basketbol	John Seena, Chicharito Hernández, Piqué y Michael Jordan	Pues me gusta la musica y me gusta ir a la iglesia	Soy una persona alegre, alocada e infantil, soy simplemente yo porque soy genial
8 Ángela Rodríguez, 16 años	No tengo ninguna en específico	El futbol	El Chicharito Hernández	Estudiar, trabajar y bailar	Soy responsable, amigable, amorosa, honesta y respetuosa
9 Karla González, 17 años	"Inspiración" y "Qué pasó ayer"	Tenis, futbol y atletismo	Beckham y El Chicharito Hernández	Leer y trabajar	Soy Karla González, sociable, orgullosa, responsable y educada
10 Carolina Jiménez, 16 años	Todas las de "Crepúsculo", "Harry Potter", "Origen" y "Rápido y furioso"	Volibol y basquetbol	No se	Creo que leer un poco de mis apuntes de la escuela y mientras hago eso escucho música	Soy alguien valiente, que busca superación y salir adelante, creo que ya

USUARIOS MUJERES	PREGUNTAS / RESPUESTAS COMPLEMENTARIAS CUESTIONARIO CONTESTADO EN PAPEL				
	¿Cómo prefieres que llamen a los que pertenecen a tu mismo grupo de edad?	¿De qué otra manera se puede llamar a los que pertenecen a tu mismo grupo de edad?	Si alguien te envía una solicitud de amistad en Facebook: ¿Por qué la aceptas?	¿Por qué la rechazas?	¿Te unes o formas parte de los grupos que se proponen en Facebook? a) Sí b) No
1 Chiqlosaa Liiz, 16 años	No lo se	No lo se	Porque lo conozco	Porque no lo conozco	b) No
2 Eztreelliitha Ojithos, 16 años	Chicos	Amigos	Pues para conocerlo	No las rechazo	a) Sí
3 Meli Sánchez, 16 años	De ninguna manera	No se necesita llamar de ninguna manera a los niños de mi edad	Porque lo conosco	Porque solo lo hacen por tener mas amigos	a) Sí
4 Zaida Caballero, 16 años	Chicos	Chavos	Por que veo que es alguien interesante	No las rechazo	a) Sí
5 Valeria de los Valerios, 15 años	Por su nombre	Amigos	Por que la conosco o tenemos amigos en comun	Por que no la conosco o por que simplemente no es de mi agrado	b) No
6 Gabriela Reyes, 16 años	Chavos	Jovenes	Por que lo conozco	Por que no se quien es	a) Sí
7 Mariia Vite Pérez, 15 años	Adolescentes	Jovenes, niños, señoritas y señoritos	Porque lo conosco o es de mi familia	Porque no lo conosco o no me cae bien	a) Sí
8 Ángela Rodríguez, 16 años	Jovenes	Chavos	Porque si la conosco	Porque no la conosco o no me cae bien	b) No
9 Karla González, 17 años	Chavo o chava	Adolecentes	Por que la conosco	Por que no se quien es o simplemente no me cae bien	a) Sí
10 Carolina Jiménez, 16 años	Chava, chica, chicos, así	Igual que lo anterior	Bueno porque primero veo que es lo que le interesa y como es	Porque a veces se ven malvados o luego se les ve la maña de no ser buenas personas	a) Sí

USUARIOS MUJERES	PREGUNTAS / RESPUESTAS COMPLEMENTARIAS CUESTIONARIO CONTESTADO EN PAPEL				
	En caso de respuesta afirmativa, ¿puedes mencionar tres de los grupos a los que perteneces?	¿Te gusta jugar a través de los juegos que se proponen en Facebook? a) Sí b) No	En caso de respuesta afirmativa, ¿cuál o cuáles son tus juegos favoritos en línea?	Si es que juegas, ¿te gusta dar a conocer en Facebook tus records obtenidos en esos juegos? a) Sí b) No	¿Respondes los tests que se te envían en Facebook? a) Sí b) No
1 Chiiqlosaa Liiz, 16 años	No aplica	No	No aplica	No aplica	No
2 Eztreelliitha Ojithos, 16 años	Grupos de la escuela y en "La pecera del amor"	b) No	No aplica	No aplica	a) Sí
3 Meli Sánchez, 16 años	Grupos de la escuela	b) No	No aplica	No aplica	b) No
4 Zaida Caballero, 16 años	"Solo para hombres" y "La galleta"	b) No	No aplica	No aplica	b) No
5 Valeria de los Valerios, 15 años	No aplica	b) No	No aplica	No aplica	b) No
6 Gabriela Reyes, 16 años	De la escuela y de amigos	a) Sí	Angry Birds	b) No	b) No
7 Mariia Vite Pérez, 15 años	El de la secundaria, los estupendos y las amigas	b) No	No aplica	No aplica	b) No
8 Ángela Rodríguez, 16 años	No aplica	b) No	No aplica	No aplica	b) No
9 Karla González, 17 años	Grupos de la escuela	b) No	No aplica	No aplica	b) No
10 Carolina Jiménez, 16 años	"Las Kika", "Grupo 115" y "Conalep Tlalpan vespertino" (de amigos y de la escuela)	a) Sí	"Indiana Jones" y creo que nada más ese	b) No	b) No

USUARIOS MUJERES	PREGUNTAS / RESPUESTAS COMPLEMENTARIAS CUESTIONARIO CONTESTADO EN PAPEL				
	En caso afirmativo, ¿cuáles son tus tests favoritos?	¿Comúnmente navegas por los links (ligas o enlaces) que se te proponen en Facebook? a) Sí b) No	En caso afirmativo, ¿cuáles son tus enlaces favoritos o los que más regularmente tomas en cuenta?	¿Te gusta hacer "regalos virtuales" (postales, tarjetas, corazones, imágenes, etc.) a través de Facebook? a) Sí b) No	En caso afirmativo, ¿cuál o cuáles son tus regalos favoritos para enviar o recibir?
1 Chiiqlosaa Liiz, 16 años	No aplica	No	No aplica	a) Sí	Tarjetas y corazones con imágenes
2 Eztreelliitha Ojithos, 16 años	De amor y de fotos	b) No	No aplica	b) No	No aplica
3 Meli Sánchez, 16 años	No aplica	a) Sí	No tengo favoritos, solo los checo	b) No	No aplica
4 Zaida Caballero, 16 años	No aplica	b) No	No aplica	b) No	No aplica
5 Valeria de los Valerios, 15 años	No aplica	a) Sí	Twitter y YouTube	a) Sí	Imágenes
6 Gabriela Reyes, 16 años	No aplica	b) No	No aplica	b) No	No aplica
7 Mariia Vite Pérez, 15 años	No aplica	a) Sí	Pues a veces son videos o algunas cosas de Prepa sí	b) No	No aplica
8 Ángela Rodríguez, 16 años	No aplica	a) Sí	Los videos de musica	b) No	No aplica
9 Karla González, 17 años	No aplica	b) No	No aplica	b) No	No aplica
10 Carolina Jiménez, 16 años	No aplica	b) No	No aplica	b) No	No aplica

USUARIOS MUJERES	PREGUNTAS / RESPUESTAS COMPLEMENTARIAS CUESTIONARIO CONTESTADO EN PAPEL			
	Subraya el elemento que te parezca más importante en tu página de Facebook? a) Tu perfil b) Tus fotografías c) Las actualizaciones que haces en tu muro d) Los grupos a los que te unes e) Los juegos y tus records f) Los tests g) Los mensajes escritos	Como sabrás, Facebook permite dar a conocer tu perfil a tu grupo de amigos. ¿Cuál de los elementos arriba mencionados te parece más importante para que lo conozca tu grupo de amigos?	¿Has tenido alguna experiencia desagradable en Facebook? a) Sí b) No	En caso afirmativo, ¿puedes narrarla brevemente?
1 Chiiqlosaa Liiz, 16 años	c) Las actualizaciones que haces en tu muro	Las actualizaciones de mi estado	a) Sí	mmm... fue algo personal
2 Eztreelliitha Ojithos, 16 años	a) Mi perfil b) Mis fotografías	Mi perfil y mis fotos	b) No	No aplica
3 Meli Sánchez, 16 años	a) Mi perfil, b) Mis fotografías c) Las actualizaciones que hago en mi muro	Mis fotografías	b) No	No aplica
4 Zaida Caballero, 16 años	c) Las actualizaciones que haces en tu muro	Que vean mis fotos	b) No	No aplica
5 Valeria de los Valerios, 15 años	a) Mi perfil	Mi perfil	b) No	No aplica
6 Gabriela Reyes, 16 años	g) Los mensajes escritos	Las actualizaciones que hago en mi muro	b) No	No aplica
7 Mariia Vite Pérez, 15 años	a) Mi perfil	Mis fotografías	b) No	No aplica
8 Ángela Rodríguez, 16 años	b) Mis fotografías	Fotos y mensajes	b) No	No aplica
9 Karla González, 17 años	b) Tus fotografías	Mis fotos	b) No	No aplica
10 Carolina Jiménez, 16 años	c) Las actualizaciones que haces en tu muro	Las fotografías	b) No	No aplica

USUARIOS HOMBRES	PREGUNTAS / RESPUESTAS COMPLEMENTARIAS CUESTIONARIO CONTESTADO EN PAPEL				
	¿Tu escuela anterior era pública o privada?	¿Hace cuánto tiempo abriste tu perfil en Facebook?	¿Por qué decidiste ingresar a esta red social?	¿En promedio, cuántas horas a la semana te conectas a Facebook?	¿Qué fue lo que te gustó o te llamó la atención de Facebook?
1 Tin Martínez, 17 años	publica	Como 1 año	Para algunas tareas escolares que piden los maestros	1 hora	Nada, para conocer personas
2 Salvador Reyes, 16 años	Publica	Hace 2 años	Para hablar con mis amigos	2 horas	Que puedo conocer a mas gente y platicar con ellos
3 Narf Mtz, 16 años	Publica	Hace 1 año cuatro meses	Para conocer mas gente y mantenerme en contacto con amigos y familiares	25 horas a la semana	Que te puedes expresar sin que te digan algo y pues como mantienes una conexion con los demás
4 Sebastián Ronaldito, 16 años	Privada	Hace como 2 años	Para hacer eventos e ir a fiestas	3 horas	Pues que me puedo contactar con personas de hace muchos años
5 Christian Wynek, 15 años	Publica	ase 3 años	Por que puedes conocer mucha mas gente	Como de 15 a 20 horas	Las aplicaciones que tiene
6 Dewey Ramos Espinosa, 17 años	Publica	Hace 1 año aproximadamente	Solo por los juegos	15 horas o un poco menos	Los juegos que contiene
7 Dali Meza, 16 años	Pública	Hace como 3 años	Para ver a mis amigos	14 horas mas o menos	Que es una red social muy famosa
8 Stok Dosp, 17 años	Publica	Hace como 1 año	Para cotorrear	Como 5	Que me podía comunicar con mi familia y la pandilla
9 Luis Berna Álvarez, 17 años	Publica	Hace aproximadamente 1 año	Pues para conocer a gente de otros lados y otra forma de comunicarnos	Como de 12 a 15 horas	Pues que puedes platicar con otras personas de diferentes lados
10 Pako Ymay, 16 años	Pública	Hace 3 años	Para estar en contacto	4 horas	Que podías platicar con tus amigos y no te cobraban

USUARIOS HOMBRES	PREGUNTAS / RESPUESTAS COMPLEMENTARIAS CUESTIONARIO CONTESTADO EN PAPEL				
	¿Qué piensas acerca de Facebook?	¿Para qué crees que sirve Facebook?	Principalmente utilizas Facebook para: a) Conocer gente b) Mantenerte en contacto con quienes ya conoces c) Contactar gente a la que le habías perdido la pista (viejos amigos) d) Mantener el contacto con amigos y familiares que residen en otros lugares	En la vida "real", ¿tienes más o menos amigos que los que tienes en Facebook? a) Más b) Menos c) Los mismos	En caso de escribir con abreviaturas, ¿lo haces solamente en Facebook o así escribes normalmente?
1 Tin Martínez, 17 años	Quita mucho tu tiempo Es mala influencia	Comunicarte y conocer gente nueva	d) Mantener el contacto con amigos y familiares que residen en otros lugares	a) Más	Nunca escribo con abreviaturas
2 Salvador Reyes, 16 años	Que es una red social	Para conocer a mas gente	a) Conocer gente b) Mantenerme en contacto con quienes ya conozco	c) Los mismos	Solamente en facebook
3 Narf Mtz, 16 años	Que es muy útil para estar en contacto con las personas que estimas	Para comunicarte con tus amigos, familiares o desconocidos	b) Mantenerme en contacto con quienes ya conozco	a) Más	Solo en facebook
4 Sebastián Ronaldito, 16 años	Que es a veces bueno	Para nada	b) Mantenerte en contacto con quienes ya conoces / c) Contactar gente a la que le habías perdido la pista (viejos amigos)	c) Los mismos	No escribo así
5 Christian Wynek, 15 años	Que es muy bueno para socializar	Para chatear	a) Conocer gente / d) Mantener el contacto con amigos y familiares que residen en otros lugares	b) Menos	No uso abreviaturas
6 Dewey Ramos Espinosa, 17 años	La verdad me es innecesario el utilizarlo porque podemos utilizar el celular u otros medios	Para tener una comunicación más basta con nuestros amigos, familia, novia, etc. Además nos mantiene informados de ciertos eventos	b) Mantenerte en contacto con quienes ya conoces	a) Más	No escribo así
7 Dali Meza, 16 años	Que es una buena herramienta	Sirve para diversas cosas, por ejemplo hablar con tus amigos	b) Mantenerte en contacto con quienes ya conoces / c) Contactar gente a la que le habías perdido la pista (viejos amigos)	b) Menos	No escribo así
8 Stok Dosp, 17 años	Pues que esta chido, pero se debe tener cuidado con la confidencialidad	Para estar en contacto con los demas	b) Mantenerte en contacto con quienes ya conoces	b) Menos	Solo en fb
9 Luis Berna Álvarez, 17 años	Que es otra forma de comunicarnos e interactuar	Para conocer a más personas y comunicarnos	b) Mantenerte en contacto con quienes ya conoces	c) Los mismos	Sólo en Facebook
10 Pako Ymay, 16 años	Que es una muy buena herramienta para comunicarnos	Para comunicarnos	b) Mantenerte en contacto con quienes ya conoces	c) Los mismos	Nadamas lo hago en facebook

USUARIOS HOMBRES	PREGUNTAS / RESPUESTAS COMPLEMENTARIAS CUESTIONARIO CONTESTADO EN PAPEL				
	¿Aproximadamente cada cuánto tiempo cambias la foto de tu perfil?	¿Por qué razones la cambias?	¿Cuál o cuáles son tus libros favoritos?	¿Podrías mencionar tres personas que te inspiren en tu vida?	¿Cuál es tu pasatiempo favorito?
1 Tin Martínez, 17 años	Cada 3 meses	Porque la anterior ya no me gusta, quiero tener una mejor	"Macario"	Mi mama, mi papa y mis hermanos	El deporte
2 Salvador Reyes, 16 años	Como cada 3 meses	Por que ya no me gusta como se ve	"La guerra de los mundos"	Mi papa, mi mama y mi tio	Escuchar musica, jugar futbol y jugar gotcha
3 Narf Mtz, 16 años	Cada mes	Porque me aburro de estar viendo esa foto y pongo otra nueva que me guste	"Batallas en el decierto"	Mi papá, mi mamá y mi abuelita	El futbol y escuchar música
4 Sebastián Ronaldito, 16 años	Cuando tiene un par de like's	Nada mas	De aventura	Cristiano Ronaldo, mi papa y mi familia	El futbol
5 Christian Wynek, 15 años	Cada mes	Porque ya no me agrada	De Hitler	Cristiano Ronaldo, Duende y Niño Torres	Jugar futbol y el graffiti
6 Dewey Ramos Espinosa, 17 años	Como cada 2 meses	Porque encuentro una imagen más linda o más representativa	La verdad no le tomo un favoritismo a los libros	Tilo Wolf, yo como persona y una amiga de toda mi vida	Tocar el bajo en nuestra banda de música, ver documentales o trabajar
7 Dali Meza, 16 años	Es variable	Por que me aburren	Ninguno	Armin Van Buren, mi maestra y mi abuelo	Jugar futbol
8 Stok Dosp, 17 años	Cada que me aburro de ella, cada 2 meses	Porque me aburre tener la misma	"Cien años de soledad"	Bob Marley, Siqueiros y Cancerbero (rapero)	Hacer musica y dibujar
9 Luis Berna Álvarez, 17 años	Cuando no hay nada que hacer o me gusta otra	Por gusto	Ninguno en especial	Mis papás y mi primo	Practicar deporte
10 Pako Ymay, 16 años	Cada 4 meses o si me gusta mucho no la cambio	Para no quedarme con la misma foto siempre	"Harry Potter" y "Las crónicas de Narnia"	Mis papas, mis hermanos y mi novia	Tocar la guitarra, jugar futbol americano y la natación

USUARIOS HOMBRES	PREGUNTAS / RESPUESTAS COMPLEMENTARIAS CUESTIONARIO CONTESTADO EN PAPEL				
	¿Cuál o cuáles son tus películas favoritas?	¿Cuál o cuáles son tus deportes favoritos?	¿Cuál o cuáles son tus deportistas favoritos?	¿Cuáles son tus principales actividades e intereses?	¿Cómo responderías si se te preguntara quién eres? Proporciona al menos cinco palabras que te definan
1 Tin Martínez, 17 años	"Crepusculo" y "Linterna verde"	King boxin	De king boxin y de futbol	Estudiar, tener un buen empleo	Buen amigo, poetico, callado y serio
2 Salvador Reyes, 16 años	"Sangre por sangre" y "Rapido y furioso"	Futbol y basquetbol	Kaká, Ronaldiño y Dida	El futbol	Soy amistoso y carismático
3 Narf Mtz, 16 años	"Conan el barbaro" y "El principe de Percia"	El futbol	Ninguno	Bailar y escuchar musica	Soy buena onda, con caracter un poco fuerte, confiable y responsable
4 Sebastián Ronaldito, 16 años	De ciencia ficción	Futbol y natacion	Cristiano Ronaldo, Pelé y Maradona	Pues estudiar	Un hombre
5 Christian Wynek, 15 años	De miedo	Futbol soccer	Cristiano Ronaldo	El graffiti y el futbol	Soy guapo, alegre, rapido, alto y blanco
6 Dewey Ramos Espinosa, 17 años	Casi no acostumbro a ver películas, pero "El joven manos de tijera" o musicales	Futbol americano y los ejercicios mentales	La verdad no tengo favoritos, usualmente el partido se compra y no dan la oportunidad de que un deportista muestre su talento	Trabajar y comer	Soy un chico con problemas como todos los demás, un poco trabajador, me gusta vivir tranquilo y sin problemas, ayudo a personas cuando lo necesitan y soy un chico sencillo
7 Dali Meza, 16 años	De ciencia ficción, de acción, de misterio y de terror	Futbol y volibol	Peter Cech y Lionel Messi	Jugar futbol, estudiar en la escuela y salir	Soy confiable, con una actitud a veces medio impaciente, relajado, también soy activo y feliz
8 Stok Dosp, 17 años	"Sangre por sangre"	Futbol	Lionel Messi	El rap y el graffiti	Un chavo de 17 años, que estudia, hace hip hop y graffiti
9 Luis Berna Álvarez, 17 años	Ninguna en especial	El futbol, fronton y el futbol americano	Cabañas, Reyna, Suazo y Calusha	Ir a la escuela y practicar deporte	Soy una persona que tiene interes por algo
10 Pako Ymay, 16 años	"Resident evil", que sean de zombies o de terror	La natación y el futbol americano	Cristiano Ronaldo y Michael Phelps	Tocar algún instrumento musical	Soy divertido, amoroso, cursi, sociable y soñador

USUARIOS HOMBRES	PREGUNTAS / RESPUESTAS COMPLEMENTARIAS CUESTIONARIO CONTESTADO EN PAPEL				
	¿Cómo prefieres que llamen a los que pertenecen a tu mismo grupo de edad?	¿De qué otra manera se puede llamar a los que pertenecen a tu mismo grupo de edad?	Si alguien te envía una solicitud de amistad en Facebook: ¿Por qué la aceptas?	¿Por qué la rechazas?	¿Te unes o formas parte de los grupos que se proponen en Facebook? a) Sí b) No
1 Tin Martínez, 17 años	Jovenes	Chavos	Porque lo puedo conocer o me cae bien	Porque no lo conozco	b) No
2 Salvador Reyes, 16 años	Jóvenes	Chavos, pubertos	Pues para conocerlo	No rechazo a nadie	a) Sí
3 Narf Mtz, 16 años	Jovenes	Chavos y chavas	Por que pues tal vez me quiere conocer o lo conozco, o solo por agregarlo	No las rechazo	a) Sí
4 Sebastián Ronaldito, 16 años	Adolescentes	Pubertos	Por que esta guapa	Porque no la conozco	a) Sí
5 Christian Wynek, 15 años	Jovenes	Chavos	Si es mujer por bonita y si es hombre pues nada mas	Porque no me agrada la persona	a) Sí
6 Dewey Ramos Espinosa, 17 años	Jóvenes	Chavos	Porque no pierdo mucho, en fin, sé que nunca podré ver a la persona o sólo es un amigo de hace tiempo, etc.	Porque no los conozco y no me gustaría involucrarme con esas personas	a) Sí
7 Dali Meza, 16 años	Compañeros	Colegas	Por que lo conosco y me interesa	Por que no lo conosco y no me interesa o por privacidad	a) Sí
8 Stok Dosp, 17 años	Me da igual: chavos	Jóvenes	Porque si la conosco	Porque me cae mal	a) Sí
9 Luis Berna Álvarez, 17 años	Ningun nombre en especial	Muchachos	Por que a lo mejor me conoce o me quiere conocer	Por que no lo conozco	a) Sí
10 Pako Ymay, 16 años	Chavos o jóvenes	Igual, chavos o jóvenes	Porque la conosco	Porque no la conosco	a) Sí

USUARIOS HOMBRES	PREGUNTAS / RESPUESTAS COMPLEMENTARIAS CUESTIONARIO CONTESTADO EN PAPEL				
	En caso de respuesta afirmativa, ¿puedes mencionar tres de los grupos a los que perteneces?	¿Te gusta jugar a través de los juegos que se proponen en Facebook? a) Sí b) No	En caso de respuesta afirmativa, ¿cuál o cuáles son tus juegos favoritos en línea?	Si es que juegas, ¿te gusta dar a conocer en Facebook tus records obtenidos en esos juegos? a) Sí b) No	¿Respondes los tests que se te envían en Facebook? a) Sí b) No
1 Tin Martínez, 17 años	No aplica	b) No	No aplica	No aplica	b) No
2 Salvador Reyes, 16 años	De graffiteros, de futbolistas y de mi secundaria	a) Sí	Haboo	b) No	b) No
3 Narf Mtz, 16 años	Grupos de la escuela	a) Sí	Angry Birds	b) No	b) No
4 Sebastián Ronaldito, 16 años	Grupos de amigos y de la escuela	b) No	No aplica	No aplica	a) Sí
5 Christian Wynek, 15 años	Grupos de la escuela	b) No	No aplica	No aplica	a) Sí
6 Dewey Ramos Espinosa, 17 años	"Orgullo gay Tlalpan I", "Felicidades, hiciste mierda mi corazón" y "Grupo scouts de México, grupo 53"	a) Sí	Empires and Allies, City Ville y Mario Bross	a) Sí	a) Sí
7 Dali Meza, 16 años	No, por privacidad	a) Sí	"Guitar flash", "Galaxy life" y "Empires and Allies"	b) No	b) No
8 Stok Dosp, 17 años	Hip hop, Cancerbero y Lírica inversa (de música)	b) No	No aplica	No aplica	a) Sí
9 Luis Berna Álvarez, 17 años	Conalep Tlalpan I, Anti reguetoneros y Ritual del Kaoz	b) No	No aplica	No aplica	b) No
10 Pako Ymay, 16 años	Grupos de la escuela y de amigos	b) No	No aplica	No aplica	b) No

USUARIOS HOMBRES	PREGUNTAS / RESPUESTAS COMPLEMENTARIAS CUESTIONARIO CONTESTADO EN PAPEL				
	En caso afirmativo, ¿cuáles son tus tests favoritos?	¿Comúnmente navegas por los links (ligas o enlaces) que se te proponen en Facebook? a) Sí b) No	En caso afirmativo, ¿cuáles son tus enlaces favoritos o los que más regularmente tomas en cuenta?	¿Te gusta hacer "regalos virtuales" (postales, tarjetas, corazones, imágenes, etc.) a través de Facebook? a) Sí b) No	En caso afirmativo, ¿cuál o cuáles son tus regalos favoritos para enviar o recibir?
1 Tin Martínez, 17 años	No aplica	b) No	No aplica	b) No	No aplica
2 Salvador Reyes, 16 años	No aplica	a) Sí	Los que me sirven cuando planeamos salir a algun lado con mis amigos	b) No	No aplica
3 Narf Mtz, 16 años	No aplica	a) Sí	You tube	b) No	No aplica
4 Sebastián Ronaldito, 16 años	Los deportivos	b) No	No aplica	b) No	No aplica
5 Christian Wynek, 15 años	Los de fotos	b) No	No aplica	a) Sí	Enviar a chavas corasones y regalos, etc.
6 Dewey Ramos Espinosa, 17 años	Sobre grupos de música, esas pequeñas rivalidades	b) No	No aplica	b) No	No aplica
7 Dali Meza, 16 años	No aplica	b) No	No aplica	b) No	No aplica
8 Stok Dosp, 17 años	De musica	a) Sí	De musica	b) No	No aplica
9 Luis Berna Álvarez, 17 años	No aplica	b) No	No aplica	b) No	No aplica
10 Pako Ymay, 16 años	No aplica	b) No	No aplica	a) Sí	Cajas de regalos, corazones o caras chistosas

USUARIOS HOMBRES	PREGUNTAS / RESPUESTAS COMPLEMENTARIAS CUESTIONARIO CONTESTADO EN PAPEL			
	Subraya el elemento que te parezca más importante en tu página de Facebook? a) Tu perfil b) Tus fotografías c) Las actualizaciones que haces en tu muro d) Los grupos a los que te unes e) Los juegos y tus records f) Los tests g) Los mensajes escritos	Como sabrás, Facebook permite dar a conocer tu perfil a tu grupo de amigos. ¿Cuál de los elementos arriba mencionados te parece más importante para que lo conozca tu grupo de amigos?	¿Has tenido alguna experiencia desagradable en Facebook? a) Sí b) No	En caso afirmativo, ¿puedes narrarla brevemente?
1 Tin Martínez, 17 años	a) Mi perfil	Las actualizaciones	b) No	No aplica
2 Salvador Reyes, 16 años	a) Mi perfil	Mi perfil	b) No	No aplica
3 Narf Mtz, 16 años	a) Mi perfil	Mi perfil	b) No	No aplica
4 Sebastián Ronaldito, 16 años	a) Mi perfil	Mis estados	b) No	No aplica
5 Christian Wynek, 15 años	a) Mi perfil	Mi muro	a) Sí	Que disen que soy su novio y entro en conflictos con mi novia
6 Dewey Ramos Espinosa, 17 años	e) Los juegos y tus records	Los juegos y los records	b) No	No aplica
7 Dali Meza, 16 años	g) Los mensajes escritos	Mi perfil	a) Sí	No, es privado
8 Stok Dosp, 17 años	b) Tus fotografías	Las fotos	b) No	No aplica
9 Luis Berna Álvarez, 17 años	a) Tu perfil	Mi perfil	b) No	No aplica
10 Pako Ymay, 16 años	a) Tu perfil b) Tus fotografías c) Las actualizaciones que haces en tu muro	Mi perfil	b) No	Hasta ahorita no e tenido ninguna y espero no tenerla

BIBLIOGRAFÍA

Libros:

- Austin, John L. (1990). *Cómo hacer cosas con palabras*. Editorial Paidós Ibérica S. A. Barcelona, España.
- Bertuccelli Papi, Marcella. (1996). *Qué es la pragmática*. Editorial Paidós. Barcelona, España.
- Bourdieu, Pierre. (1988). *La distinción*. Taurus, Madrid.
- Bourdieu, Pierre. (1999). *La identidad como representación*. En Gilberto Giménez, *La teoría y el análisis de la cultura*. Guadalajara: SEP / Universidad de Guadalajara / COMECOS.
- Calsamiglia Blancafort, Helena y Amparo Tusón Valls. (2002). *Las cosas del decir*. Manual de análisis del discurso. Editorial Ariel. Barcelona, España.
- Castells, Manuel. (2003). *La era de la información: El poder de la identidad*. 4ª ed. Vol. II. Buenos Aires. Siglo XXI.
- Christakis, Nicholas A. y James H. Fowler. (2010). *Conectados. El sorprendente poder de las redes sociales y cómo nos afectan*. Ed. Taurus. México, DF. 354 págs.
- Cortina Izeta, Jesús María. (2006). *Identidad, identificación, imagen*. FCE México.
- Corvera Sánchez, Alejandro. (2007). *Conectados a Internet: experiencias en el ciberespacio. Usos sociales y educativos de Internet entre adolescentes*. En: Orozco, Guillermo. *Un mundo de visiones*. (ILCE, 2007-08-22). Págs. 283-302.
- Eco, Umberto. (2000). *Tratado de semiótica general*. Editorial Lumen. Barcelona, España.
- Faerman, Juan. (2011). *Faceboom. El nuevo fenómeno de masas Facebook*. Editorial Océano. México.
- Giménez, Gilberto. (2007). *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*. CONACULTA / ITESO. México.
- Giménez, Gilberto. (2000). *Identidades sociales, identidades étnicas*. México, CEAAL.

- Giménez, Gilberto. La cultura como identidad y la identidad como cultura. IIS, UNAM. Citado en: Racioppe, Bianca. Et. Al. 2008.
- Gómez Alonso, Rafael. (2001). *Análisis de la Imagen Estética audiovisual*. Ediciones del laberinto. Madrid, España.
- González Reyna, María Susana. (1994). *Manual de Redacción e Investigación Documental*. Editorial Trillas, México.
- González Reyna, María Susana. Coordinadora. (2010). *Teorías del discurso. Antología*. FCP y S UNAM, México.
- Hall, Stuart y P. Du Gay. (2003). *Cuestiones de Identidad*. Introducción. ¿Quién necesita identidad? Amorrortu Editores, Buenos Aires. Pp. 13-39.
- Jakobson, Roman. (1988). *Lingüística y poética*. Ediciones Cátedra. Madrid, España.
- Jakobson, Roman. (1995). *Arte verbal, signo verbal, tiempo verbal*. Fondo de Cultura Económica, México.
- Laguarda, R. (2009). *Ser gay en la ciudad de México. Lucha de representación y apropiación de una identidad, 1968-1982*. México, CIESAS.
- Martínez Ojeda, Betty. (2006). *Homo Digitalis: Etnografía de la Cibercultura*. Uniandes – CESO. Colombia.
- Mezrich, Ben. (2010). *Multimillonarios por accidente. El nacimiento de Facebook*. Editorial Alienta. Barcelona España, 2010. 304 páginas.
- Reguillo, Rossana. (2000). *Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto*. Bogotá, Norma.
- Salgado Andrade, Eva. ¿Cómo decir cosas con acciones? Interconexiones entre la pragmática y la antropología. Manuscrito inédito.
- Yus, Francisco. (2010). *Ciberpragmática 2.0. Nuevos usos del lenguaje en Internet*. Ed. Ariel. España.

Tesis:

- Andrade, Lidia del Carmen. (2010). *Adolescentes enredados en redes sociales. ¿Y la pedagogía cómo se acerca a la red?* Tesis de Maestría en Pedagogía, UNAM. Facultad de Estudios Superiores Aragón. 165 págs.

- Vilchis Aparicio, Fernando. (2009). *La construcción de identidad colectiva y redes afectivas de los jóvenes mexicanos en facebook*. Tesis de Licenciatura. Universidad Autónoma de la Ciudad de México. México, DF.

Revistas y periódicos:

- Cebrián Herreros, Mariano. (2010). "El universo virtual de Facebook". En: *Revista Mexicana de Comunicación*. Año XXIII, Núm. 123. México, DF. Septiembre-octubre. Pp. 10 y 11.
- Feixa, Carles. (2003). "Del reloj de arena al reloj digital". En: *Ventana Central: Aportes a la investigación en juventud*. Número 19, julio-diciembre de 2003. Pp. 6-27.
- Gómez Mont, Carmen. (2010). "Más allá de las cifras". En: *Revista Mexicana de Comunicación*. Año XXIII, Núm. 123. México, DF. Septiembre-octubre. Pp. 9.
- Íñigo Madrigal, Luis. (Agosto, 2010). "El lenguaje de los yahoosms". En: *Revista Etcétera*. Núm. 117. Págs. 35-38.
- López Parra, Raúl. (2010). "La reina de las redes sociales". En: *Revista Mexicana de Comunicación*. Año XXIII, Núm. 123. México, DF. Septiembre-octubre. Pp. 12-18.
- Sánchez Silva, Modesto. (2005). "La metodología en la investigación cualitativa". En revista: *Mundo Siglo XXI*. Centro de Investigaciones Económicas, Administrativas y Sociales del Instituto Politécnico Nacional (CIECAS). No. 1. Junio, 2005. Pp. 115-118.
- Winocur, Rosalía. (2006). "Internet en la vida cotidiana de los jóvenes". En: *Revista Mexicana de Sociología*. 68 núm. 3. Universidad Autónoma Metropolitana/Instituto de Investigaciones Sociales. México.

Internet:

- Asociación Mexicana de la Industria Publicitaria y Comercial en Internet (AMIPCI). "Redes sociales en México y Latinoamérica 2011. Septiembre, 2011. México, DF. En: http://www.slideshare.net/gpbolde/estudio-amipci-de-redes-sociales-2011?from=share_email (Consultado el 15 de mayo de 2012).

- Baker, Levi R. y Debra L. Oswald. (2010). "Shyness and online social networking services". Journal of Social and Personal Relationships. Online First, published on September 10.
En: <http://spr.sagepub.com/content/early/2010/09/01/0265407510375261>
(Consultado de 14 de octubre de 2010).
- 1 Billón de usuarios en Facebook al terminar 2012. En:
<http://www.fanaticosdelsocialmedia.com/1-billon-de-usuarios-en-facebook-al-terminar-2012>. (Consultado el 18 de mayo de 2012).
- De Andrea, David C., Allison S. Shaw y Timothy R. Levine. (2010). "Online Language: The Role of Culture in Self-Expression and Self-Construal on Facebook". Journal of Language and Social Psychology OnlineFirst, published on August 10.
En: <http://jls.sagepub.com/content/early/2010/08/09/0261927X10377989>
(Consultado el 14 de octubre de 2010).
- EFE/EI Universal. Martes 14 de junio de 2011. "Facebook, valorada en 100 mil mdd".
En: <http://www.eluniversal.com.mx/articulos/64552.html> (Consultado el 13 de julio de 2011).
- Escobar, Ana Cecilia. Los hábitos de uso de internet mexicanos en 10 puntos. En:
<http://www.bitsenimagen.com/los-habitos-de-uso-de-internet-mexicanos-en-10-puntos>
(Consultado el 31 de enero de 2013).
- Estadísticas Social Media Technologies. (2 de febrero de 2012). "1 billón de usuarios en Facebook al terminar 2012". En:
<http://www.fanaticosdelsocialmedia.com/1-billon-de-usuarios-en-facebook-al-terminar-2012> (Consultado el 18 de mayo de 2012).
- "Historia de YouTube". En: http://www.cad.com.mx/historia_de_youtube.htm
(Consultado el 15 de mayo de 2012).
- Islas, Octavio / Amaia Arribas. (2011) "Principales estadísticas de Internet en México, 2010". *Etcétera, para entender a los medios*. 25 de marzo. En:
<http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=6978&pag=8>
(Consultado el 16 de marzo de 2012).
- Ledbetter, Andrew M., Joseph P. Mazer, Jocelyn M. DeGroot, Kevin R. Meyer, Yuping Mao y Brian Swafford. (2010). "Attitudes Toward Online Social Connection and Self-

Disclosure as Predictors of Facebook Communication and Relational Closeness". Communication Research OnlineFirst, published on September 10.

En: <http://crx.sagepub.com/content/early/2010/09/09/0093650210365537>

(Consultado el 14 de octubre de 2010).

- Lewis, Jane y Anne West. (2009). "Friending: London-based undergraduates, experience of Facebook". *New Media Society*. 2009 11: 1209 Originally published online 28 September. En: <http://nms.sagepub.com/content/11/7/1209>
(Consultado el 14 de octubre de 2010).
- Loría, Arturo. (6 de febrero de 2012). "Facebook cumple 8 años. ¿Hacia dónde vamos?" *Homo Zapping*. Destacadas, Internet y redes sociales. En:
<http://homozapping.com.mx/2012/02/facebook-cumple-8-anos-hacia-donde-vamos/>
(Consultado el 16 de marzo de 2012).
- Merejo, Andrés. "La esfera de lo público y lo privado en redes digitales". En:
<http://www.cibersociedad.net/congres2009/es/coms/la-esfera-de-lo-publico-y-lo-privado-en-redes-digitales/275/> (Consultado el 10 de mayo de 2012).
- Notimex (13 de Junio de 2011). "México, el país con mayor crecimiento de usuarios en Facebook". Tecnología. En:
<http://www.milenio.com/cdb/doc/noticias2011/343aff979b6f06237fc4878ffe450c9c>
(Consultado el 15 de marzo de 2012).
- Racioppe, Bianca Vanesa. Et. Al. "Jóvenes y TICS. Modos de socialización y construcción de identidad (es)". Conectados, Hipersegmentados y desinformados en la Era de la Globalización. 10º Congreso Redcom (4, 5 y 6 de diciembre de 2008). Universidad Católica de Salta. Facultad de Artes y Ciencias. Argentina. En:
<http://www.ucasal.net/unid-academicas/artes-y-ciencias/congresos/redcom10/archivos/redcom-ponencia/Ejes23y4/Eje3/Mesa3-2/Racioppe-Rotouno-Porta-Poire.pdf> (Consultado el 13 de octubre de 2011).
- Real Academia Española
En: <http://lema.rae.es/drae/?val=hipocor%C3%ADstico> (Consultado el 6 de julio de 2012).
- Regueiro, Diego y Magalí Levinton. "Entre lo público y lo privado". *LA NACION*. En:
<http://www.lanacion.com.ar/1060611-entre-lo-publico-y-lo-privado> (Consultado el 10 de mayo de 2012).

- Rosas, Martín. "Facebook: entre lo público y lo privado". En:
<http://sdr.liccom.edu.uy/2010/05/31/facebook-entre-lo-publico-y-lo-privado/>
(Consultado el 10 de mayo de 2012).
- "Supera la cifra de los 40 millones de usuarios de Internet en México: estudio de AMIPCI". (17 de mayo de 2012). En: <http://www.amipci.org.mx/?P=articulo&Article=71>
(Consultado el 19 de mayo de 2012).
- Wikipedia. La enciclopedia libre. "LinkedIn". En:
<http://es.wikipedia.org/wiki/LinkedIn> (Consultado el 17 de mayo de 2012).
- "Zuckerberg hace sonar la campana de Nasdaq por la entrada de Facebook". (18 de mayo de 2012). AFP. En:
<http://mx.finance.yahoo.com/noticias/zuckerberg-sonar-campana-nasdaq-entrada-135501542.html> (Consultado el 18 de mayo de 2012).

Otras fuentes:

- "Red Social" (Película, 2010). Título original: The Social Network. David Fincher, director. Guión de Ben Mezrich y Aaron Sorkin. Jesse Eisenberg, Andrew Garfield, Justin Timberlake y Rooney Mara, protagonistas. Estados Unidos, Sony Pictures. 120 minutos.