

ME EXHIBO, LUEGO EXISTO

**El control de la extimidad digital en la
construcción de la identidad juvenil**

Lic. Daniel Iván Arellano Gutiérrez

Dra. María Alejandra Sánchez Vázquez

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales



ME EXHIBO, LUEGO EXISTO
El control de la extimidad digital
en la construcción de la identidad juvenil

Tesis presentada por
Daniel Iván Arellano Gutiérrez

Para obtener el grado de
LICENCIATURA EN CS. DE LA COMUNICACIÓN

Ensenada, B. C., México, 2017

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

Título: Me exhibo, luego existo. El control de la extimidad digital
en la construcción de la identidad juvenil

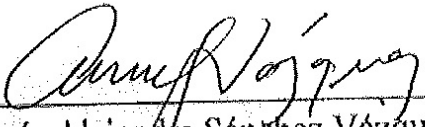
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

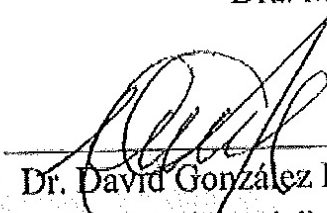
Tesis para obtener el grado de
LICENCIADO EN CS. DE LA COMUNICACIÓN

Presenta

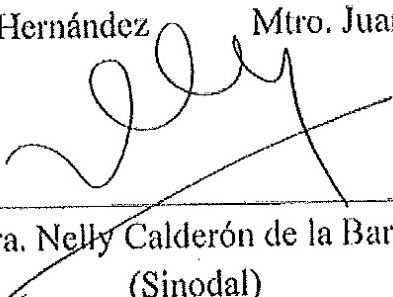
Daniel Iván Arellano Gutiérrez

Aprobado por


Dra. María Alejandra Sánchez Vázquez
(Directora)


Dr. David González Hernández
(Sinodal)


Mtro. Juan Ávalos González
(Sinodal)


Dra. Nelly Calderón de la Barca
(Sinodal)

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN, PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN.....	10
PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	13
MARCO TEÓRICO.....	14
ANTECEDENTES.....	23
ESTADO DEL ARTE.....	31
OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.....	37
METODOLOGÍA.....	38
ANÁLISIS.....	45
1. INTERCONECTIVIDAD JUVENIL: EL CONTEXTO DIGITAL	
1.1 Dominio y preferencia por las nuevas tecnologías	
1.1.1 El dominio del Smartphone.....	46
1.1.2 El uso de múltiples redes y la simultaneidad.....	46
1.1.3 Frecuencia de uso de las diferentes redes.....	47
1.1.4 Híper-conectividad, visualización y socialización virtual juvenil.....	47
1.1.5 El uso perpetuo de las redes: la adicción al espacio virtual.....	48
1.1.6 La ausencia de Smartphone.....	50
1.1.7 Usuarios activos y pasivos.....	50
1.1.8 Las redes sociales, un espacio de libertad y ensayo identitario.....	52

1.2 Tipología de las redes sociales

1.2.1 Redes de convivencia y redes de streaming.....	52
1.2.2 Las redes sociales más populares.....	53
1.2.3 Descripción de las redes más populares.....	56
1.2.4 Instagram: privilegiar lo visible.....	56
1.2.5 Snapchat: la exhibición efímera como tendencia.....	58
1.2.6 YouNow: transmitirse en vivo (y ganar dinero por ello).....	60

1.3 Redes sociales, dinero y espectáculo

1.3.1 Videobloggers: los ídolos del espectáculo digital.....	62
1.3.2 La marca eres tú: la exhibición como fuente de ingresos.....	62
1.3.3 La nueva industria del entretenimiento: YouTube, Videobloggers y la inserción en otros medios.....	64

1.4 Conclusiones primer capítulo

2. APARIENCIAS EN LA PREPARATORIA: EL CONTEXTO ESCOLAR JUVENIL

2.1 Imagen, estatus, likes y popularidad

2.1.1 Perfil digital: interacción y exclusión social.....	66
2.1.2 Likes, estatus y popularidad.....	67
2.1.3 Tumbear likes: el arte de planear qué publicar.....	69
2.1.4 Lo más valorado en redes: el aspecto físico y la moda.....	69
2.1.5 Valoración de la apariencia física según el sexo.....	70
2.1.6 La edición fotográfica y la manipulación de la imagen digital: ocultar la imperfección.....	72

2.1.7 Valoración de la apariencia física a partir de la moda.....	73
2.1.8 La moda: una vía para aparentar otro estilo de vida.....	74
2.1.9 Aparentar popularidad en el perfil digital.....	76
2.2 Entre la crítica y el bullying	
2.2.1 La diferenciación y la crítica del otro: el margen entre ellos y nosotros.....	77
2.2.2 Memes y Bullying: la burla y el acoso.....	80
2.3 Conclusiones segundo capítulo	
 3. FACEBOOK E IDENTIDAD DIGITAL: CRECER CON (EN) LA RED	
3.1 Primeros usos de Facebook y las redes sociales	
3.1.1 Primeros encuentros con las redes sociales: videojuegos, miedo a la exclusión y la influencia familiar.....	84
3.1.2 Primeras publicaciones: del uso lúdico al social.....	86
3.1.3 Primeras interacciones: la socialización local y global.....	87
3.1.4 Aprender a publicar: el grupo de iguales, el error y la supervisión parental.....	88
3.2 Usos actuales de Facebook	
3.2.1 Los usos principales de Facebook: entre chatear y ver la vida del otro.....	90
3.2.2 Breve paréntesis sobre el stalkeo: el hábito de ver chicas.....	91
3.2.3 Hábitos de publicación en Facebook: “esperar a que algo bueno llegue”.....	92
3.3 Facebook e identidad	
3.3.1 La exhibición en Facebook: la pertenencia, el reconocimiento y la identificación.....	94

3.3.2 Facebook y la sección de “Me Gusta”: indagar las preferencias del otro.....	95
3.3.3 Preferencia de contenido y reputación.....	96
3.3.4 Cambiarse el apellido: evidenciar la pertenencia.....	96

3.4 Conclusiones tercer capítulo

4. LÍMITES DE LA EXTIMIDAD: HACIA UNA COMPRENSIÓN DE LA PRIVACIDAD JUVENIL

4.1 Los accesos de privacidad en Facebook y Tumblr

4.1.1 Cantidad de contactos: compartir contenido para un público masivo.....	99
4.1.2 Crear múltiples cuentas: aislar los grupos sociales, separar los roles.....	100
4.1.3 Manejo y uso de los grupos: pertenencia y exclusividad en la red.....	100
4.1.4 Bloquear familiares y hacer publicaciones privadas: una forma de salvaguardar la intimidad y evitar la vigilancia parental.....	102
4.1.5 Tumblr: un espacio virtual ultra privado.....	106

4.2 El significado de la privacidad en relación a los límites de la exhibición

4.2.1 Primeras reflexiones sobre la privacidad.....	107
4.2.2 Lo más privado en Facebook: transgredir los límites de la exhibición.....	108

4.3 El significado de la privacidad con relación a su invasión

4.3.1 Significado de la privacidad con relación a invadir la ajena.....	112
4.3.2 Significado de la privacidad con relación a que la propia sea invadida.....	114

4.4 Conclusiones cuatro capítulo

5. EL ACOSO Y LA EXHIBICIÓN NORMALIZADOS

5.1 El acoso del otro: la omnipresencia de cámaras y el stalkeo virtual

5.1.1 Tomar fotos del otro: el acoso visual.....	119
5.1.2 Hablar del otro: el chisme, la burla y la crítica.....	120
5.1.3 Hablar de (acosar) chicas: un tema de conversación preponderante.....	121
5.1.4 Enjuiciar a los hombres.....	122
5.1.5 Casos concretos de la exhibición: consecuencias y aprendizajes.....	122
5.1.6 El stalkeo: el acoso normalizado.....	124

5.2 El juicio público de lo exhibido: la quemadera

5.2.1 Quemar: la exhibición involuntaria de la intimidad y la pérdida de reputación.....	128
5.2.2 El chisme y la quemadera: desprestigiar al otro.....	130
5.2.3 Memes, Bullying y Quemadera: contrastes y convergencias.....	132
5.2.4 Los grupos de quemados: el escenario del linchamiento digital...	133
5.2.5 Exhibir un acto sexual: la quemadera y la profanación de la intimidad.....	134
5.2.6 La quemadera y el stalkeo: los ejes del aprendizaje del control de la extimidad.....	134

5.3 Conclusiones quinto capítulo

6. CONCLUSIONES

6.1 El origen de la extimidad

6.1.1 Contexto digital: la revolución digital y las redes sociales..... 139

6.1.2 Contexto escolar: las condiciones de la aceptación social
en la preparatoria y la construcción de la apariencia..... 140

6.2 Los controles de la extimidad

6.2.1 Exhibir lo valorado, lo que legitima la pertenencia
y la apariencia tolerable..... 141

6.2.2 El aprendizaje de lo permitido: la construcción de criterio
de lo exhibible..... 142

6.2.3 Los criterios familiares..... 142

6.2.4 Las funciones de Facebook y las estrategias juveniles
para resguardar la privacidad..... 143

6.2.5 Lo público y lo privado: nuevos significados,
nuevos matices, nuevos límites, mismos determinantes..... 144

6.2.6 El acoso digital: el panóptico virtualizado y normalizado..... 145

6.2.6 La quemadera, regulador clave de la extimidad..... 145

6.3 La extimidad, un fenómeno por explorar..... 146

**6.4 La Agenda Setting: una teoría con posibilidades
de readaptarse a los nuevos medios..... 148**

6.5 Opiniones personales..... 150

6.6 Últimas aclaraciones y observaciones..... 152

7. AGRADECIMIENTOS..... 153

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... 155

“La juventud es el principal vínculo entre la escuela y la cultura” — Walter Benjamin

“Internet no nos roba nuestra humanidad, la refleja. Internet no entra dentro de nosotros, nos muestra lo que hay dentro de nosotros” — Josh Rose

“Al final, la elección está entre la seguridad y la libertad: necesitamos ambas, pero no podemos tener una sin sacrificar al menos una parte de la otra. Y cuanto más tenemos de una, menos tenemos de la otra” — Zygmunt Bauman

“En cuanto hay alguien que observe nuestra actuación, nos adaptamos, queriendo o sin querer, a los ojos que nos miran. Tener público, pensar en el público, eso es vivir en la mentira”. — Milan Kundera

INTRODUCCIÓN, PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN

La comunicación ha dado un salto vertiginoso en las últimas dos décadas. La expansión del Internet a nivel global, y posteriormente la aparición de la Web 2.0 han supuesto revoluciones tecnológicas cuyo impacto en la vida social todavía no se ha terminado de perfilar. La aparición de las redes sociales ha jugado un papel fundamental en este proceso de cambio, pues han reconfigurado la dinámica de los hábitos comunicativos.

La inmediatez es una de las principales cualidades de esta nueva forma en que los seres humanos interactuamos y nos comunicamos (Caldevilla, 2010), además de la visibilidad constante, y la creación de vínculos a escala global. Internet se ha convertido en la puerta de entrada del mundo al individuo, y del individuo al mundo, y para atravesar el portón basta con iniciar el dispositivo móvil (o el computador) y conectarse a la red global en cuestión de segundos.

En este panorama de revoluciones digitales y comunicativas, son los jóvenes quienes más se identifican con las nuevas plataformas 2.0, pues para las nuevas generaciones las redes sociales representan el espacio donde le dan sentido a su identidad. Lo anterior, debido a las similitudes que existen entre los procesos de construcción de identidad que atraviesan los jóvenes, y la dinámica de constante edificación de los sitios Web 2.0: al igual que los jóvenes buscan la pertenencia durante su adolescencia a través de apropiarse de conductas, vestuarios, modas y estilos de vida, de la misma manera edifican sus perfiles de Facebook, escogiendo con cuidado aquellos que comparten y con lo que proyectan quiénes quieren ser.

Para diferentes autores, las redes sociales representan el espacio donde los jóvenes prueban, ensayan y desechan identidades, conductas y actitudes, con el objetivo de conseguir aceptación y aprobación de parte del grupo al que desean pertenecer, del grupo con el que desean *identificarse* (Morduchowicz, 2012). Suben información a su perfil personal en forma de fotos, texto, imágenes y canciones que hablan sobre ellos, con el objetivo de que los vean y acepten como miembros de un grupo particular.

Esta investigación parte de la idea de que, dentro de todo este marco de cambios comunicativos y digitales, los jóvenes están incorporando el uso de las nuevas tecnologías de la información (y las redes sociales) en la construcción social de su identidad. Dentro de los nuevos aires de este proceso, la exhibición de la intimidad (o extimidad, concepto que desarrollaremos más adelante) es un elemento crucial, pues controlar qué se publica y qué no se publica deviene en una dinámica que implica decidir y reflexionar constantemente cómo los jóvenes quieren ser percibidos por sus audiencias (Morduchowicz, 2012).

Es un hecho que los jóvenes han desarrollado una creciente necesidad de compartir y exhibir información de sus vidas en la esfera pública para sentirse totalmente “*conectados*”, se sienten más cómodos ante la idea de ser visibles por una audiencia global a través de las redes sociales. Pero, ¿qué tan privada e íntima es esa información? ¿Qué se considera, privado y no privado, íntimo y no íntimo, publicable y no publicable? ¿Consideran los jóvenes que están haciendo pública su intimidad? ¿Cómo aprenden los jóvenes a regular qué publicar y qué dejar fuera del espacio digital? ¿Cómo interviene este proceso en la construcción de la identidad juvenil? ¿Dónde se encuentra la línea entre lo público y lo privado para las nuevas generaciones? ¿Cómo se marca el límite entre lo que está permitido exhibir y lo que no? ¿Quién lo marca? ¿Qué significado tiene lo privado y lo íntimo para los más jóvenes en este nuevo panorama digital? ¿Qué nos dice todo esto de las interacciones humanas en el Siglo XXI?

Esas son algunas de las preguntas que queremos responder en este trabajo, con el objetivo de dilucidar cómo las nuevas generaciones están aprendiendo a construir su identidad a partir de la regulación/exhibición de sí mismos en la red.

Esta tesis surge a partir de un trabajo preliminar, donde las inquietudes sobre la vigilancia que Facebook ejerce y posibilita sobre sus usuarios fueron el eje central. En dicha investigación, se manejó la hipótesis de que existía una “ausencia de criterio” entre estudiantes universitarios al momento de hacer públicos contenidos de su vida privada cuya exposición podía resultar perjudicial.

A partir de esa hipótesis, se hizo un primer acercamiento al tema planteando un posible cambio de significados en los conceptos de privacidad e intimidad, cambio que surgiría a partir de la experiencia juvenil con el uso de las redes sociales. Se buscó entonces definir el

papel de este posible cambio semántico en la percepción juvenil de los riesgos que podría acarrear exhibir información privada en las redes sociales.

Los resultados de aquella investigación arrojaron que los jóvenes tenían dificultades para distinguir lo privado de lo público, al asumir que cierta información “dejaba de ser privada” al momento de publicarlo en Facebook. Por ende, los riesgos parecían no ser percibidos, y desembocaban en una paradoja. Al normalizarse la exhibición de lo privado y al ser esta práctica algo atractivo para los jóvenes, los riesgos implícitos en los peligros de exhibir información privada aparentaban diluirse.

De dicha investigación quedaron varias preguntas sin contestar a profundidad, y muchas incógnitas nuevas surgieron durante el mismo proceso. Entre ellas puedo citar las siguientes: ¿Dónde están los límites entre lo privado, lo íntimo y lo público para las nuevas generaciones? ¿Qué papel juega la exhibición de lo íntimo y lo privado en la construcción de la identidad juvenil mediada por las redes sociales? ¿Cómo aprenden los jóvenes a regular la exhibición de sí mismos?

Así pues, el planteamiento central de esta investigación ha sido identificar cómo los jóvenes aprenden a controlar la exhibición de su intimidad a través de la práctica de compartir contenidos en plataformas digitales como Facebook, donde la dinámica social implica pasar del consumo de contenidos a la producción de los mismos. Es en este contexto que los adolescentes desarrollan técnicas, mecanismos, aprendizajes y estrategias al momento de exhibirse por las redes, restringiendo accesos, bloqueando contenidos y contactos, y en sí, delimitando nuevas fronteras digitales entre lo público y lo privado reguladas por ellos mismos.

Para profundizar en este tema, decidimos retomar investigaciones sobre el papel que las redes sociales desempeñan en la construcción social de la identidad juvenil, por lo que recurrimos a dos autoras que para este trabajo fueron cruciales: Roxana Morduchowicz y Rosalía Winocur, académicas latinoamericanas que han investigado la construcción social de la identidad juvenil, la relación de los adolescentes con los medios y las redes sociales, y la exhibición de la intimidad entre las nuevas generaciones.

En esta investigación trabajamos con 4 estudiantes de preparatoria pública, todos usuarios frecuentes de las redes sociales y acostumbrados a navegar en la red y compartir contenidos de forma cotidiana. La investigación fue de corte cualitativo, utilizando como herramientas metodológicas la entrevista a profundidad grupal y la observación participante.

Se privilegió este enfoque sobre el cuantitativo por los deseos de profundizar en el tema antes que demostrar su alcance, pues si bien los participantes en esta investigación no representan a todos los jóvenes, pensamos que varios de los hallazgos aquí encontrados se pueden extrapolar —con sus limitaciones— a otros contextos, pues el cambio de paradigma tecnológico es un acontecimiento de impacto macro social y global.

Datos que ayudan a entender la magnitud del fenómeno de la exhibición de la intimidad en las redes sociales son los expuestos por Caldevilla (2010): “Más de 30 millones de usuarios actualizan sus datos al menos una vez al día. [...] Más de mil millones de fotos son subidas al sitio cada mes” (p. 64).

Si hablamos de millones de personas actualizando su perfil a diario con fotografías e información de todo tipo de formatos (visual, audiovisual, textual, sonoro), es fácil establecer que el fenómeno de la exhibición de la intimidad no es de carácter local, sino global y masivo, lo que sólo enfatiza la urgencia de investigar cómo exhibir la intimidad interviene en el proceso de construcción de la identidad, en este caso hablando específicamente de la juvenil.

La pertinencia de este trabajo radica en lanzar algo de luz sobre la dirección que la comunicación y la interacción interpersonal están tomando en la sociedad contemporánea, enfocándonos en cómo el control de la exhibición de la intimidad se desarrolla entre los usuarios más jóvenes. Vemos en este proceso de control y regulación de la exhibición de la intimidad de los jóvenes un fenómeno que amerita ser estudiado por lo vigente e inexplorado del tema.

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

¿Cómo aprenden los jóvenes a regular y controlar la exhibición de sí mismos en las redes sociales?

¿Cómo establecen los jóvenes los límites entre lo que está permitido exhibir en las redes sociales?

¿Cómo se relaciona la exhibición de la intimidad en las redes sociales con el proceso de construcción social de la identidad juvenil?

MARCO TEÓRICO

A continuación se presenta un marco teórico sobre el proceso de construcción de la identidad, la condición juvenil y las culturas juveniles, la Web 2.0, las redes sociales, los nativos digitales, la exhibición de la intimidad, así como algunos conceptos claves para enmarcar el estudio de la juventud y la construcción de la identidad adolescente a través de la red.

La construcción de la identidad

Antes de precisar el concepto de identidad empleado en esta tesis, es necesario introducir a Roxana Morduchowicz, investigadora argentina que se ha dedicado a investigar la construcción de la identidad juvenil en los adolescentes a través de internet y las redes sociales.

Dentro del perfil de Morduchowicz podemos mencionar que es Doctora en Comunicación por la Universidad de Paris VIII, y que dentro de su carrera académica ha realizado incontables investigaciones sobre los adolescentes y su interacción con las tecnologías, desde su consumo cultural y su vínculo con las pantallas (celular, televisión y computadora), hasta la incidencia de Internet en su vida diaria.

Para este trabajo de tesis decidimos retomar los hallazgos de su libro “Los adolescentes y las redes sociales. La construcción de la identidad juvenil en Internet” (2012). Es a partir de este título que desarrollaremos varias de las ideas aquí planteadas, tales como la relación entre los jóvenes y los medios de comunicación, las nuevas culturas juveniles, la importancia que los jóvenes le dan a ser vistos y percibidos por una audiencia virtual, el nuevo paradigma de exhibir la privacidad en las redes sociales, los significados de lo público y el valor de lo privado para los jóvenes.

Para Morduchowicz —al igual que para muchos autores— la identidad es la expresión de la cultura internalizada. Esto quiere decir que la identidad cultural se construye *social* y *culturalmente*. En este proceso inciden instituciones sociales como la familia, el estado, los medios de comunicación y todos los grupos sociales a nuestro alrededor como los amigos, de quienes aprendemos códigos y cosmovisiones en común, esquemas para categorizar y entender el mundo que nos rodea y modelos compartidos desde donde pensar, sentir, creer, desear y temer. De esta manera, se construye y reafirma nuestra pertenencia a un grupo social particular (p. 18).

En medio de todas estas fuentes de códigos e imágenes que determinan cómo ser y hacer, los medios de comunicación funge como una de las principales instituciones proveedoras de esquemas culturales, fundamentales en la construcción de la identidad juvenil (p. 19).

Sin embargo, es necesario aclarar que la identidad posee una definición doble: a la vez que es utilizada para definir un proceso de *identificación* con “el otro” que nos permite compartir miradas *idénticas* (o muy similares) con nuestros grupos de pertenencia, la identidad incluye a la vez un significado de *diferencia*, de distinción y distancia de los otros, de lo que “no somos”. En palabras de la autora, “somos nosotros porque existe un los otros, y viceversa” (p. 20).

Así pues, la identidad se consolida no sólo a través de identificarnos con lo que somos, sino también por medio de identificar lo que *no somos*, de separarnos de los grupos a los que no deseamos pertenecer. Retomaremos este concepto más adelante para profundizar en su relación con los medios de comunicación.

La condición juvenil y las culturas juveniles

Entre los autores latinoamericanos que se han dedicado a investigar el tema de la juventud en México destaca Rossana Reguillo, originaria de Guadalajara y experta en estudios sobre la identidad y las culturas juveniles en los que se cruzan disciplinas como los estudios culturales, la antropología y la comunicación.

Para adentrarnos en el estudio de la juventud y comprender sus desafíos, contradicciones y problemas es necesario retomar lo que Reguillo denomina la “condición juvenil” (2010), término utilizado por la autora para definir “un conjunto multidimensional de formas particulares, diferenciadas y culturalmente ‘acordadas’ que otorgan, definen, marcan, establecen límites y parámetros a la experiencia subjetiva y social de las/los jóvenes” (p. 401).

Parafraseando a Reguillo, esta “condición” se refiere al conjunto de variables culturales y estructurales —tales como clases, prácticas, posiciones, prescripciones, autorizaciones y categorías— asumidas como “naturales” por la franja etaria denominada como “joven”. Es a través de este mecanismo que los sujetos considerados “jóvenes” son enmarcados dentro de una dinámica socio-cultural geopolítica e históricamente configurada, o, por decirlo de otra manera, como los diferentes contextos estructuran la “identidad juvenil” (p. 401).

La siguiente cita de la autora servirá para enriquecer y dar claridad a la utilidad del concepto:

...la “condición juvenil” es un concepto que posibilita analizar, de un lado, el orden y los discursos prescriptivos a través de los cuales la sociedad define lo que es “ser joven” y, de otro, los dispositivos de apropiación o resistencia con que los jóvenes encaran estos discursos u órdenes sociales. Se trata de [retomar] un análisis que [...] busca incorporar la dimensión subjetiva de los jóvenes en su proceso de constitución como actores sociales (p. 402).

En otras palabras, la juventud es, al igual que otras categorías, un constructo social vinculado y determinado por procesos y contextos sociohistóricos. No se puede, pues, hablar de una “esencia” de la juventud, pues los campos de representación que se pueden enmarcar dentro de este término están siempre en perpetua construcción (Reguillo 2003, p. 103).

Otro autor que se ha dedicado al estudio de las juventudes en México es José Valenzuela, actual profesor-investigador del Departamento de Estudios Culturales de El Colegio de la Frontera Norte. Sus investigaciones han abordado temas relacionados con cultura e identidad, fronteras culturales, movimientos sociales, culturas juveniles, sociología urbana y cultura popular.

En su texto “El futuro ya fue”, Valenzuela coincide con Reguillo al momento de afirmar que las identidades juveniles son constructos socio-históricos heterogéneos que están en constante cambio:

El análisis de los procesos de conformación de las identidades o identificaciones juveniles nos permite avanzar en la comprensión de los jóvenes y las culturas juveniles, por lo que cuando hablo de identidades o identificaciones juveniles me refiero a procesos intersubjetivos de conformación de límites de adscripción no estáticos ni esencialistas (p. 36).

Según el investigador, la juventud se construye a partir de múltiples áreas de la realidad social (p. 35). Dicho con sus palabras, “la condición juvenil sólo adquiere sentido dentro del contexto social más amplio y en su relación con lo no juvenil [...] por lo que no pueden definirse como formaciones ópticas sino contextuadas” (p. 36).

Junto con la condición juvenil, Reguillo menciona también la perspectiva conceptual de las “culturas juveniles” (2003), término con el que se busca romper con las identidades esenciales y los imperativos territoriales de “lo joven”: “Es una mirada que trata de no perder al sujeto juvenil pero se busca entenderlo en sus múltiples “papeles” e interacciones sociales” (p. 112).

Es importante mencionar que a pesar de las diferencias sociales —ya sea de género, de clase o de cualquier otro tipo— que persisten entre las juventudes, la autora también apunta la existencia de varias características definitorias de las culturas juveniles en el Siglo XXI, entre las que se enlistan las siguientes:

1. Poseen una conciencia planetaria, globalizada, que puede considerarse como una vocación internacionalista. Nada de lo que pasa en el mundo les es ajeno, se mantienen conectados a través de complejas redes de interacción y consumo.
2. Priorizan los pequeños espacios de la vida cotidiana como trincheras para impulsar la transformación global.

3. Existe un respeto casi religioso por el individuo que se convierte en el centro de las prácticas. Puede decirse que la escala es individuo-mundo y que el grupo de pares no es ya un fin en sí mismo, sino una mediación que debe respetar la heterogeneidad.
4. Selección cuidadosa de las causas sociales en las que se involucran.
5. El barrio o el territorio han dejado de ser el epicentro del mundo (p. 114).

Para esta investigación la condición juvenil será retomada como marco de análisis que reconozca la diversidad que representa el constructo social de “lo joven” dentro de una cultura heterogénea. En este caso, el uso de las redes sociales para exhibir la intimidad será la práctica clave que comparten los participantes de este trabajo.

Web 2.0 y Redes sociales

Las nuevas tecnologías han provocado una oleada de cambios en la interacción del ser humano. Durante las últimas dos décadas, la revolución de las tecnologías digitales ha transformado la comunicación de formas antes inimaginables. El acceso a Internet hoy ofrece una cobertura impresionante: tan sólo en el 2014, dos mil trescientos millones de usuarios (aproximadamente un tercio de la población mundial) se conectaron a través de este medio, según cifras del International Telecommunication Union (ITU, 2014); y la cifra va en aumento.

Sin lugar a dudas, el auge de las nuevas Tecnologías de la Información (TIC) desarrolladas en los últimos veinte años ha tenido un impacto gigantesco en la comunicación masiva, y sus efectos en la interacción social todavía no se han terminado de perfilar.

Hoy basta con enviar un mensaje por Whatsapp para conversar con alguien a mil kilómetros de distancia en tiempo real, o publicar una fotografía en Instagram para comunicarle a todo el mundo lo qué estás haciendo de manera inmediata. Las noticias locales tienen la posibilidad de volverse temas de conversación de la opinión pública global en cuestión de minutos a través de Twitter, mientras que Facebook permite que te mantengas al tanto de la vida de tus amigos y familiares con tan sólo revisar sus perfiles un minuto. La comunicación, en pocas palabras, se ha vuelto más veloz e inmediata que nunca en toda la historia de la humanidad. Como menciona David Caldevilla (2010):

La instantaneidad es el gran avance al que todos nos hemos habituado sin dificultad. Lo asumimos como lógico, como natural, mientras que hace dos mil años, cualquiera de estas transmisiones de información hubieran supuesto meses a caballo o desplazamientos eternos en barcos o ferrocarriles. La incesante evolución y el progreso hacen que todo el mundo quiera participar y aprovecharse de la tecnología de forma inmediata (p. 54).

Un término a considerar para comprender la revolución digital actual es la Web 2.0, neologismo que se utiliza para denominar espacios virtuales donde la interacción entre los usuarios y la creación de contenidos son las características principales de sus plataformas. Ya sea aportando información nueva sobre su persona directamente, o al relacionarse con otros usuarios, este tipo de redes están en constante cambio, siempre en continua construcción gracias a la intervención de los mismos usuarios.

A los espacios digitales que poseen esta particularidad de perpetua construcción se les conoce como Web 2.0, o Internet participativa, pues —tal como su nombre lo indica— son espacios donde los usuarios crean el sitio web a partir de contenido propio, tales como textos, imágenes, videos, fotografías, y otro tipo de informaciones compartidas con público que representa el universo de amigos (contactos) en la red de cada usuario. La siguiente cita de Ortega (2008) ilustra con precisión y concisión las propiedades que encierra este término:

La Web 2.0 es participativa por naturaleza. En ella los usuarios no suelen adoptar una actitud pasiva, sino todo lo contrario. No sólo leen, también discuten, comentan, valoran, opinan, proponen, anuncian, enlazan, escriben, publican, intercambian, escogen, corrigen, comparten... Es decir, participan activamente. De hecho, en numerosas Web 2.0, los usuarios sienten que la web es suya, y ese sentido de pertenencia está plenamente justificado (p. 18).

Redes sociales como Facebook, Twitter, Tumblr, Blogger, Instagram y Flickr, todas pertenecientes a las plataformas Web 2.0, han sido un parteaguas en la comunicación interpersonal. Tal como lo explica Sánchez (2010) parafraseando a Coyle & Vaughn (2008): “Las posibilidades que ofrecen las redes sociales en Internet han supuesto una revolución social de tal magnitud que han modificado para siempre nuestra forma de relacionarnos” (p. 177).

Una definición que sirve para dejar claro lo que entenderemos como red social en esta investigación es la propuesta de Castañeda y Gutiérrez (2010):

Cuando [...] utilizamos el término red social nos referimos específicamente a aquellas herramientas telemáticas de comunicación que tienen como base a la Web, se organizan alrededor de perfiles personales o profesionales de los usuarios y tienen como objetivo conectar secuencialmente a los propietarios de dichos perfiles a través de categorías, grupos, etiquetados personales, etc., ligados a su propia persona o perfil profesional (p. 1).

Una de las características principales de estos sitios digitales es la creación de vínculos y conexiones entre los usuarios, pues como lo comenta Sánchez (2010), las redes sociales son:

...estructuras sociales que conectan a un conjunto de actores (individuos, grupos, organizaciones, etc.) vinculados unos a otros a través de relaciones declaradas explícitamente. Estas relaciones pueden ser afectivas (redes como Badoo, OKCupid o PassionsNetwork), laborales (LinkedIn, Xing o Yammer), de amistad (Facebook, Tuenti o MyLife), por una afición común (TravBuddy, Flickr o MySpace) o de cualquier otro tipo (p. 176).

Compartir información es indispensable para que la dinámica de construcción e interacción de las redes sociales se lleve a cabo. Esto se advierte cuando se entra en ellas y lo primero que aparece en la pantalla son botones con frases como: “¿Qué estás pensando?”, “Actualizar Información”, “Compartir”, “¿Qué estás haciendo?”.

Nativos digitales y redes sociales

Si bien hoy en día los usuarios de las redes sociales pertenecen a gran variedad de grupos, en esta investigación nos interesa estudiar específicamente la interacción de un grupo en particular: los denominados “*Nativos Digitales*”, también conocidos como “millennials” en el léxico popular, aunque no exista consenso sobre el rango de edad que puede ser catalogado bajo este neologismo.

El término de Nativos Digitales fue acuñado por Marc Prensky en el 2001 para describir a aquellas generaciones nacidas a partir de 1980, en un período donde la tecnología digital (ordenadores, celulares, MP3) ya estaba lo suficientemente desarrollada para estar al alcance de la población general, provocando que la relación de dichas generaciones con los medios digitales hoy sea completamente natural. Una descripción muy acertada de este grupo es la que hace Oliva (2012):

Estos adolescentes tienen acceso al conocimiento, un mayor dominio de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC), movilidad geográfica, dominio del inglés como lengua común, preeminencia de la imagen y lo audiovisual, así como nuevas formas de expresarse y relacionarse (p. 2).

Una forma de entender a los nativos digitales es a partir de su relación con la tecnología. Núñez, García y Hermida (2012), parafraseando a Jeroem Boschma (2007), describen la interacción social que los jóvenes tienen a través el ordenador de la siguiente forma:

“...para los adolescentes de ahora, el ordenador no es una máquina tecnológica, sino una máquina social. [...] Tienen una gran capacidad de comunicación, necesitan expresar lo que piensan y lo que sienten y aspiran a cambiar el mundo.” (p. 6).

Son precisamente los nativos digitales quienes poseen mayor participación en las redes sociales, pues tal cómo lo expone Castañeda (2010):

...a principios de 2009 el 69% de los usuarios de redes sociales en España correspondía a la franja de edad de los 15 a los 34 años”. Por otro lado, González (2012) expone lo siguiente: “si en el año 2008 solo el 30% de los jóvenes de Singapur hacían uso de las redes sociales [...] en 2011, el 99% de los jóvenes con edades comprendidas entre 7 y 24 años son usuarios de estas redes sociales (p. 17).

El uso que los nativos digitales hacen de las redes sociales es diverso, pues la cantidad de posibilidades que ofertan los espacios de la Web 2.0 para interactuar con otros usuarios abarca muchas áreas de la socialización humana. Tal como lo define Castañeda (2010):

Las redes sociales se han convertido en el espacio de interacción social preferido entre los más jóvenes, y que además de para divertirse, comunicarse, jugar, cotillear, en resumen, vivir y estar, suponen un espacio privilegiado de aprendizaje y conocimiento que es interesante tener en cuenta dentro del ámbito educativo (p. 17).

Es en este tipo de espacios donde los jóvenes usuarios expresan sus pensamientos y alzan la voz para compartir sus experiencias con el resto del mundo. Como lo comenta Morduchowicz (2012): “Ser autor de un blog o de un perfil en una red social les da la posibilidad [a los jóvenes] de ejercer el derecho a participar y a hacerse oír” (p. 11).

La preferencia que los jóvenes tienen por este tipo de espacios la podemos entender a mayor profundidad si examinamos la búsqueda perpetua de pertenencia que atraviesan las juventudes. Como sujetos que buscan pertenecer a un grupo y encontrar su lugar en el mundo, los adolescentes están siempre cuestionando su identidad, transformándose a sí mismos según lo que piensan que la sociedad valora.

Parafraseando a Morduchowicz, para el adolescente es indispensable estar en constante prueba de representaciones nuevas y desecho de aquellas que observan que son rechazadas por sus iguales (p. 61). Esta característica propia de la adolescencia explica el por qué los jóvenes se sienten tan atraídos por sitios como Facebook, pues este tipo de plataformas 2.0 le dan la oportunidad a los usuarios de estar continuamente cambiando y transformando el contenido del espacio digital, que perciben como extensión de su identidad (Morduchowicz, p. 62).

Extimidad

Antes de proseguir con los antecedentes sobre la relación entre las nuevas tecnologías y la construcción de la identidad juvenil, es necesario detenernos en un apartado muy importante para esta investigación: la extimidad.

La tendencia juvenil apunta a revelar información íntima en la esfera pública, convirtiendo los datos personales en información colectiva. A esta práctica de exhibición de la intimidad

se le denomina *extimidad*, que Lucía Tello describe (citando a Pérez-Lanzac y Rincón) en su artículo “Intimidad y «extimidad» en las redes sociales. Las demarcaciones éticas de Facebook” de la siguiente manera:

«La masificación de las redes sociales ha generalizado un concepto que los expertos llaman «extimidad», algo así como hacer externa la intimidad, y que tiene su origen en el auge de los «reality shows» y de la Web 2.0» (Pérez-Lanzac & Rincón, 2009). Si por intimidad entendemos la información personal que no debe ser revelada o hecha pública (Kieran, 1998: 83), o aquello que «sería y legítimamente queremos proteger de la publicación» (Olen, 1988: 61), el que sea posible rastrear nuestra presencia en Internet, nuestra «extimidad», implica la vulneración de nuestros derechos (p. 209).

Concepto originalmente propuesto por el médico psiquiatra y psicoanalista Jacques Lacan, para definir un centro intermedio fuera del sujeto, la extimidad designa una parte inaccesible del sujeto y que sólo puede percibirse a través del otro:

El término «extimidad» rompe el binario interior-exterior y designa un centro exterior a lo simbólico, lo que conlleva la producción de un hiato en el seno de la identidad consigo mismo, vacío que la identificación no llegará a colmar. Lo «éximo» podría definirse como ese objeto extraño que habita en ese Otro que es el sujeto para sí mismo y que eventualmente puede localizarse afuera en el otro (Extimidad. El curso de orientación lacaniana, 2012) (Tello 2013, p. 3).

Al contrario del carácter que la intimidad tuviera en el siglo XIX y XX, donde la información privada era considerada como un bien preciado cuya visibilidad era indeseada, en la actualidad hemos dado un giro de 360 grados para pasar a confirmar nuestra existencia a través de la publicación de la intimidad, colocando a la extimidad como proceso fundamental en la definición de nosotros mismos. Tal como lo expresa Reyes Rincón, citando a Paula Sibilia, en su artículo “*Tu 'extimidad' contra mi intimidad*” publicado en El País:

¿Qué ha sucedido en la sociedad para que haya cambiado tanto la idea de lo íntimo? En la última década el fenómeno ha explotado. La gente cuelga en YouTube sus ecografías, vídeos de porno casero, todo. ¿Qué está pasando para que la intimidad haya dejado de ser ese valor tan preciado de los siglos XIX y XX? Lo que ha sucedido es que ha cambiado la forma en que nos construimos como sujetos, la forma en que nos definimos. Lo introspectivo está debilitado. Cada vez nos definimos más a través de lo que podemos mostrar y que los otros ven. La intimidad es tan importante para definir lo que somos que hay que mostrarla. Eso confirma que existimos.

Sin embargo, es importante aclarar que la extimidad no se limita a la publicación de la intimidad meramente, pues en este proceso también interviene una reconstrucción de la

identidad. Tal como lo explica José Errasti —profesor de Psicología en la Universidad de Oviedo— en el mismo artículo de Reyes Rincón:

Pero la extimidad no consiste exclusivamente en mostrar lo que está dentro, sino que al hacerlo también construyes de otra forma lo que está dentro. Un ejemplo: los concursantes de Gran Hermano al saberse observados sienten de forma distinta que si no fueran mirados. No están impostando; sencillamente cuando somos observados sentimos cosas diferentes.

ANTECEDENTES

Ya descritos los conceptos clave de nuestra investigación, haremos una revisión de los estudios que han alcanzado hallazgos previos sobre los temas de nuestra problemática, con el objetivo de tener una base desde donde iniciar y desarrollar las reflexiones de este trabajo.

Estudios sobre juventud

Para hablar de estudios sobre juventud existen incontables trabajos y autores que se pueden citar, tanto de Latinoamérica como de México. En esta investigación nos centraremos en las propuestas de Reguillo, mencionando también de manera breve algunas reflexiones del trabajo de Valenzuela.

En su texto “La condición juvenil en el México contemporáneo” (2010), Reguillo señala que entre los jóvenes la desigualdad salta de inmediato a la vista a través de dos “palabras clave”: las alternativas y el acceso (p. 396).

Con esto se refiere a la brecha existente entre aquellos que tienen (y no tienen) la posibilidad de escoger el curso de sus vidas desde un amplio margen de libertad, así como a sus posibilidades de acceder a bienes sociales, culturales y políticos como pueden ser la educación, la ropa de moda, la tecnología o las diferentes identidades que ofrece el mercado del tardocapitalismo. Y es que, en efecto, “uno de los sectores más vulnerables por el empobrecimiento estructural, es precisamente el de los jóvenes” (Reguillo 2003, p. 105).

Al igual que la investigadora jalisciense, Valenzuela apunta en sus reflexiones la vulnerabilidad de los jóvenes latinoamericanos:

La población latinoamericana, y en especial la juvenil, vive atrapada en fuertes condiciones de vulnerabilidad [...] que se definen por el incremento de la pobreza, el desempleo, subempleo, informalidad, y precarización laboral (p. 45).

Parafraseando a Reguillo, los jóvenes de hoy, en su proceso de búsqueda de sentido y pertenencia, se enfrentan a cambios estructurales y culturales del tardocapitalismo que trastocan lógicas y dinámicas claves en la estimulación y orientación de la conformación de su grupo de pares. Además, desarrollan este proceso en un contexto de “desdibujamiento de las instituciones y de la seguridad que ellas representaban, y [viven una] dislocación de las ofertas de sentido” (p. 413).

Por su parte, en su texto “El futuro ya fue” (2009), Valenzuela también analiza el panorama de una juventud que ha perdido la confianza en las instituciones, que percibe la pobreza y la

crisis como referencia de vida, que sufre la ausencia de opciones ocupacionales y la atenuación de la educación como recurso de movilidad social (p. 20).

En el mismo artículo, Valenzuela señala lo necesario de realizar este tipo de estudios:

...los jóvenes y las mujeres han sido actoras y actores centrales de los principales procesos socioculturales de las últimas seis décadas, por lo que resulta imprescindible incorporar en los estudios de juventud una serie de temas, problemas y perspectivas heurísticas que definen los sentidos y significados de sus vidas (p. 20).

Valenzuela afirma que durante el siglo XX la expresión de las culturas, formaciones, praxis y estilos juveniles se vieron fortalecidos, definiéndose de forma diversa en articulación con las propuestas emanadas desde las industrias culturales (p. 31).

Con relación a los estudios de la juventud, el investigador del Colef menciona que en las últimas dos décadas se han realizado avances importantes para delimitar la condición juvenil:

En la mayoría de los textos se han abandonado las posiciones ónticas y esencializantes, así como la reducción de los jóvenes a poblaciones (in)definidas desde rangos de edad preestablecidos o a condiciones exclusivamente económicas, biológicas o psicológicas (p. 36).

Una propuesta a considerar es el marco que Reguillo utiliza para analizar la situación de los jóvenes en México, en el que señala tres dimensiones básicas: “1. La cuestión de la membresía o pertenencia 2. El papel de las creencias y la búsqueda de sentido y 3. La relevancia del consumo como factor constituyente de las identidades juveniles” (p. 404).

En este trabajo retomaremos con especial relevancia esta propuesta de Reguillo, pues partiremos de la relación entre pertenencia-sentido-consumo para estudiar cómo se desarrollan las identificaciones juveniles que son exhibidas a través de las redes sociales, recuperando la dimensión estética como la variable preponderante en la juventud de interés para esta investigación.

Dentro de su texto “Las culturas juveniles” (2003), Reguillo retoma la perspectiva de Canclini y Bourdieu sobre el “consumo cultural como forma de identificación-diferenciación social” (p. 111). En línea con estos dos autores, Reguillo menciona que este proceso de consumo pone al centro del debate el arraigo de una “cultura-mundo” en la dinámica social, cuyo impacto repercute “en los modos de vida, los patrones socioculturales, el aprendizaje y fundamentalmente en la interacción social” (p. 111).

Sobre esto, cabe mencionar que estudios realizados por Reguillo en el 2000 señalan el peso que ciertas formas de consumo tienen para los jóvenes, donde la ropa, los accesorios y la música constituyen los bienes más deseados por este sector, siendo “la apariencia y la

moda” dos elementos muy importantes para los jóvenes (p. 419). En pleno 2016, la vigencia de los hallazgos de Reguillo siguen resultando útiles, pues pareciera que “el conflicto actual “más llamativo” entre (y no en contra) los jóvenes [todavía] se teje precisamente en torno a las dimensiones socioestéticas” (p. 421).

Reguillo también hace hincapié en la importancia ascendente de las industrias culturales en la reconfiguración y construcción del sujeto juvenil:

El vestuario, la música y ciertos objetos emblemáticos constituyen hoy una de las más importantes mediaciones para la construcción identitaria de los jóvenes, elementos que se ofrecen no solo como marcas visibles de ciertas adscripciones sino fundamentalmente como lo que los publicistas llaman con gran sentido “un concepto, un estilo”. Un modo de entender el mundo y un mundo para cada necesidad, en la tensión-identificación-diferenciación. Efecto simbólico – no por ello menos real – de identificarse con los iguales y diferenciarse de los otros, especialmente del mundo adulto (p. 106).

Si retomamos las reflexiones de la autora en su texto del 2010, observaremos que Reguillo introduce el término de “dobles” del mercado para referirse a tres dimensiones constitutivas de lo social que para la condición juvenil son sustanciales: el consumo, la piratería y la producción de forma estéticas masivas (p. 418). A lo largo de nuestro trabajo de análisis veremos aflorar estas tres dimensiones en la dinámica de identificación y exhibición a través de las dinámicas de extimidad en los nuevos medios.

Sobre las ideas de Reguillo, también podemos mencionar su perspectiva sobre la reconfiguración en la producción de identidades:

...estarán cada vez más articuladas [las identidades] a ‘repertorios’ eclécticos, diversos y ‘personales’, y enderezadas hacia la oferta del mercado, en las que el consumo selectivo individual-grupal y la posibilidad de acceso por vías no formales jugarán un papel fundamental (p. 423).

Otro elemento clave a destacar entre los antecedentes de Reguillo es el papel que le concede a la amistad que emana del “grupo de iguales”, señalado por la autora como un “cinturón de protección y seguridad” frente al mundo adverso y con grandes carencias de sentido dejado por las instituciones (p. 414): “...la búsqueda de “compensación” frente al vacío dejado por las instituciones se realiza, no desde la ciudadanía o desde la demanda política del reconocimiento del yo-actor, sino a partir de las múltiples y complejas pertenencias del sujeto juvenil” (p. 417).

Así, la autora jalisciense apunta que frente a la imposición del narcisismo y el individualismo que el modelo neoliberal promueve entre las sociedad y la juventud, los amigos pasan a conformar una organización clave que “empuja en sentido contrario” al del paradigma económico, hacia un espacio de comprensión y cohesión (p. 417).

Cabe precisar que, en opinión de la autora, en los últimos años los estudios sobre juventud han dejado de poner su foco de atención en los ámbitos y prácticas sociales de los jóvenes para estudiar la configuración de grupalidades juveniles. Así, los géneros musicales, las tribus urbanas, la política, el uso de los medios convencionales y las nuevas tecnologías pasan a convertirse en elementos clave para identificar las relaciones y culturas juveniles, así mismo los “usos y decodificaciones y recodificaciones de los significados sociales de y para los jóvenes” (p. 112).

Nativos Digitales, construcción de la identidad y las nuevas culturas juveniles

Como planteamos al inicio de este trabajo, el objetivo de esta investigación es identificar cómo los jóvenes aprenden a controlar la exhibición de su intimidad en las redes sociales, práctica en la que interviene el proceso de construcción social de la identidad juvenil. Sin embargo, antes de incursionar de lleno en las reflexiones de nuestro análisis, es necesario explicar cuáles son las relaciones que hay entre la intimidad de los jóvenes, y su proceso de construcción de identidad a través de las redes sociales.

Morduchowicz menciona que la relación entre la identidad juvenil y los medios de comunicación es un elemento clave en la conformación de las culturas juveniles del Siglo XXI.

Durante esta etapa del desarrollo humano, los adolescentes atraviesan una ola inmensa de cambios e incertidumbre, que los llevan a hacerse preguntas fundamentales que antes les resultarían indiferentes: ¿Quién soy? ¿Para qué estoy aquí? ¿A dónde pertenezco? ¿Qué sentido tiene la vida? Es a partir de esos cuestionamientos que los jóvenes inician una búsqueda indispensable en la madurez de todo ser humano: la búsqueda de un sentido de pertenencia y la comprensión de sí mismos. Para ello, exploran su entorno constantemente y observan los diferentes grupos sociales a su alrededor, buscando en donde pudieran “encajar”.

Para la autora, el lugar desde el que los jóvenes le dan sentido a su identidad son los medios masivos e Internet, pues estos espacios son percibidos por los adolescentes como suyos, y a través de ellos se entienden a sí mismos, modelan identidades (individuales y colectivas), y *“aprenden a hablar de sí mismos en relación con los otros”*.

Tal como lo menciona Morduchowicz, los jóvenes se sienten seguros al usar los nuevos medios —como el Internet y las redes sociales— porque estos los empoderan (al menos simbólicamente), al permitirles: 1. Escoger cuándo y ante quién aparecer visible (el control de la conexión-desconexión), 2. Explorar, navegar, descubrir y conquistar nuevos espacios en el infinito mundo digital del Internet, y 3. Producir contenidos y manipular la realidad virtual (por ejemplo, en los sitios Web 2.0).

Es en la red donde los jóvenes se prueban frente a otros, aprenden a negociar su identidad y crean un sentido de pertenencia, pues hoy todos los jóvenes pertenecen a la red; estar fuera de ella supone rechazo y exclusión social. Cabe recalcar que para Morduchowicz, al igual que con Valenzuela y Reguillo, la identidad adolescente no puede pensarse sin los amigos, su grupo de iguales: “la figura adolescente difícilmente se entiende sin los amigos porque la relación con ellos contribuye a la definición de sí mismos” (p. 29).

Podemos afirmar entonces que Internet genera en los adolescentes un sentido de pertenencia, además de una sensación de autonomía y libertad que no suelen experimentar con tanta fuerza en otras áreas de su vida cotidiana.

Existe una sincronía profunda entre el sentido que los jóvenes le encuentran a su identidad y los nuevos (y viejos) medios. Tal como lo menciona Morduchowicz:

Para la mayoría de los jóvenes, los medios de comunicación e Internet son el lugar desde el cual dan sentido a su identidad. Es uno de los pocos espacios que, según su propia percepción, les pertenece a ellos, habla de ellos y a ellos. Les permite entender quiénes son, cómo se los define socialmente y cómo es y funciona la sociedad en la que viven (p. 23).

Alfredo Oliva (2009, El País) menciona que los adolescentes utilizan estos espacios Web 2.0 para satisfacer la “retroalimentación” que necesitan para que su autoestima sea reforzada:

Entiendo que los que cuelguen su foto en estas páginas tienen cierta seguridad en sí mismos. Muchos ni se atreverían. Su cuerpo está cambiando y les preocupa cómo les ven los demás.

Aunado a esto, el psicólogo ahonda en como la búsqueda de la identidad representa para los jóvenes una tarea de suma importancia. En el mismo artículo describe cómo la validación de la identidad que anteriormente los jóvenes encontrarán en su círculo de iguales, ahora la proporcionan los amigos en la red:

La tarea propia de la adolescencia es la búsqueda de la identidad. A esa edad uno se está buscando a sí mismo y el escribir puede ayudar a conocerse mejor. Cuando te abres a los demás, como ocurre en Internet, buscas esa función que siempre ha cumplido el amigo íntimo y que ahora se ha abierto bastante.

Así pues, gran parte del proceso de construcción de la identidad que atraviesan los jóvenes en la adolescencia se está trasladando a las plataformas virtuales de nueva generación. Parafraseando a Christofides, Muise y Desmarais (2009), desde el momento en que existe un perfil virtual, los usuarios vinculan su identidad con este y su contenido.

Es un hecho que los adolescentes de hoy en día viven en dos mundos paralelos: el virtual, donde a través de una pantalla crean perfiles en línea, chatean, miran fotos y publicaciones

de sus amistades, y el real, donde la interacción convencional se sigue dando cara a cara (Morduchowicz, p.10).

Tal cómo lo menciona la autora argentina (2012, p. 10), para los jóvenes las fronteras entre los dos mundos (el real y el digital) son indiferentes, pues hoy su vida la experimentan de manera simultánea en ambos espacios. Las tecnologías han modificado, en definitiva, la manera en que los jóvenes se comunican, se divierten, aprenden, se informan, en fin, cómo interactúan entre sí, o dicho de otra manera, “Internet ha generado nuevas formas de sociabilidad juvenil” (Morduchowicz , p. 10).

Volviendo a los hallazgos alcanzados por la autora en el 2012, una relación clave entre la exhibición de los jóvenes en las redes sociales y la construcción de su identidad se haya en las preguntas que como usuarios los adolescentes se hacen antes de cada publicación. Cuando los adolescentes generan y publican contenido en las redes, se interrogan y reflexionan sobre quiénes son, quiénes quieren ser, y cómo quieren que sus audiencias los perciban (Morduchowicz, p. 42).

Al momento de compartir contenidos en las redes sociales, los jóvenes siempre están pensando en cómo responderán sus audiencias a sus publicaciones, y toman en consideración las posibles interpretaciones que a partir de éstas su público pueda tener de sí mismos:

...el adolescente no escribe su página web sólo para sí mismo. Los jóvenes saben que otros van a leerla; y, sobre todo, esperan eso. La presencia de los demás es fundamental en un blog o perfil, porque al igual que con su identidad, ayudan a construirlo (Morduchowicz p. 52).

Tal como lo menciona la autora, uno de los usos más comunes que los adolescentes dan a las redes sociales —como Facebook— es el de ensayar actitudes, comportamientos y personalidades a través de sus perfiles, componentes de su identidad que, de ser aprobados por sus audiencias en la red, en muchas ocasiones deciden trasladar al mundo real (p. 61).

Para los jóvenes es indispensable la parte de la retroalimentación en el espacio digital, pues es a través de los comentarios que hacen sus amigos que ven confirmadas (o rechazadas) sus maneras de pensar y actuar. Como ya mencionamos, para el adolescente es indispensable que su grupo de pertenencia valide su identidad y su actuar: “el blog y el perfil buscan crear —para su autor— un sentido de pertenencia. De manera implícita, con su blog y su perfil el adolescente les está pidiendo a sus pares que lo evalúen, lo juzguen y, en lo posible, lo aprueben” (Morduchowicz p. 56).

Jóvenes, intimidad y extimidad

Una vez explicada la relación entre la identidad adolescente y las redes sociales, podemos proseguir con la relación de este proceso de construcción identitario con la extimidad.

Continuando con los hallazgos de Morduchowicz, los resultados de sus investigaciones apuntan a pensar que los jóvenes han dejado atrás la privacidad convencional, y han optado por exponer hasta los aspectos más superfluos de su vida cotidiana a cambio de la fama y la popularidad que les ofrece el mundo virtual. Para los jóvenes “la intimidad no tiene la misma connotación y el mismo significado que para los adultos. Y [...] lo privado sucumbe ante el deseo de ser popular” (p. 77).

Según la autora, hoy vivimos en una sociedad del espectáculo, donde la visibilidad es sinónimo de existir, un mundo que valora que la intimidad llegue al espacio público. Al estar inmersos en una estructura social que promueven más la visibilidad que la privacidad, los jóvenes construyen su escala de valores según los criterios impuestos por su entorno: “los valores y las aspiraciones que la sociedad legítima y desea —en este caso, la visibilidad— también afectan los valores y las aspiraciones de los adolescentes” (p. 97).

Los jóvenes perciben su intimidad como un objeto deseable de observar por sus allegados, y al entender que revelar información de su vida privada los ayuda a insertarse más fácilmente en los grupos a los que desean pertenecer, los adolescentes optan por usar las redes sociales para exhibirse: “Si contar sus vidas —aunque sea un acto privado— puede ayudarlos a sentirse incluidos en un mundo que reivindica el espectáculo y la visibilidad, (los jóvenes) utilizarán los blogs y los perfiles en las redes sociales para fortalecer su pertenencia” (p. 99).

Es dentro de este nuevo panorama social —donde la visibilidad es un complemento más de la interacción digital— que la privacidad cobra un nuevo significado para los jóvenes, pues la percepción que tienen de su vida pública y de su vida privada no es un tema importante para ellos: “Los jóvenes viven en una sociedad en la que sus miembros desean ser visibles y a quienes no les importa distinguir los límites entre lo público y lo privado [...] lo privado no existe como planteo porque para ellos las audiencias de sus blogs son sólo sus pares” (p. 33, p. 89).

Al ser la visibilidad uno de los objetos que más valora la sociedad contemporánea, la privacidad y la intimidad han cobrado nuevas concepciones: “Para los adolescentes —al igual que para muchos adultos— no parecen existir diferencias entre lo público y lo privado. Posiblemente porque los jóvenes no piensan en la privacidad, al menos tal como la conciben los adultos” (p. 33).

Dado que, como ya mencionamos anteriormente, los jóvenes no dedican mucho esfuerzo a delimitar las fronteras que separan el mundo real del virtual, es común que los jóvenes

vivan una vida donde los espacios privados y los públicos convergen y se desarrollan de manera simultánea: “Es un presente continuo: están dentro de la casa y al mismo tiempo trascienden sus límites; participan simultáneamente, de lo íntimo y de lo público” (p. 31).

Las redes sociales le han dado un giro histórico a cómo se experimenta la privacidad. Desplazada la intimidad al espacio digital de las Web 2.0, resulta indispensable estudiar de qué manera las concepciones de la privacidad han cambiado y con base a qué criterios se regula lo que se exhibe en las redes sociales. Tal como lo expresa Medina, citado por Morduchowicz:

Los jóvenes han instalado su intimidad en el espacio más público de la sociedad. El resquebrajamiento de la división entre lo privado y lo público impone repensar la rentabilidad explicativa que estas categorías tienen para los jóvenes (Medina, 2010) (p. 33).

ESTADO DEL ARTE SOBRE LA EXTIMIDAD JUVENIL

Un aspecto importante a considerar en la presente investigación es el denominado “estado del arte”, que hace referencia a la discusión actual sobre la problemática del control de la extimidad juvenil en las redes sociales. Esta sección se elabora con el objetivo de visualizar los últimos hallazgos de otros investigadores respecto al tema del entendimiento y la exhibición de la intimidad juvenil en las redes, de forma que, sabiendo en qué punto se encuentra la discusión, podamos enfocar el problema de la manera más adecuada.

Hace ya más de tres décadas que Foucault publicó una de sus obras más emblemáticas: “Vigilar y Castigar”, trabajo en el que, a través de una revisión histórica de la evolución del sistema penitenciario francés, puso en evidencia los métodos y técnicas para controlar lo que él llamaba “el alma” a través del cuerpo (Foucault, p. 24), para posteriormente extrapolar estos mecanismos disciplinarios a diversas instituciones de la sociedad como los hospitales psiquiátricos, las escuelas y las poderes jurídicos.

Uno de los mecanismos del sistema penitenciario para mantener el control sobre los reos era el denominado “panóptico”, una torre de observación cuya arquitectura permitía observar a los prisioneros sin que ellos pudieran hacer lo mismo con los guardias: una estructura de vigilancia unidireccional.

Hoy, con la llegada del nuevo milenio, las modernas tecnologías de la información y las redes sociales, resulta interesante observar cómo el panóptico de Foucault, aquella estructura utilizada por los carceleros para vigilar y controlar a los prisioneros, ha cobrado nuevamente vigor y se ha trasladado, de una manera análoga pero con marcadas diferencias, al mundo virtual: “El panóptico ha reaparecido con un giro escalofriante: lo que alguna vez vimos como una prisión, ahora es considerado un patio de recreo” (Keen, 2011 en Winocur, p. 1, 2012).

La tendencia en la dinámica de socialización digital apunta a que los jóvenes valoren la información íntima sólo cuando ésta se vuelve pública con su exhibición en las redes. Los datos de carácter íntimo, que antaño fueran reservados únicamente para las relaciones sociales cercanas, hoy son accesibles para una audiencia que se ha multiplicado vertiginosamente:

Una mirada rápida de la página de cualquier joven usuario medio de una red social evidencia que allí se encuentra exhibido, con distinta intensidad y grado de audacia, todo lo que tradicionalmente se consideraba parte del reino de la intimidad: diálogos amorosos, referencias eróticas, conversaciones cotidianas, chismes y fotos familiares, estados anímicos y comunicación del malestar físico y/o psicológico (Winocur, 2012, 2).

Cabe aclarar que el origen de esta tendencia se ubica en los criterios de trascendencia social de los jóvenes: “En términos de trascendencia social, para los jóvenes lo que no puede ser visto en los medios o subido a la Red no existe” (Winocur, 2009, 3).

Sin embargo, quizás antes de condenar de forma tan apocalíptica esa exposición frecuente de la intimidad en los nuevos medios digitales, cabría preguntarnos antes qué es lo que las nuevas generaciones consideran algo privado, íntimo y público, pues es crucial para nuestra investigación dilucidar cómo las nuevas generaciones entienden estos conceptos al momento de exhibirse en las redes sociales.

Rosalía Winocur, Doctora en Ciencias Antropológicas, ha llevado a cabo varias investigaciones sobre la relación de los jóvenes con los nuevos medios y los significados que los jóvenes tienen de la intimidad a partir de sus experiencias en Internet —sobre todo las acontecidas en los blogs y las redes sociales—.

Citaremos en esta ocasión dos investigaciones socioantropológicas llevadas a cabo por la investigadora en los años 2007 y 2011. En la primera de ellas buscaba “reconstruir las prácticas y representaciones de los jóvenes universitarios en Internet”, utilizando como instrumento metodológico entrevistas a profundidad cara a cara. La segunda investigación, llevada a cabo con jóvenes de entre 16 y 35 años, tenía como propósito “dar cuenta de las nuevas formas de sociabilidad e inclusión social entre los jóvenes”; en esta ocasión se realizaron observaciones y entrevistas en línea a través de la red social Facebook.

Las preguntas de ambas investigaciones iban dirigidas a dilucidar las diferencias entre los elementos íntimos-privados y los elementos públicos en la vida de los entrevistados, así como los nuevos significados que estos conceptos tienen para las nuevas generaciones. Una de las intenciones de la pregunta general era “comprobar si los espacios virtuales aparecían espontáneamente como referencia para definir lo íntimo y lo público” (Winocur, p. 3). Sin embargo, contrario a lo supuesto, ninguno de los entrevistados mencionó en momento alguno a la Red (durante esta parte de la entrevista).

De los resultados obtenidos, enmarcados en una primera categoría, Winocur menciona algo relevante para este trabajo: en los universos semióticos y prácticos de los jóvenes, la vida *online* y la vida *offline* representan una sola cosa, y no hay necesidad de separarlos (Winocur 2009), hecho que ya mencionamos al hablar de los antecedentes de Morduchowicz.

Inmediatamente después de esta afirmación, la autora hace la siguiente observación:

Desde el punto de vista metodológico, [...] para entender el significado de la práctica y exhibición de la intimidad en la Red es necesario ubicar el problema en

un marco de observación e interpretación más amplio que comprende el conjunto de los espacios, tiempos y actividades de la vida cotidiana, y no solo los virtuales. (p. 3).

Esto quiere decir que para describir con mayor exactitud cómo los jóvenes entienden y viven su intimidad a través de las redes, hay que adentrarse en la vida cotidiana de los jóvenes, pues es necesario observar y describir cómo se desarrolla ésta desde un ángulo más cercano y menos virtual; cabe aclarar que en nuestra investigación no se realizó este tipo de acercamiento por diferentes motivos.

Cuando se les preguntó a los participantes de Winocur sobre la percepción que tenían de lo íntimo como un espacio reconocible dentro o fuera de la casa, los jóvenes respondieron señalando que hay “áreas de mayor y menor intimidad dentro de la propia casa” (Winocur, 2009). Por ejemplo, la habitación es percibida como un espacio de gran intimidad, mientras que zonas como el comedor o la sala representan estancias con poca intimidad, o dicho de otra manera, son estancias con mayor valor público.

Otro hallazgo alcanzado por la investigación de Winocur sobre la percepción que los jóvenes tienen de su privacidad fue que:

Lo íntimo y lo público no se relacionan de manera automática ni convencional con ciertos objetos materiales, espacios físicos o relaciones familiares, sino con aquellos objetos, espacios y relaciones, tanto físicos como virtuales, que nos hacen sentir que somos parte de algo significativo en nuestras biografías (p. 3).

Esto significa que en el proceso de extimidad virtual de los nativos digitales, los objetos, espacios y relaciones que poseen una carga de pertenencia significativa cobran mayor importancia para los adolescentes al momento de escoger qué proyectar en sus perfiles socio-digitales.

Una observación interesante es que, aunque con distinto énfasis, los jóvenes ubicaron su intimidad dentro de los siguientes cuatro ámbitos: “la pareja, el cuarto, el cuerpo y los pensamientos. En dicha clasificación [...] los pensamientos se han vuelto el núcleo duro de la intimidad”, apunta Winocur (p. 3).

Otra parte interesante sobre el sentido que ha cobrado la intimidad podemos verla en su relación con la soledad, que antaño fuera percibida como aislamiento. Sin embargo, el estatus que ahora representa estar sólo físicamente:

...solo refiere a la ausencia física de los otros, porque virtualmente están todos presentes a través del celular o de la computadora. Los nuevos solos ya no son los que no tienen a nadie alrededor, sino los que están desconectados, y eso, obviamente, también resignifica la noción y la práctica de la intimidad (p. 4).

Otro hallazgo a resaltar de la investigación de Winocur es que la mayoría de las relaciones que cultivan los jóvenes en su cotidianidades digitales son “con personas ‘conocidas’, con las que tienen (o tuvieron en el pasado) un contacto diario u ocasional fuera de la Red, o con ‘conocidos’ de sus ‘conocidos’” (p. 4).

Una pregunta que retoma Winocur en su trabajo sobre la intimidad de los jóvenes en las redes sociales es lo que señala Johnson sobre qué tanto de su privacidad están compartiendo las nuevas generaciones en la Web 2.0:

¿Pero la generación Facebook está compartiéndolo todo? Lo dudo. Las interacciones que yo veo sugieren que la gente está guardando la mayor parte de su vida privada off line. Chismean, flirtean, aconsejan, comparten noticias en Facebook, pero hablan poco de los problemas en su matrimonio o de las dudas acerca de la carrera que eligieron. Hay quienes comparten demasiado online, pero también siempre hubo quienes compartían demasiado en la época de la plaza pública y el teléfono. Sospecho que la mayoría de nosotros nos ubicaremos en una situación en la que disfrutemos de las nuevas posibilidades que se abren cuando puedes hablar en una red social extendida, pero al mismo tiempo conservaremos el espacio de nuestra vida privada» (Johnson en Winocur, 2011, p. 2).

Dentro de la segunda clasificación de las respuestas dadas por los entrevistados, se exploró la decisión y la responsabilidad de los usuarios de “decidir en cada momento y situación lo que quieres comunicar sin referencia a ningún lugar ni tiempo especial [...] Es interesante comprobar que en ese sentido no hay ninguna mención a hacer las cosas según indique la tradición, el sentido común, la moral o las buenas costumbres” (p. 5).

Esto refleja la autonomía de los jóvenes al momento de seleccionar el contenido que deciden publicar, y, al mismo tiempo, evidencia que la intimidad es algo que hoy se construye día con día, decisión con decisión. La intimidad hoy es un asunto que, de una u otra manera, ocupa una parte considerable en la mente de los jóvenes:

“Una sólida puerta de madera cerrada era un claro símbolo de que aquí comienza mi intimidad y acaba la tuya -y en cierto sentido sigue siéndolo-, pero las múltiples puertas y ventanas virtuales que están a nuestra disposición son vulnerables, podemos controlar relativamente la privacidad de lo que allí guardamos y además estamos obligados a decidir permanentemente cuándo estar visibles y cuándo no, qué decir, cómo hacerlo, quién será el destinatario aparente y quién el verdadero, quién debe quedarse y quién eliminarse de nuestra lista de contactos y cómo cuidar que los que mantenemos separados en la vida fuera de línea no se mezclen en la vida online” (Winocur, 2009, p. 5).

Dentro de la tercera agrupación de las respuestas recabadas se entiende lo íntimo como un “padecimiento no comunicable por el temor al rechazo, la burla, o la estigmatización” (p. 5). Esta acepción de la intimidad como algo incomunicable en la red social hace referencia

a asuntos que la gente evita mostrar, por lo general, con mucho cuidado. Ejemplos de este tipo de hechos (que llevan implícita una gran carga emotiva de sufrimiento) podrían ser: peleas con los padres, conflictos familiares, complejos de inferioridad, sentimientos de exclusión y las fantasías sexuales (p. 5).

Continuando con la expresión del malestar a través de las redes sociales, Winocur hace énfasis en que el sufrimiento (eventual o crónico) no acostumbra ofrecer muchos detalles acerca de las circunstancias o motivos del mismo. “La mayoría de los comentarios se escriben con la suficiente ambigüedad para que el contexto, los antecedentes y los detalles del hecho solo puedan ser descifrados por los más cercanos y conocidos” (p. 6), lo que nos lleva a retomar que para profundizar de lleno en la privacidad del individuo, habría que ser testigo de su cotidianidad, compartiendo vivencias o momentos fuera del espacio virtual.

Dentro de los últimos hallazgos expuestos por Winocur se encuentra el de la jerarquía de la intimidad: “no todas las intimidades tienen el mismo valor ni son objeto de la misma atención” (p. 7). Podríamos cerrar la revisión del trabajo de Winocur mencionando que para la investigadora, la intimidad sigue a salvo, pues considera que los jóvenes no hacen pública la información que ellos consideran íntima.

Sin embargo, no todos coinciden con ella, pues como lo apunta Carmen Pérez en el artículo “Tu 'extimidad' contra mi intimidad”:

La red está lejos de haber dicho su última palabra en cuestión de extimidad. Así lo demuestra la última moda entre los adolescentes, unas webs en las que muestran sus cuerpos y puntúan los de los demás. Páginas como amoratucuerpo.com, micuerposexy.com o votamicuerpo.com son muy conocidas entre jóvenes latinoamericanos y españoles que buscan conocer gente, ligar y valorar los cuerpos de los demás, un paso más en la construcción de ese yo virtual que va ganando peso en nuestra identidad. (El País, 2009).

Por un lado, existen los usuarios que no son conscientes de los riesgos que corren al hacer pública cierta información privada que convendría dejar fuera de las redes. Oliva (2012) lo expresa de manera contundente al afirmar que “la mayoría de usuarios no toman las precauciones necesarias en cuanto a la prudencia de revelar datos personales” (p. 9).

A la vez, el autor complementa la observación anterior señalando que, si bien los jóvenes son quienes mayor uso le dan a las redes, son también el sector más vulnerable: “Son competentes al máximo en sus habilidades tecnológicas, pero se muestran descuidados a la hora de salvaguardar su propia intimidad” (p. 13).

Esta falta de cuidado en las redes es un fenómeno social que afecta la privacidad de miles y miles de usuarios, pues tal como lo expone el sociólogo Zygmunt Bauman (2013):

Millones de usuarios de Facebook corren carreras para hacer públicos los aspectos más íntimos y por lo tanto más inaccesibles de sus propias intimidades. Y no sólo eso: de sus propias relaciones sociales, de sus propios pensamientos. Las redes sociales son el terreno de una forma de vigilancia voluntaria, hecha en casa, preferible a las agencias especializadas en las que operan profesionales del espionaje (p. 30)

Aclarada esta parte del trato que gran porcentaje de los usuarios le da a su información personal en las redes sociales, queda el otro polo de este fenómeno, aquel referente a los usuarios que, siendo conscientes de las consecuencias que puede provocar el revelar su vida privada en las redes, lo siguen haciendo. Sánchez lo explica de manera contundente: “El problema es que aunque conscientes de los riesgos de revelar demasiada información en la red, muchos individuos lo hacen por aumentar su popularidad (Christofides, Muise y Desmarais, 2009) o por narcisismo (Utz y Krämer, 2009)” (p. 182), algo que ya reconocimos al abordar los hallazgos de Morduchowicz.

Si hay algo en lo que los investigadores han coincidido es que, en efecto, las redes sociales son espacios donde la intimidad y la privacidad pueden ser invadidas si no se reflexiona a conciencia qué contenido hacer público y qué guardarse para uno mismo al momento de construir su perfil digital. Por ello la urgencia de estudiar cómo los jóvenes aprenden a controlar la exhibición voluntaria de su intimidad en las redes sociales.

Un hallazgo importante sobre la extimidad en las redes sociales es el que propone Caldevilla (2010), al enfatizar que existen alternativas para moderar qué parte de la identidad exponer en la red social. A su vez, el investigador recalca lo importante de considerar siempre a qué público se quiere llegar antes de realizar cada publicación, cosa que, como ya vimos, hacen los adolescentes en sus reflexiones previas a subir contenido en las redes:

Gracias a la personalización de los perfiles en diferentes redes, un solo usuario puede tener un perfil en una red para los amigos íntimos, otro para conocidos y excompañeros, y otro perfil profesional con nuestras experiencias y metas en otra red. Todos los perfiles son de una misma persona, pero los límites deben ser estudiados y definidos concienzudamente ya que, derivadas de las nuevas formas de comunicación e interacción, surgen nuevas amenazas a la intimidad o consecuencias si no diferenciamos bien el público diana de cada uno de los perfiles (p. 3).

Oliva también coincide en que es precisamente la juventud el sector más expuesto a las consecuencias de no moderar el contenido subido a la red: “El cambio de la vida social por la virtual a través de las redes sociales es uno de los mayores peligros del uso abusivo de las nuevas tecnologías para los jóvenes” (p. 12).

Veremos a lo largo de nuestra investigación cómo varios de los hallazgos retomados en esta sección cobran nuevos matices y formas al explorar de qué manera los jóvenes aprenden a regular lo publicable y lo no publicable en la red, al utilizar la extimidad en la construcción social de su identidad.

OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

General

Identificar cómo los jóvenes aprenden a controlar la exhibición de su intimidad en las redes sociales como parte de su proceso de construcción de identidad.

Particulares

Investigar cómo se determinan los límites que establecen los jóvenes en la exhibición de su intimidad a través de las redes sociales.

Explorar cómo se relaciona la construcción de la identidad juvenil con la exhibición de la intimidad en las redes sociales.

METODOLOGÍA

Enfoque cualitativo

Para la investigación de este trabajo, la metodología que se utilizó fue la cualitativa, esto por ser considerada la más apropiada para los objetivos perseguidos en este trabajo: Identificar cómo los jóvenes aprenden a controlar la extimidad en las redes sociales como parte de su proceso de construcción de identidad.

Consideramos ésta como la metodología más apropiada para responder las inquietudes antes mencionadas debido a los principios y características del paradigma cualitativo: inductivo, holístico, humanista, respetuoso y sensible (Taylor & Bodgan, 1987, p. 3)

Una de las preguntas que guían esta investigación es la de conocer cómo se desarrolla el fenómeno estudiado (control de la extimidad) a partir de la *experiencia* de los participantes en las redes sociales. La metodología cualitativa cae como anillo al dedo, pues tal como lo expresan Taylor & Bodgan (1987) en su texto “Ir hacia la gente. Introducción a los métodos cualitativos de investigación”:

El fenomenólogo quiere entender los fenómenos sociales desde la perspectiva del actor. Examina el modo en que experimenta el mundo. La realidad que importa es lo que las personas perciben como importante [...] En contraste con lo que ocurre en el caso de las ciencias de la naturaleza, el fenomenólogo lucha por lo que Max Weber (1968) denomina *verstehen*, esto es, comprensión en un nivel personal de los motivos y creencias que están detrás de las acciones de la gente (p. 1).

A su vez, esta metodología resulta ideal para nuestro trabajo porque pone en el centro de la investigación el estudio de los planos semiótico y discursivo-verbal. Como lo expone Francisco Sierra (1998) en “Función y sentido de la entrevista cualitativa en la investigación social”, la metodología cualitativa:

Utiliza métodos y técnicas que permiten desvelar emociones, sentimientos, construcciones de significados y subjetividades que pueden ayudar a entender mejor lo que se está investigando” (p. 285).

Un aspecto importante a considerar para la elección de esta metodología fue el del significado. Cada acto llevado a cabo por un ser humano está siempre cargado de un contenido semiótico vinculado directamente con el significado de su acción. En la comprensión de la extimidad juvenil a través de las redes sociales, es indispensable conocer los significados y motivos detrás de los actos de los usuarios al subir contenido íntimo a la red, con el objetivo de entender de forma integral cómo los usuarios más jóvenes viven esta experiencia. Tal como lo expresa Martínez González (1993) en “Un acercamiento metodológico a la investigación cualitativa”, al hablar de la metodología cualitativa: “para el análisis de [...] significados, [...] se requiere partir de lo que el sujeto estudiado supone

significa o procesa y cómo lo construye desde su peculiar manera de construir y explicar la realidad” (p. 3).

Observación participante

Uno de los aspectos clave dentro de la investigación cualitativa es la inmersión en el campo de los participantes. Es dentro de este proceso que la observación participante cobra importancia, pues es una técnica que nos permite adentrarnos en el escenario del grupo estudiado y establecer relaciones abiertas con los informantes (Taylor & Bodgan, p. 50):

La observación participante [...] incluye tres actividades principales. La primera se relaciona con una interacción social no ofensiva: lograr que los informantes se sientan cómodos y ganar su aceptación. El segundo aspecto trata sobre los modos de obtener datos: estrategias y tácticas de campo. El aspecto final involucra el registro de los datos en forma de notas de campo escritas (p. 50).

Escuchar y observar con atención, respeto, humildad y empatía son dos características imprescindibles para registrar con éxito las prácticas de los participantes al emplear la observación participante.

Entrevista semi-estructurada y estructurada

Dos tipos de entrevista fueron utilizados en esta investigación cualitativa: la entrevista semi-estructurada y la estructurada. La primera fue empleada una sola vez, y destaca por utilizar preguntas de un carácter abierto, por tener una interacción “de persona a persona cuyo deseo es entender más que explicar”, y por la falta de categorización que pueda “limitar el campo de investigación”. La entrevista estructurada se aplicó el resto de las veces, cuyas características son la rigidez y sistematización de las preguntas y respuestas, así como su perspectiva categórica

Algunas de las propiedades generales de la técnica de la entrevista son las siguientes: uno escucha para entender el sentido de lo que el entrevistador dice; el entrevistador está inmerso en la comprensión y la percepción del entrevistado; la selección de los temas y el contenido de la entrevista cambian de acuerdo a lo que el entrevistado conoce y siente; entre otras particularidades más, como la fluidez natural de la conversación y la detección de diversos significados en el discurso de los participantes.

La validez de esta técnica posee un gran sustento, pues es a través del intercambio verbal que se puede conocer la historia de una persona. Proceso dinámico y empapado de contexto social, la entrevista enfocada es una puerta a los significados de los actores implícitos en la narrativa de hechos o experiencias. O tal como lo expresa Sierra (1998):

La entrevista cualitativa ha contribuido a mediar los significados de las voces ausentes en el estudio de lo social. El mundo íntimo de las culturas populares y los ámbitos ignotos de los espacios de vida constituyen la nueva materialidad recuperada por la investigación microsociológica basada en la calidad de la palabra. Es en las prácticas conversacionales donde los individuos construyen su identidad, el orden y el sentido (inter-dicción) de la sociedad, según el contexto en el que viven. El sujeto se distancia y diferencia, pero también se identifica con los otros a través de la conversación (p. 298).

Así pues, la entrevista enfocada es una técnica ideal para estudiar las representaciones sociales de los individuos, y tejer así el margen socio-cultural desde el que se desarrollan actitudes y conductas sociales como lo es la extimidad a través de la Web 2.0.

Desarrollo metodológico de la investigación

El origen de esta investigación puede ubicarse en una conversación que tuve con uno de los jóvenes participantes en el 2014. En aquella ocasión, Jesús me abrió las puertas a un mundo cibernético por mí ignorado hasta entonces. Me explicó la hiper-mediatización de sus interacciones sociales en la secundaria, y me habló de las redes sociales tendencia entre los jóvenes (Facebook, Instagram, Snapchat y YouNow), de la predominancia de lo visual en el mundo digital, de la adicción a la red, de la importancia de la popularidad y la apariencia en la escuela, entre otros temas que abordaríamos de nuevo durante el transcurso de esta investigación.

Con el paso del tiempo, decidí que quería llevar más lejos mi curiosidad, y comencé a investigar los límites de la exhibición de la privacidad entre mis compañeros de universidad, en la materia de Seminario de Investigación, realizando para ello entrevistas a profundidad y Focus Group.

Cuando decidí que quería hacer una tesis de licenciatura, no dudé en cuál sería mi tema de investigación, y el primer participante que se me vino a la mente fue Jesús. Era, pues, el joven perfecto para la investigación: 16 años, nacido en el contexto digital de la Web 2.0, usuario frecuente y conocedor de las redes. Después de comentarle mi inquietud y que Jesús aceptara participar, le propuse que invitara a un par de amigos más para contar con más perspectivas sobre el tema.

Al final terminamos conformando un grupo de 4 jóvenes, todos estudiantes de una preparatoria pública al sur de la ciudad donde la media poblacional vive en colonias populares y zonas socio-económicas medio-bajas. La escuela en cuestión oferta diferentes especialidades técnicas y cuenta con una población aproximada de 5,000 alumnos. Los 4 jóvenes tienen entre 15 y 16 años y son usuarios frecuentes de las redes sociales, a las que

acceden desde teléfono móvil y computadora. A continuación un breve perfil de cada uno de ellos.

Jesús: Joven muy risueño, noble, alegre y enérgico. Es el más diestro en el uso de las redes sociales y las nuevas tecnologías digitales. Amplio conocedor del mundo virtual, las aplicaciones móviles, las modas, los videobloggers, los memes. Junto con Mario y Lorenzo, maneja por lo general un lenguaje que incorpora neologismos de la Web 2.0, el mundo del espectáculo mediático de las redes y el léxico juvenil. Dentro del grupo de participantes, es quien más amigos tiene en Facebook, quien pasa más tiempo en sus redes sociales y quien más publica en ellas. Por muchos de sus comentarios podría deducirse que es un *ciberbully* con algunos de sus compañeros de clase, a quienes les hace memes; si bien no es una actitud que manifieste abiertamente fuera de las redes. Durante los encuentros fue quien lideró la conversación y el más participativo de los cuatro, si bien también fue quien más se distraía mirando su celular durante los encuentros. Participó en las cuatro intervenciones.

Mario: Joven simpático, honesto y alegre. Es un poco más serio que Jesús y menos participativo, sin embargo está al tanto de lo que ocurre en las redes sociales y también sigue a algunos videobloggers, a pesar de pasar menos tiempo en Internet. Destaca que utiliza Tumblr como espacio de intimidad, donde comparte contenidos depresivos para un público que desconoce su identidad. Participó en 2 sesiones, a los 16 años ya conduce el carro de sus padres y es pareja de Karla.

Lorenzo: Joven gentil y simpático pero reservado al principio de los encuentros. Usuario activo de las redes sociales y seguidor de videobloggers y raperos al igual que Mario. Les gusta compartir memes. Durante el periodo de entrevistas no tuvo celular debido a un accidente, por lo que mencionó que accedía a sus redes través de la computadora. Participó en 2 sesiones.

Karla: Joven risueña, serena y simpática. Es hija mayor y usuaria activa de las redes sociales, donde comparte canciones, fotos, pensamientos y demás contenidos. Regula el contenido que su hermano menor comparte en redes, al igual que lo hiciera su madre con ella en su momento. Sólo asistió a una entrevista. En el momento de la investigación Karyan y Mario eran pareja.

Como ya mencionamos, la metodología de esta investigación fue la cualitativa, pues si bien la metodología cuantitativa posee múltiples ventajas en cuanto a representatividad se refiere, preferimos optar por profundizar en el tema antes que comprobar la extensión y el alcance poblacional del fenómeno. Durante el transcurso de los encuentros con los chicos, los instrumentos utilizados fueron: Observación participante, Grupo de enfoque, entrevista semi-estructurada y estructurada.

Los guiones de entrevista los desarrollé junto con mi asesora de tesis, quien a lo largo de todo el trabajo de investigación me ayudó a precisar qué quería investigar, pues desde el

principio tuve problemas para delimitar mis objetivos y preguntas de investigación por la bastedad del tema y por lo poco que se ha investigado al respecto.

Con respecto al desarrollo de los instrumentos, después de cada sesión con los jóvenes, conversaba con mi asesora y le narraba los nuevos hallazgos observados, con el objetivo de actualizar las preguntas y discutir qué rumbo tomar a partir de los mismos. Esta dinámica fue crucial para ahondar en la exploración de lo narrado, trazar la ruta de los siguientes guiones de entrevista, y me ayudó también a comprender que una investigación siempre está en constante cambio.

Las sesiones de entrevistas se realizaron en distintos puntos de la ciudad, pensando desde el principio en un lugar fuera de la vigilancia de los padres para que los jóvenes se pudieran desenvolver con mayor libertad. Previo al primer encuentro grupal, se les hizo llegar a cada uno de los jóvenes una carta para sus padres, donde se exponían motivos de las entrevistas y se solicitaba el permiso correspondiente para la participación de sus hijos en la investigación.

La primera sesión, realizada el 17 de febrero del 2016 en una plaza comercial al sur de la ciudad, consistió en una entrevista semi-estructurada que llevé a cabo a manera de conversación con Jesús. En dicho encuentro, el joven me platicó a grandes rasgos lo que era ser estudiante en la preparatoria, narrando acontecimientos, anécdotas, rumores, chismes, experiencias, explicaciones y en sí, brindando información que sería crucial para la elaboración del capítulo sobre el contexto escolar y digital de los jóvenes participantes, dos temas que serían reforzados en las siguientes sesiones al contar con la participación de más jóvenes y ser más preciso con las preguntas de los guiones de entrevista.

El segundo encuentro, se realizó el 26 de Febrero en el interior del café Su Taza, y contó con la participación de Jesús, Mario y Lorenzo. Esta sesión consistió en una entrevista grupal estructurada, donde los jóvenes aportaron sus puntos de vista sobre temas definidos a partir de lo comentado por Jesús en el encuentro anterior. Siendo tres los participantes, hubo un contraste enorme con la primera sesión, pues el flujo de ideas, comentarios y opiniones sobre el uso de las redes sociales, el contexto escolar, los casos de exhibición de la intimidad, sus ídolos juveniles, y demás temas estuvo lleno de puntos coincidentes, pero también de discrepancias o aclaraciones entre los jóvenes, lo que enriqueció más el análisis que se desarrollaría más adelante.

Si bien todos los encuentros con los chicos fueron muy gratificantes en cuanto a recopilación de información se refiere, en dos ocasiones el escenario grupal no fue el planeado. Esto porque en la tercera sesión acudió Karla, (la novia de Mario, siendo que tenía pensado trabajar exclusivamente con hombres), y en el cuarto encuentro acudió un joven de menor edad (estudiante de secundaria cuyos breves testimonios no fueron tomados en cuenta en esta investigación).

A pesar de lo anterior, resultó que la inesperada incursión de Karla en la investigación aportó un contraste muy interesante con las opiniones de los participantes varones. En dicho encuentro, llevado a cabo en el mismo café de la vez anterior el 13 de marzo, la sesión consistió en una entrevista estructurada grupal, donde los guiones de entrevista tenían la intención de explorar los primeros usos particulares de los jóvenes con relación a la exhibición de su privacidad, el aprendizaje del control de la extimidad entre los participantes, sus primeros usos de las redes sociales, sus límites en la exhibición de la intimidad, y la percepción juvenil de conceptos como privacidad, con relación a la invasión de la ajena y ver transgredida la propia.

El último encuentro se desarrolló únicamente con Jesús y Lorenzo, y se llevó a cabo en un negocio sobre la calle Pedro Loyola el 26 de marzo del 2016. Dicho encuentro consistió básicamente en realizar las mismas preguntas de la entrevista estructurada anterior, con el objetivo de explorar y contrastar los puntos de vista de Lorenzo al respecto (quien faltó a la sesión anterior). Sin duda, este último encuentro resultó de gran utilidad, pues preguntas mal planteadas la sesión anterior recibieron respuestas más exactas, tanto de Lorenzo como de Jesús, quien manifestó haber atravesado un proceso de reflexión sobre temas como la extimidad y la invasión de la privacidad desde la sesión pasada.

Cada encuentro duró entre una hora y una hora y media, y durante las diferentes sesiones fue posible realizar una observación participante del uso juvenil de las redes sociales a través de sus dispositivos móviles, acción que terminaría por aportar información complementaria al momento de llevar a cabo el análisis de las entrevistas realizadas.

La complejidad del tema fue uno de los mayores obstáculos al momento de delimitar las conclusiones, pues resultó ser que el control de la extimidad es un fenómeno que posee múltiples aristas de todo tipo. Sin embargo, trabajar con tan pocos jóvenes fue oportuno, pues de haber contado con la participación de más estudiantes, quizás se hubiera perdido el control de las entrevistas (debido a la hiperactividad de los jóvenes, y los problemas de atención que presentan por su adicción a las redes), o, por otro lado, se hubiera terminado con sobreabundancia de información para el análisis, siendo que la recopilada no fue poca.

Previo a que pasemos al análisis, hay un par de puntos que aclarar:

- Quisiera hacer constar que no apruebo el lenguaje utilizado por los jóvenes entrevistados, pues ello implicaría normalizar la violencia de género que desde temprana edad los jóvenes aprenden en su entorno escolar. Múltiples formas de violencia verbal afloraron durante el transcurso de estas entrevistas. Sin embargo, he decidido no censurar estas expresiones, pues pienso que es necesario exhibirlas para transparentar el lenguaje despectivo que la juventud utiliza en los tiempos actuales.

- Hubiera sido enriquecedor para este trabajo el haber incorporado categorías como las de género o clase, sin embargo, por motivos de tiempo ello no fue posible, por lo que si bien se hace referencia en algunos momentos a términos y argumentos provenientes de estas perspectivas, no abundamos demasiado; Quizás en futuras investigaciones se pueda trabajar en ello.
- Un dato interesante a señalar es que si bien los jóvenes utilizaron lenguaje vulgar y se expresaron groseramente de las mujeres en la mayoría de las sesiones, en aquella donde participó Karla hubo una auto-censura evidente, una regulación de la propia expresión que destaca la forma en que los jóvenes desempeñan un rol y un lenguaje distinto a partir de la presencia de un público determinado.
- Es necesario precisar que los hallazgos de esta investigación no representan a toda la juventud, pues incluso entre los mismos jóvenes prevalecieron las opiniones de Jesús, al ser el líder del grupo, y por lo tanto puede que en varias de las afirmaciones aquí hechas no prevalezca el consenso entre los participantes. Como ya mencionamos al abordar los estudios de juventud y las culturas juveniles, existe un abanico heterogéneo inmenso de juventudes e identidades juveniles, por lo que sería absurdo buscar generalizar a partir de lo revelado en este trabajo. Sin embargo, para facilitar la lectura hablaremos siempre de “los jóvenes”, pero siempre refiriéndonos al grupo que los participantes representan en particular.

Esperamos que los resultados aquí presentados sean de utilidad para anclarse con futuras investigaciones al respecto de la extimidad juvenil en las redes sociales.

ANÁLISIS

Introducción

Durante el desarrollo metodológico de esta investigación salieron a flote cinco temas distintos, que si bien podrían redactarse trabajos de tesis con cada uno de ellos, en este trabajo los abordaremos como un conjunto indisociable en la explicación del fenómeno central que nos atañe: las prácticas de control de la extimidad de los adolescentes.

Cabe hacer aquí un par de aclaraciones para que el lector comprenda el desarrollo de los siguientes temas y sub-temas a tratar. Antes que nada, debemos reconocer que en esta investigación se tenía contemplado estudiar la exhibición de los jóvenes en la red social Facebook. Sin embargo, después de las dos primeras sesiones, nos dimos cuenta de que los jóvenes no utilizaban tanto Facebook como las nuevas redes de mayor tendencia entre los adolescentes (Snapchat e Instagram, por citar un par).

Tras las primeras dos entrevistas, quedó claro que todas las redes usadas por los jóvenes son responsables de tejer el contexto de interacción virtual que conlleva el fenómeno de la exhibición. Ante este panorama, fue necesario adaptar la investigación para incluir a las demás redes dentro del lienzo general de este trabajo, pero siempre dándole prioridad a la red social Facebook.

Aclarado lo anterior, podemos proseguir explicando con qué se encontrará el lector en las siguientes páginas. Los cinco grandes temas a desarrollar a continuación serán: 1. El dominio juvenil de las nuevas tecnologías y el contexto digital, 2. El contexto escolar de los jóvenes, 3. La relación entre la identidad adolescente y el uso de Facebook, 4. Los límites de la extimidad adolescente, y, por último 5. El acoso y la extimidad normalizados. A continuación desglosaremos cada uno de los temas por separado, pero teniendo presente siempre el supuesto de que son complementarios para explicar el fenómeno de la exhibición.

Es posible que el lector encuentre en el desarrollo del siguiente análisis un entrecruce constante de los cinco temas mencionados, y por esto estamos seguros de que conforme progrese en su lectura encontrará las mismas dificultades que nosotros tuvimos al momento de intentar separar por completo los temas correspondientes.

Durante la revisión de los cinco grandes temas antes mencionados, el lector encontrará a su vez diferentes sub-temas (representados con sub-títulos), que a su vez irán tejiendo intersecciones con los sub-temas de las otras categorías nucleares. Sin más, demos inicio.

1. INTERCONECTIVIDAD JUVENIL: EL CONTEXTO DIGITAL

En este primer apartado exploraremos el dominio de los jóvenes sobre las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC), describiremos las redes principales que utilizan los jóvenes y la facilidad con la que saltan de una a otra, por lo que tocaremos fenómenos como la simultaneidad, el multitasking, la adicción a la red, entre otras.

1.1 Dominio y preferencia por las nuevas tecnologías

1.1.1 El dominio del Smartphone

Como se mencionara en el marco teórico de este trabajo, una de las características que más distingue a los jóvenes contemporáneos es su dominio de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información, en especial, de herramientas como los *Smartphones* y las computadoras.

A través de la observación participante llevada a cabo durante el transcurso de las entrevistas, se pudo comprobar que los jóvenes tienen la capacidad para manipular el smartphone como profesionales, administrando y cambiando de aplicaciones en un abrir de ojos, enviando mensajes y llamando a sus contactos con facilidad, configurando las preferencias del usuario, utilizando las distintas funciones de cada red social y navegando por Internet como algo cotidiano.

Las observaciones arrojaron que el típico joven urbano de clase media-baja en el norte del país domina las nuevas tecnologías sin dificultad alguna, teniendo un conocimiento general sobre el hardware y el software del dispositivo con el que acceden a la red.

1.1.2 El uso de múltiples redes y la simultaneidad

Un punto clave en la comprensión del uso que los jóvenes le dan a las nuevas tecnologías es que no utilizan una, sino múltiples redes sociales. Durante las diferentes entrevistas llevadas a cabo en esta investigación, se pudo observar cómo los jóvenes cambiaban de red social como de zapatos: entran primero a Facebook, ven un par de publicaciones, *gifs* o videos en el menú de inicio, y diez segundos después están explorando las nuevas fotos subidas por sus contactos en *Instagram*; diez segundos más y entraron a Snapchat para subir un video de cinco segundos; veinte y ya han abierto *YouNow* para transmitirse en vivo; cuarenta y están respondiendo mensajes en las diferentes conversaciones de *messenger*.

Esto habla de una capacidad impresionante para cambiar de espacios virtuales de comunicación rápidamente, además de ser jóvenes capacitados para cambiar el formato de sus mensajes con inmediatez: texto, audio, imagen, video, todos los formatos de las diferentes redes son de su dominio.

Si bien los jóvenes prefieren determinadas redes sobre otras, el uso de múltiples redes es una práctica habitual muy extendida entre los adolescentes. Esto se debe en gran medida a la presencia de múltiples aplicaciones sociales en un sólo dispositivo, lo que facilita el acceso inmediato y el traslado de una red a otra sin dificultades, pues basta presionar dos botones para cambiar de red social.

1.1.3 Frecuencia de uso de las diferentes redes

Durante la primera entrevista semi-estructurada, Jesús explicó que él suele utilizar las redes sociales (Instagram, Twitter, Facebook y Ask) a diario, destinándole a cada una un tiempo considerable del total de su jornada. Para ello, el joven acostumbra organizar las aplicaciones del Smartphone según su interés: *“Es más por tiempos, o sea, por ejemplo, en un tiempo estás subiendo algo en Snapchat para mostrarte ahí con gente, después, por ejemplo, te llegan Whatsapp [...] es más bien a cuál entro en este rato y ya a cuál después otro rato. Así las tengo ordenadas: Snapchat, Instagram, Twitter, Facebook y Ask, yo las tengo así, son con las que me entretengo más”*.

Los fines de semana, debido al incremento del tiempo libre disponible para actividades de ocio, Jesús pasa más tiempo en las redes: *“¡(el fin de semana) es cuando subimos más y salimos y ahí es cuando esto (muestra la carpeta con las apps de sus redes) se llena de puntitos rojos!”*. Llama la atención que el joven manifieste tanta emoción al hablar de la cantidad de notificaciones (representadas con puntitos rojos en su Smartphone) que consigue cuando sale, lo que parece indicar una clara relación entre su estado de ánimo y la cantidad de atención/retroalimentación que recibe a través de las redes.

Cabe destacar que en los comentarios anteriores también podemos observar un primer atisbo de cómo los jóvenes documentan sus salidas, como parte del proceso en el que consolidan su estatus y construyen su identidad frente a los otros, al crear una imagen virtual y exhibirla por las redes con sus diferentes contactos y amigos.

1.1.4 Híper-conectividad, visualización y socialización virtual juvenil

Al preguntarle a Jesús por la socialización juvenil a través de las redes, el joven hizo una breve descripción de sus prácticas de interacción virtual, poniendo especial énfasis en que

permanecer conectado y publicar contenido frecuentemente son condiciones indispensables para la comunicación virtual:

“Tienes que estar ahí (en las redes). O sea, si vas a subir... tienes que estar activo en todas, por ejemplo, todos los días tienes que subir en todas, o no diario, si no que muy seguido. Por ejemplo, en Snapchat tienes que subir todos los días, porque son 24 horas, subes uno o dos, tal vez cinco. En tumblr, pues... yo no me meto, nomás a ver cada cierto tiempo, porque Tumblr no es muy activo, es más pasivo, y pues es más divertido así. Twitter es de andar retwitteando, porque todavía no eres famoso, cuando... o sea, Twitter es para la gente que ya se cree famosa, y Ask, pues cuando te preguntan cosas nomás, así... [...] Instagram es casi... una vez a la semana, o cinco veces a la semana, de una a cinco”.

Analizando esta parte de la entrevista, podemos reconocer la importancia que cobra *la masa* como eje fundamental en el uso de las redes entre los jóvenes, pues siempre se debe contemplar a la *audiencia* (o *los seguidores*) al momento de publicar o compartir un contenido en las redes (algo descrito por Morduchowickz en el marco teórico). La dinámica de visualización de uno mismo en redes como Snapchat, Instagram o Facebook implica un uso de frecuencia diaria (o semanal), por aquello de que el público siempre está a la expectativa de consumir *contenido nuevo*.

La interfaz de Snapchat es un ejemplo de como esta dinámica es la que domina el escenario virtual juvenil, tal como aclara Jesús: *“en Snapchat tienes que subir todos los días, porque son 24 horas, subes uno o dos, tal vez cinco”*. Lo anterior parece ser una variable más para explicar el apego que los jóvenes tienen a la red y por ende, a sus Smartphones.

Entre los comentarios anteriores también destaca que Jesús describa a Twitter como una red *“para la gente que ya se cree famosa”*. Esto se debe a que la dinámica de esta red está pensada, no para seguir a todos los amigos, familiares y conocidos cercanos (como ocurre en Facebook), sino para seguir a personajes famosos del mundo del espectáculo o de mayor incidencia mediática (como pueden ser políticos, artistas, videobloggers, periodistas, deportistas, entre otros).

1.1.5 El uso perpetuo de las redes: la adicción al espacio virtual

Durante el transcurso de la primera sesión grupal, los jóvenes no se apartaron nunca de sus celulares por un periodo de tiempo que superase los 3 minutos. Este patrón fue repetido durante las entrevistas posteriores con sus respectivas variaciones. En general, los jóvenes

no se despegaron del Smartphone en ninguno de los encuentros, y si lo hacían, no tardaban mucho tiempo en volver a tomarlo.

Este uso (que raya en lo adictivo) de los jóvenes al celular mantiene estrecha relación con la dinámica de las diferentes redes sociales, que favorecen que los jóvenes permanezcan conectados todo el día, ya sea subiendo contenido nuevo, visualizando el de los otros contactos, o atendiendo la retroalimentación instantánea de sus publicaciones. Durante la comida, en el autobús, en el salón de clases, con los amigos, con la pareja, con la familia, antes de dormir y al despertar: tal como lo mencionan los autores citados en esta investigación, los jóvenes no separan el mundo virtual del mundo real, pues están perpetuamente en ambos, entrando y saliendo de uno a otro.

Dentro de esta dinámica de conectividad también hay que considerar que los jóvenes acostumbran publicar nuevo contenido cuando salen con sus amistades, familiares y pareja, pues es cuando tienen la oportunidad de exhibir que están haciendo algo. La opción de datos —que permite conectarse en redes como Facebook e Instagram en cualquier lugar sin necesidad de una señal wifi disponible— también juega un papel clave en la conexión de los jóvenes.

Durante el transcurso de la primera entrevista Jesús hizo un comentario donde se puede observar claramente la adicción a la red entre los adolescentes y el intento de regulación de los padres: *“Luego me pasa que me quitan el celular en la noche, porque ando hablando en la noche [...] y luego digo, bueno, ya estoy lejos del Modem, vamos a prender los datos, nadie se va a dar cuenta, y entonces, apago el Wi-Fi y prendo los datos y te llegan un chingo de notificaciones ruidosas [...] mi papá es así de que 'no, el celular daña las neuronas”*.

Lo mencionado por Jesús en esta parte de la conversación —aunado a la observación de su uso de las redes durante las entrevistas, donde pasó 90% del tiempo total de cada sesión atendiendo su celular—, parece indicar que es un joven con gran adicción al uso del Smartphone, con especial énfasis en las aplicaciones de redes sociales. De este comentario destaca que una figura de autoridad como el padre tenga que obligar al joven a permanecer desconectado, y a pesar de ello, Jesús se las ingenie para conectarse con sus datos.

Más adelante, se les preguntó a los entrevistados cuánto tiempo diario pasaban conectados a las redes sociales, a lo que los jóvenes respondieron permanecer un estimado de entre 5 y 6 horas al día (esto hablando de Jesús y Mario): *“Pues en mi casa son tres horas, y en la escuela son otras dos... (Jesús)”*, *“Sí, de cinco a seis (Mario)”*. De nuevo, la portabilidad del Smartphone y la accesibilidad a las redes que este ofrece facilita que los jóvenes inviertan gran parte de su día en las nuevas plataformas digitales de la Web 2.0.

Sobre esto, cabría recordar que en el marco teórico Morduchowicz describe cómo los jóvenes entran y salen del espacio digital sin mucho esfuerzo, además de señalar que los tiempos de conectividad y no conectividad son difusos y difíciles de delimitar entre las nuevas generaciones. Para los adolescentes, entrar y salir de la red en un segundo es algo normal y cotidiano.

1.1.6 La ausencia de Smartphone

Al momento de la primera entrevista grupal, Lorenzo dijo no tener celular, luego de haberlo tirado accidentalmente desde un balcón y dejarlo inservible. Cuando se le preguntó a Lorenzo por la experiencia de estar inmerso en un contexto mediado por las redes sociales y el acceso inmediato a Internet, sin un dispositivo que le permitiese participar en la dinámica general de socialización virtual, Mario y Jesús mencionaron —a manera de broma— que su amigo ahora “*ya dormía*”, manifestando con esto que la adicción a las redes llega a provocar problemas para conciliar el sueño en los adolescentes. Además, Mario agregó —entre otros comentarios humorísticos— que desde que Lorenzo perdió su celular, “*ya no tenía amigos*”, señalando con ello la importancia de las redes en la dinámica social de los jóvenes.

Lorenzo mencionó que a pesar de seguir conectándose todos los días en su casa a través de la computadora, lo hacía con menos frecuencia, ello debido a las diferencias entre conectarse a través del Smartphone y la computadora: “*Sí (me conecto), pero no tanto, nada más un rato, y ya me aburro y lo cierro [...] (Con el celular) puedes andar viendo la tele acostado y en el chat*”.

Lo anterior significa que el multitasking (hacer varias tareas a la vez) juega un papel fundamental en los hábitos de conectividad de los jóvenes, pues al momento de navegar en las redes también miran la tele, desayunan, o hacen sus deberes, cosa que Jesús mencionó que realiza con mucha frecuencia. Esto nos lleva a pensar que de no ser por la dinámica de acceso omnipresente facilitada por el Smartphone, los jóvenes no pasarían tanto tiempo en las redes.

Además de lo anterior, Lorenzo también agregó que en la computadora no se puede acceder a la red social Snapchat, y que por ello tampoco pasaba tanto tiempo conectado. Lo anterior indica que el acceso a las redes tendencia, exclusivas de sistemas operativos portátiles como los Smartphones, son otra variable a considerar en la comprensión de los usos habituales de las TIC entre los jóvenes.

1.1.7 Usuarios activos y pasivos

Continuando con el tiempo que los jóvenes destinan a las redes sociales, durante el transcurso de la primera entrevista semi-estructurada, realizada con la participación de

Jesús, salió a relucir un primer atisbo de terminología virtual utilizada por los jóvenes en el contexto digital: los usuarios *activos* y *pasivos*. Según el adolescente entrevistado, estos términos son utilizados para catalogar la actividad de un usuario, medida por la cantidad de publicaciones y contenidos compartidos por una persona en la red: *“como la Liliana, por ejemplo, que ella como es popu, puede estar activa todo el día [...] y están los otros que son los pasivos, que, por ejemplo, aunque no suban (contenido) muy seguido, siempre tienen likes porque no son gente que se la pasa siempre en esas redes”*.

Con lo anterior, Jesús comenzó a desarrollar una *nomenclatura de usuarios* de las redes sociales, a los que distinguió a partir de la regularidad con la que publican, la popularidad que poseen, y cuánto tiempo pasan en la red: *“me caga [significa que le desagrada], así de que la gente se envíe en Facebook y ya no hace nada [en referencia a los usuarios activos]”*.

Conforme fueron transcurriendo las demás entrevistas, el joven fue “perfeccionando” su conceptualización de los usuarios. Lo anterior se pudo observar durante la tercera sesión grupal (llevada a cabo con Jesús y Lorenzo), cuando se les preguntó a los jóvenes entrevistados cuál era la diferencia entre los usuarios activos y pasivos en las redes. Con su respuesta, Jesús demostró que para ese momento ya tenía un orden mucho más claro para clasificar a los usuarios: *“Se dividen en dos grupos cada uno [...] Los dos grupos que dijiste (activos y pasivos) se dividen en dos grupos: los que publican mucho, pueden publicar mucho y las publicaciones son muy buenas, o sea, publica que está saliendo, o sea, el tipo es una persona que hace algo, y están los otros, que “estoy en mi casa, jeje”, igual que los otros, los que no publican tanto, pero igual anda publicando sus fotos de... o sea, están los que publican muy poco, y para acabarla, no hacen nada, y están los que publican poco pero salen y son populares”*.

Lo anterior arroja varios puntos de reflexión. Por un lado, la respuesta del joven contrasta con la que diera en la primera sesión, donde todavía no había desarrollado categorías tan específicas para distinguir a los usuarios según la frecuencia con la que publican y su popularidad, lo que representa que de la primera entrevista individual a la tercera sesión grupal hubo un proceso de reflexión y conceptualización en torno al tema.

Por otro lado, las categorías expuestas por Jesús dicen bastante sobre el contexto digital de los jóvenes. Resalta que, independientemente de publicar mucho o poco, lo importante (lo que hace “buena” a una publicación) es que el adolescente sea “popular”, “esté haciendo algo” o “saliendo” —lo que se interpreta como salir a pasear, visitar algún lugar, o realizar una actividad fuera del hogar que resulte de interés para la audiencia juvenil—. En oposición a esta valorización, el permanecer en casa y publicar momentos de la rutina y el tedio del día a día es percibido por los jóvenes como contenido no muy atractivo para las

redes. Además, según lo expuesto por Jesús, pareciese que la cantidad de publicaciones importa sólo a partir de las dos categorías arriba expuestas.

1.1.8 Las redes sociales, un espacio de libertad y ensayo identitario

Tal como menciona Morduchowicz, los jóvenes sienten que las redes les pertenecen, pues su uso los empodera al percibirlas como un espacio donde ellos tienen el control de lo que ocurre, y en el que pueden actuar con libertad y autonomía fuera de la jurisdicción de los padres: *“por eso las tenemos [...] (son como) un refugio, libertad de expresión, como quien dice”* (Jesús).

Las redes sociales son el escenario virtual preferido por la juventud, pues es donde los jóvenes ensayan diferentes identidades antes de salir al mundo real y ponerlas en práctica, son el espacio donde aprenden los códigos y normas sociales que dictan lo que es aceptado y rechazado en el mundo real, en particular, en el contexto juvenil escolar. Cabe señalar que para los jóvenes es preferible mantener a sus padres lejos de los perfiles que poseen en estos espacios virtuales.

1.2 Tipología de las redes sociales

1.2.1 Redes de convivencia y redes de streaming

La dinámica en el uso de las redes sociales por parte de los jóvenes parece fluctuar entre las siguientes funciones básicas: la mensajería del chat privado, la visualización e interacción con el contenido subido por los contactos y la retroalimentación recibida en el contenido subido, compartido o comentado.

Para facilitar el diálogo sobre las diferentes redes sociales en esta investigación, los jóvenes las agruparon en dos categorías distintas: las redes de convivencia (Facebook e Instagram), y las redes de streaming (YouNow y Snapchat). Las diferencias entre ambas son varias, pero la principal reside en el tipo de interacción entre los usuarios, determinada por los espacios comunicativos de cada plataforma y el formato de sus mensajes.

En las *redes de convivencia* la comunicación tiene una dinámica más “lenta” (no es simultánea, más que en el chat), y la interfaz de emisión y recepción de mensajes se lleva a cabo con publicaciones de texto, comentarios, likes, videos, gifs e imágenes compartidos a través de los diferentes espacios que ofrecen las plataformas, recibiendo a la vez una retroalimentación constante mientras dura la exhibición de lo publicado. Ejemplos de estas redes son Facebook, Instagram, o Twitter.

Por otro lado, las *redes de streaming* se caracterizan por utilizar un formato de comunicación exclusivamente visual (imagen) o audiovisual (video y audio), comunicación que puede (o no) ser de transmisión en vivo (*live-streaming*), y que en algunas redes se desarrolla de forma simultánea entre los usuarios. Un ejemplo de este tipo de redes es YouNow, red donde los jóvenes se transmiten en vivo e interactúan simultáneamente con la audiencia que los mira. Jesús describe esta red de la siguiente manera: *“(en YouNow) pueden comentar y respondemos nosotros las preguntas de los tipos que nos miran, andamos mandando saludos [...] Sí, es lo que más te hace convivir, por ejemplo puedes estar en YouNow y te pueden estar viendo, como apreciándote”*.

Al preguntarle a Jesús cuál de estas redes prefería, el entrevistado expresó su favoritismo por las nuevas redes: *“La verdad es que no me meto tanto al Facebook, utilizo más las otras redes. [...] No lo uso tanto porque las otras redes están más divertidas. Están los (usuarios) que están ahí todo el día en Facebook, y no te sales, aparece una publicación de dale like, mientras que en YouNow hacemos un video y no sé, convives. Digamos te pones a hacer un video, y ellos le dan like en el momento, y ya tú sigues haciendo algo”*.

1.2.2 Las redes sociales más populares

Si bien cada joven prefiere determinadas redes sobre otras de manera particular, también hay redes que sobresalen en el plano general por su popularidad. Al preguntarle a Jesús cuáles eran las redes más populares entre los adolescentes, el joven propuso el siguiente orden: Facebook, Snapchat, Instagram, Twitter, YouNow, y Ask.

En primer lugar está Facebook, aunque Jesús mencionó que, en lo personal, él no la utiliza tanto ya que *“hay que estar muy activo”*, lo que significa, estar publicando constantemente en la red. Sin embargo, Facebook sigue siendo la red favorita entre la mayoría de los adolescentes (y de la población), esto porque se puede acceder a ella sin tener un Smartphone, porque es una de las primeras redes que los adolescentes aprendieron a utilizar, y porque cuantitativamente es la red más utilizada por los jóvenes.

Otro de los motivos por los que los jóvenes prefieren esta red es la posibilidad de vincularla con las demás redes, pues Facebook ofrece la oportunidad de publicar en el *muro* lo compartido en redes como Instagram, Tumblr, y Ask. Al respecto, Jesús comentó lo siguiente: *“por ejemplo, puedes subir tu foto de Instagram a Facebook, puedes subir, por ejemplo, eh... cómo se dice, enlazarlas... por ejemplo, también Ask, puedes unirla con Facebook [...] se entrelazan, digamos por ejemplo que esto es Instagram (dibuja en el papel un círculo), y aquí por ejemplo ya lo uniste, ahí es donde Facebook e Instagram se entrelazan, y aquí por ejemplo esto es Ask, que se entrelazan también...”*.

Algunas redes, como Snapchat y Twitter, no permiten lo anterior, pues según Jesús *“aún no ceden al precio”*. Estas son sólo algunas de las razones por las que los jóvenes prefieren esta red sobre las otras.

En segundo lugar está Snapchat. Al hablar de dicha red, Jesús reiteró en este apartado lo descrito anteriormente: debido a la dinámica de duración del contenido en esta red social (24 horas), *“tienes que usarla a diario”*. Además, el joven agregó que es la red *tendencia* del momento entre los jóvenes: *“como Snapchat sigue teniendo tendencia por los famosos y todo eso, pues, va a subir de precio cada año, así que... no creo que ceda en un buen rato”*.

Lo anterior arroja varios puntos de análisis. Por un lado, en cuanto al mercado de las redes se refiere, es evidente que Facebook busca mantener su puesto en el mercado a través de la compra de las redes que representan una amenaza. Por otro lado, se puede observar que los jóvenes están informados sobre las negociaciones entre las diferentes redes sociales. Además, también destaca que Snapchat sea una red *tendencia* por el uso que le dan los famosos, lo que habla de una interrelación entre la popularidad de las redes y el mundo del espectáculo y el entretenimiento.

En la lista de redes sociales más populares Jesús le concedió el tercer lugar a Instagram, red donde la fotografía y la imagen son los formatos utilizados para interactuar. Instagram ocupa este lugar por la dinámica comunicativa que utiliza (la exhibición de fotografías e imágenes), pues la *visibilidad de una apariencia digital* ocupa un lugar privilegiado en las interacciones juveniles.

Para Jesús éstas son las tres redes sociales de mayor popularidad entre los jóvenes de su edad, pues son en las que se agrega a todos los amigos de la preparatoria, donde el mensaje visual tiene prioridad sobre el textual (sobre todo en Snapchat e Instagram), y donde la dinámica virtual de popularidad y estatus se lleva a cabo. Cabe señalar que el resto de las redes son preferidas por los jóvenes según los intereses más particulares de cada uno, por ejemplo, Tumblr o Flickr.

Jesús situó a Twitter en cuarto lugar, aunque reiteró que, *“hay que ser bien chingón para eso”*, en referencia a la popularidad (o fama) que se traduce en una cantidad de seguidores que se debe poseer en esta red para tener verdadero impacto. Jesús mencionó el caso de una *“pelea”* que mantuvo con una usuaria de Twitter:

“Sí, por ejemplo yo me peleé con una morra que se llama SkyDLSG, algo así, en Twitter, porque... se la pasó echando tierra a un rapero de aquí de Sonora que yo sigo, y yo le dije “ay, como si tuvieras tantos seguidores”, y, se supone... ahora tiene un canal, resulta que

ahora cualquier pendeja que tenga 100 subscriptores ya se cree YouTuber. Le eché tierra, y le eché tierra y le eché tierra, así hasta que la morra ya dijo “ay, pinche morro”. “¿Morro? ¿De cuántos me veo?”, y pinche morra de 15 años. Ay no, me hizo el día esa morra, porque así como que me hizo 3 tweets graciosos [...] me etiquetaba a mí los insultos, y yo a ella [...] Y ya pues ya me bloqueó, porque como que ya se quedó bien ardida [resentida]. No, y pues como le gané, yo tenía doscientos y algo seguidores en Twitter, creo que ya tengo como cuatrocientos, o trescientos, no sé”.

A partir del altercado narrado por Jesús, se puede observar la correlación entre la popularidad y el estatus a partir del número de seguidores en Twitter, pues Jesús utiliza el hecho de que SkyDSLГ tenga pocos subscriptores para desprestigiar sus contenidos y comentarios. También sorprende cómo Jesús se muestra tan entusiasmado al haber logrado “ganar” la pelea virtual, hecho que nos lleva a pensar en el sentido que los jóvenes encuentran en este tipo de acciones digitales.

Más adelante el joven añadió otro comentario sobre la dinámica de esta red social: *“en Twitter, por ejemplo, ya tienes que tener cierto número [de seguidores] para que no andes tan solo. Por ejemplo, yo nomas tengo 400 seguidores pero no son amigos ni nada de eso, sólo puedes tener seguidores y seguir [...] hay que andar haciendo Tuits, y retuitear y así, para que... o sea te van siguiendo y así”.* Destacan los elementos de la dinámica conflictiva descrita por el joven, pues parece ser que las riñas con desconocidos en las redes fuese algo común, donde la ausencia de información abundante sobre el usuario (como en Facebook) se traduce en que la reputación del otro se mida a partir de sus seguidores/subscriptores.

Por otro lado, el joven menciona que YouTube no es considerada una red social, a pesar de que en esta plataforma es donde se desenvuelven los videobloggers, personajes del espectáculo virtual que abordaremos más adelante: *“(en YouTube) ya no ves a la gente como amigos ni seguidores ni así, ya los ves más como fans”.* Esto aporta un dato más a las diferencias entre redes de convivencia y redes de streaming.

Durante el transcurso de la tercera entrevista grupal, los jóvenes (Jesús, Mario y Karla) comentaron nuevamente sobre sus redes preferidas. Los entrevistados escogieron a Facebook como red favorita, y en segundo lugar colocaron a Snapchat. Sobre la primera red, comentaron que uno de los mayores atractivos de Facebook es la función de *messenger*, entendida como la mensajería por *chat* que ofrece la plataforma, pues a través de esta función mantienen contacto diario con sus amistades. Resultaría interesante que investigaciones futuras exploraran cómo incrementó el uso de esta red social, a partir de que Facebook compró e integró el servicio de mensajería de *Messenger* en el año 2011.

Otro comentario interesante realizado por Jesús durante la tercera entrevista es haber dicho que *“ya se había hecho adicto”* a Snapchat. Esto puede entenderse si recordamos que la

dinámica de esta red implica estar compartiendo material nuevo cada 24 horas, porque pasado ese tiempo el material anterior se borra. A esto también habría que añadirle la preferencia que tienen los jóvenes por el discurso visual, y el énfasis abusivo sobre la apariencia física que se desarrolla en el contexto escolar.

Mario mencionó que Tumblr está en el puesto número dos de su lista de redes más usadas. Sin embargo, posteriormente reflexionó y cambió de opinión: “*yo creo que uso más Tumblr que Facebook*”. El joven entrevistado comentó que hace poco que Tumblr incluyó un chat en su interfaz, lo que permite que la socialización se dé de manera similar a redes como Facebook o Snapchat.

1.2.3 Descripción de las redes más populares

A continuación se describirán brevemente la dinámica y los usos que los jóvenes (en especial Jesús) dan a las redes sociales Instagram, Snapchat y YouNow, ello con el objetivo de establecer una relación entre el uso de estas redes entre los adolescentes y el tema siguiente de este trabajo: el contexto escolar juvenil, donde la apariencia física, la visibilidad, la moda y el espectáculo son elementos fundamentales en el entorno estudiantil.

Las redes sociales aquí descritas tienen la particularidad de poner gran énfasis en utilizar la *imagen visual* como código para establecer comunicación entre los usuarios, por lo que los jóvenes están acostumbrados a utilizar fotos y videos como elementos semióticos al momento de comunicarse. Al señalar el formato audiovisual de estas redes no pretendemos otra cosa más que aclarar la relación entre el uso de estas redes sociales (de las más populares entre los adolescentes) y la primacía de la apariencia física en el contexto juvenil.

1.2.4 Instagram: privilegiar lo visible

En determinado momento de la primera entrevista realizada a Jesús, el joven accedió a su historial de fotos en Instagram. La primera foto que visualizó fue tomada desde el centro de su vientre apuntando hacia abajo, haciendo énfasis en un moño sobre sus pantalones (a la altura de sus genitales) y sus mocasines, que aparecen al final de la trayectoria formada por sus piernas estiradas. El título de la foto era “*Te espero para darte tu regalote*”, en referencia al moño sobre su pantalón. Al mostrar la fotografía el joven comentó: “*y pues mira, tumbó 26 (corazones), lo que es un logro en Instagram*”.

Del ejemplo anterior se pueden hacer varias observaciones. Por un lado, se puede entender cómo los jóvenes valoran mucho la ropa cara como sinónimo de estatus; en este caso, los mocasines son el elemento proyectado por Jesús para aparentar un estatus socioeconómico medio-alto. Tal como lo señalara Reguillo, la posesión (y ahora exhibición) de las

posesiones materiales de “gran valor” (como la ropa) es indispensable para la construcción de la apariencia digital entre los jóvenes, y obedece al predominio de la dimensión socio-estética en los criterios de valoración juvenil. En este caso, lo podemos observar cuando el joven menciona que consiguió 26 corazones como muestra de aprobación, cantidad que en Instagram es considerada como “un logro”.

Por otro lado, también resulta muy interesante como los mocasines se anclan con el pie de foto de la imagen subida a la plataforma (*“te espero para darte tu regalote”*), pues la referencia a su miembro sexual evidencia una parte del contexto juvenil de la preparatoria (bromista, de poca seriedad y con alta connotación sexual) en el que se desenvuelven los jóvenes a diario.

En el mismo intervalo de la conversación, Jesús explicó que en Instagram no se utilizan *likes* para valorar y aprobar las imágenes subidas por los usuarios, sino *corazones*. De igual manera, los *comentarios* son reemplazados por un ícono de *idea*. En relación al cambio de *like* por *corazón*, Jesús comentó que la intención de Instagram es evitar los juicios negativos en las publicaciones: *“ya no catalogan nada para que no te sientas feo, es que hay gente que, por ejemplo, no llega a cierto número de seguidores, y ahí se aguitan bien feo [...] la gente sube fotos, y... es que no sé si supiste que una morra anduvo subiendo fotos, y como no tenía muchos 'Me Gusta' subió una foto amenazando con matarse si no le daban aprobación... [...] era una morra gordita, fea, y como estaba fea pues amenazó, y ya, ahí tuvo unos cuantos, y ya no se mató”*.

El ejemplo anterior deja en evidencia como los jóvenes se ven afectados en extremo por los comentarios y valoraciones positivas (o negativas) hacia su apariencia física en las redes sociales. El caso de la muchacha amenazando con matarse por no recibir likes en su foto de Facebook, da entrada para analizar el fenómeno de la importancia de la imagen física entre los jóvenes, particularidad del contexto escolar de los adolescentes entrevistados.

Con respecto al cambio de nombre del *comentario* de Facebook por el término *idea* en *Instagram*, Jesús comenta que el objetivo es parecido al intercambio del like por un corazón: *“aparece como la 'idea' para que no aparezca como un comentario negativo o positivo”*. En opinión de Jesús, se trata de un esfuerzo de la plataforma por eliminar la valoración negativa o positiva en las fotos de los usuarios, con el objetivo de disminuir los casos como el narrado por el joven.

En este apartado, Jesús explica que es más difícil recibir corazones en Instagram que likes en Facebook, pues la dinámica es diferente: *“es que aquí ya no es de likes, es de... por ejemplo, como ya... no es tanto de que te quieran dar likes, más bien nomas te siguen para ver tus fotos, ya es como que hay que esforzarse para que le den like, y cosas así”*. Ello

explica el por qué los jóvenes se esfuerzan el doble en Instagram por conseguir la aprobación a través de la imagen.

Más adelante, Jesús enseña una fotografía donde aparece con una pijama de las Panteras (equipo que jugó la final del SuperBowl 2016), con el siguiente texto como pie de foto: “*#Superbowl150, pinche metidón le metimos a las panteras*” (“*metidón*” significando una derrota contundente). Sin embargo, al preguntarle al joven si había sintonizado el SuperBowl durante su transmisión en vivo, Jesús respondió que no, y aclaró que hizo la publicación después de consultar el resultado final. Esto evidencia el valor que posee la *apariencia* (o la falsedad de lo real) en el contexto juvenil, pues mientras la audiencia de Jesús vio su publicación y la aprobó (muy probablemente pensando que había mirado el partido completo), la realidad es que el joven no fue espectador del evento.

Prosiguiendo con la descripción del uso de Instagram, Jesús aclara que los *hashtags* también son recursos utilizados con frecuencia en esta red social para conseguir corazones, pues enmarcan en categorías globales los temas de la foto, permitiendo el acceso a la fotografía a todo aquel que busque el mismo código empleado en el hashtag.

Por último, cabría mencionar que una de las diferencias principales (en cuanto a privacidad se refiere) entre Facebook e Instagram, es que la segunda permite el acceso público a cualquier perfil sin necesidad de ser contacto. Esto quiere decir que basta con tener el nombre del usuario a cuyo perfil se desea acceder para consultar su contenido, pues las configuraciones que ofrece Instagram sobre privacidad por lo general pasan desapercibidas para la mayoría de los contactos.

1.2.5 Snapchat: la exhibición efímera como tendencia

Durante la primera entrevista aplicada a Jesús, el joven describió a Snapchat como una red que funciona con la misma dinámica que las otras redes sociales, en referencia a que compartir contenido propio (en este caso en formato visual o audiovisual) es la condición para establecer comunicación con el otro. Al igual que en Instagram, lo visual es el elemento más llamativo y significativo para los jóvenes, pues se utilizan fotos y video para comunicarse. Según el adolescente, en esta red: “*tienes que tener un buen físico, o tienes que ser muy interesante para seguir usándola*”, lo que desde un principio nos dice mucho sobre la importancia que los jóvenes dan a su apariencia física.

Snapchat es una red en donde el contenido subido (*snaps* o *mensajes de chat*) se borra después de un tiempo mínimo. Esto ocurre tanto en el *chat privado* (donde los videos y fotos subidos se borran después una o dos visualizaciones), como en la *historia pública*

(donde el contenido dura 24 horas), espacio equivalente al muro de Facebook en donde se publican los *snap*s. Uno de los atractivos más llamativos de esta red social es precisamente esto: no dejar evidencia de la comunicación que se tiene a través del espacio virtual, siendo esta característica de *exhibición efímera* la que más parece llamar la atención de los jóvenes, tanto por la dinámica de novedad que implica (todos los días hay nuevo contenido asegurado), como por la aparente privacidad y seguridad que brinda la eliminación de todo lo compartido. Además de lo anterior, la aplicación cuenta con herramientas de edición de imagen y video, lo que amplía mucho el abanico de posibilidades al momento de comunicarse.

Sin bien Snapchat no permite guardar evidencia del contenido compartido entre los usuarios, lo que sí permite es hacer una captura de pantalla de lo que se desea guardar desde el mismo celular (digamos, una foto que un contacto envió), pero con la condición de que el hecho será notificado al contacto con el que se mantiene la comunicación. Esta dinámica de la temporalidad del contenido compartido resulta muy interesante, pues pudiera significar que la *confianza* ha cobrado un giro drástico en las relaciones interpersonales de las nuevas generaciones adolescentes, quienes prefieren no dejar rastro de su actividad por el riesgo de ser exhibidos diciendo tal o cual comentario.

Prosiguiendo con lo comentado por Jesús, el joven mencionó que debido a la propiedad de *novedad* que va inmersa en la dinámica de Snapchat, “*tienes que estar saliendo a cada rato casi obligatoriamente [...] tienes que ser interesante*”. De no ser *interesante*, ocurre lo mismo que con la red de live-streaming YouNow: “*la gente se aburre de ver siempre lo mismo, y ya nadie te mira, nadie quiere ver tus snaps, y ya*”. Dentro de este testimonio destaca cómo la dinámica de esta red invita a los adolescentes a que sean “interesantes” y “salgan” de sus casas para hacer algo que sea atractivo visualizar, lo que posee una estrecha relación con lo que está de moda entre los jóvenes. Además, aporta información para reflexionar la dependencia de la autoestima juvenil y la respuesta (aprobatoria, desaprobatoria y demás) que los usuarios realizan ante lo exhibido en la red social.

Un aspecto que destaca de Snapchat con respecto a la extimidad es la dinámica de exhibición de esta red: la idea básica de la sección de *historia* es crear un video (que después de 24 horas se elimina, y que sólo puede ser visto una vez por contacto) donde se sinteticen los momentos clave del día. El video se crea por partes, grabando por ejemplo cinco segundos al despertarse, cinco al estar en la comida, tres al estar mirando la televisión y cuatro al estar paseando a la mascota. A través de esta dinámica los jóvenes pueden compartir la asistencia a determinado lugar, un momento familiar, bromas con los amigos, la realización de determinada actividad o cualquier otra situación que acontezca durante el transcurrir de su vida diaria en un solo video. Esto implica exhibir la vida cotidiana, y maximiza la posibilidad de brindar acceso a momentos y lugares íntimos, como el interior

del hogar, (baño o habitación), una experiencia familiar o un momento “a solas” con la pareja.

Sobre la dinámica de exhibición de Snapchat, Jesús describe su experiencia de la siguiente manera: *“Por ejemplo, yo siempre ando subiendo snaps con el Edgar porque es gracioso, siempre nos la pasamos tonteando, o... por ejemplo, el otro que subí fue de que le dije a mi jefa: “oye amá, ¿ya están los tacos? ¡Maldito chamaco cabrón!” me gritó mi mamá, porque le grité “amá, ¿ya están los tacos?”*

El caso que menciona Jesús al asistir con su mamá a los tacos demuestra cómo los jóvenes están dispuestos a “provocar un regaño”, con el objetivo de exhibir por la red situaciones de broma que involucren a sus familiares y que sean aprobadas por su público, por lo que no debe sorprender que los jóvenes diversifiquen este tipo de actos y utilicen su creatividad al momento de grabar *snaps* que los lleven a ganar más seguidores. Snapchat es, pues, la ventana audiovisual al día a día de los jóvenes, y una de las redes que más representan la exhibición de la vida íntima entre los más jóvenes.

1.2.6 YouNow: transmitirse en vivo (y ganar dinero por ello)

YouNow pertenece a las redes de live-streaming. Tal como lo sintetiza su nombre (YouNow: *Tú Ahora*), el atractivo principal de esta red social es la *transmisión en vivo y en directo* del usuario a un público desconocido, con una dinámica de *visualización e interacción* instantánea: a la vez que los jóvenes se transmiten con la cámara de su Smartphone (o Laptop) a través de la red, los espectadores participan en la dinámica comunicativa con una retroalimentación inmediata, haciendo preguntas y comentarios, solicitando saludos o invitando al *transmitido* a realizar tal o cual acción.

Durante la primera entrevista semi-estructurada Jesús mencionó que la diferencia entre quienes se transmiten por YouTube y YouNow está en la propiedad de inmediatez. Mientras que en YouTube los videobloggers planean cada video (por lo que la interpretación ya está pensada con algo de anticipación y el contenido es editable en posproducción), en las redes de live-streaming es indispensable contar con *“una buena personalidad, que seas interesante (Jesús)”*. Para transmitirse exitosamente por YouNow hay que poseer habilidades para interactuar con el público en vivo y responder al momento de forma entretenida a la retroalimentación instantánea de la audiencia.

El siguiente comentario de Jesús da cuenta de lo mencionado en el párrafo anterior: *“En YouNow es más así como que tienes que interpretar algo, tienes que ser una persona con una buena personalidad, que seas interesante, porque, por ejemplo, en YouTube puedes hacer un diálogo, un monólogo, y ahí ya apareces súper-creativo, como el werever, pero*

eso ya lo planeó, y YouNow no, es live-stream, o sea, es en vivo. Por ejemplo, Nicolás Arrieta, hace casi todos los días “Este show apesta”, así le llama a sus transmisiones, y se la pasa haciendo chistes [...] él es colombiano, pero habla muy bien hispano, y él, por ejemplo, cuando fue lo de Miss Universo, dijo “Okay”, y se puso una blusa de su novia, o de su mamá, no sé, y se puso una corona diciendo “Oh Dios, estoy tan feliz”, así empezó su transmisión, y luego llega un amigo suyo ¡y le quita la blusa y el vestido! [...] la cámara lo enfoca en un rincón y aparece con una cuchara tratando de cortarse las venas. O Galaxia, ese tipo, no me gustan sus videos pero tiene fama. Ya tiene hasta su segmento en MTV”.

A pesar de las diferencias, el *espectáculo* en redes de live-streaming (YouNow) y streaming (YouTube, Snapchat) parecen compartir: una puesta en escena, la presencia de uno o varios personajes y el desarrollo de un monólogo o dramatización.

Al retomar el tema de YouNow en la primera sesión grupal, Jesús mencionó que en su opinión, las transmisiones en YouNow deben limitarse a una vez por día, “*porque no tienes que andar haciendo demasiado, porque luego ya no te miran*”, lo que parece reflejar la tendencia de la audiencia digital, que se aburre cada vez más rápido con “lo mismo de siempre”, y siempre está en búsqueda de “la novedad”.

En dicha sesión Jesús también añadió que hasta el momento se había transmitido cuatro veces por YouNow, lo que le consiguió 137 fans y el mismo número de visualizaciones. Jesús comentó que sus transmisiones fueron “de convivencia” (lo que significa que puede responder mensajes, preguntas y comentarios de la audiencia en vivo), y que por ello se había ganado ocho pesos que podrá cobrar cuando cumpla la mayoría de edad.

Cabe aclarar que en YouNow se pueden hacer dos tipos de transmisión: de convivencia (con retroalimentación e interacción instantánea con el público) y de no convivencia (de retroalimentación e interacción lenta). Una de las diferencias principales entre ambas es que una transmisión en vivo (transmisión de convivencia) es remunerada con dinero virtual por YouNow (según la cantidad de visualizaciones), capital que posteriormente puede ser cambiado por dinero real al cumplir la mayoría de edad.

Esta dinámica económica de transmisión = dinero ofrece un panorama interesante sobre el mercado mediático actual, que invita a los jóvenes a que se involucren en el mundo del espectáculo y el entretenimiento desde temprana edad, contribuyendo de esta manera al contexto moderno de visualización que se extiende por todas las relaciones de los adolescentes: la cultura de las apariencias, el reino de lo visual.

Jesús introduce con esto un aspecto muy interesante sobre el uso de las TIC: las redes sociales y su relación con el negocio del entretenimiento, característica que será

desarrollada a continuación al proseguir con el análisis de la relación entre YouNow, los videobloggers y el mundo del espectáculo.

1.3 Redes sociales, dinero y espectáculo

1.3.1 Videobloggers: los ídolos del espectáculo digital

Es lógico que los jóvenes, al volcar gran parte de su tiempo de ocio hacia la cibercultura, las redes sociales y el Internet, ahora se dediquen a hablar y estar al tanto del *espectáculo* y el *entretenimiento* que ocurre exclusivamente en estas plataformas. Los videobloggers, siendo quienes se dedican a la creación de contenidos audiovisuales de entretenimiento en la red, son unos de los *personajes* sobre los que más están informados los adolescentes, y por ello, de los que más hablan y critican: *“La Yuya hace videos de maquillaje y todo eso, que son para mujeres, pero su voz es como que la edita para ser bien irritante”* (Mario), *“O si no su amiga, la hermana. Igual sus videos están del asco, sólo saca videos de cosas sexuales, y nada más (Jesús)”*, *“No, el que saca cosas sexuales es el Alex Estrechi”*, (Lorenzo).

El “chisme” del espectáculo y el entretenimiento digital, producido por los videobloggers a través de espacios como YouTube, estuvo presente en repetidas ocasiones al entrevistar a los jóvenes, ya fuese comentando tal o cual hecho sobre videobloggers, haciendo determinada crítica, o manifestando una opinión al respecto del contenido de sus videos o su aspecto en la pantalla. Para muchos jóvenes, los videobloggers son los nuevos *ídolos* del espectáculo, y no son pocos los que tienen deseos o aspiraciones de convertirse ellos mismos en videobloggers famosos. Cabe destacar que una característica esencial de los videobloggers es que son personas “normales” que incursionaron en el mundo del entretenimiento luego de subir videos suyos a redes como YouTube, YouNow o Vines, lo que inspira en los jóvenes la posibilidad de llevar a cabo la misma hazaña.

Según los diálogos recopilados en la primera entrevista grupal, hay videobloggers para todo tipo de públicos. Algunos se ocupan de hacer tutoriales de tal o cual hobby, otros crean monólogos o hablan de su vida cotidiana, también hay quienes tocan temas sexuales o de drogadicción con humor juvenil. Así, parece haber una inmensa variedad de estilos y temas desarrollados por estos nuevos ídolos.

1.3.2 La marca eres tú: la exhibición como fuente de ingresos

Dentro del interés juvenil por el mundo del espectáculo digital, destaca una de las características descritas por Morduchowicz en los antecedentes, y que más de una vez hemos visto materializada en este trabajo: la transición de simple espectador-consumidor al rol de consumidor y productor de contenidos, práctica que se desarrolla a partir del

surgimiento de los sitios de Web 2.0. Esto se hizo evidente al observar cómo los jóvenes no se conforman con ser fanáticos de los videobloggers del espacio virtual, sino que muchos dan un paso más y pasan a convertirse ellos mismos en productores de entretenimiento.

Los jóvenes ven en la exhibición de sí mismos (a través de transmisiones en vivo y videoblogs producidos para las redes) una oportunidad para hacer crecer su economía. No son pocos los casos que mencionaron los jóvenes entrevistados, sobre videobloggers de su edad que reciben dinero a cambio de incluir anuncios de patrocinadores en sus videos: *“el Kike con puro dinero de Vines —red social que permite crear y subir videos cortos con un máximo de 6 segundos (a partir del 20 de junio del 2016 ascendió a 140 segundos) en forma de loop (reproducción continua)— se compró el iPhone 6S”* (Jesús), *“Tienes que tener como mil (seguidores) para que tengas patrocinador, y cada como diez mil visitas te dan como un dólar* (Mario)”.

Los jóvenes mencionaron que la popularidad es un factor clave en este tipo de negocios digitales, un elemento más que se integra al contexto actual de los jóvenes híper-mediatizados. Durante la primera entrevista grupal, los jóvenes hicieron repetidos comentarios sobre los chicos populares de su escuela que se transmiten de forma frecuente en redes de live-streaming. Si bien son varios los que se transmiten, sólo unos cuantos (como *Valencio* o *El Kike*) alcanzan un nivel de audiencia lo suficientemente alto para ser acreedores de patrocinio por sus videos.

Otro dato interesante sobre el negocio del entretenimiento digital es que, en opinión de Mario, este tipo de negocios va en aumento, y es tendencia entre los jóvenes: *“Es que en si ya todos andan como que en ese rollo, todos quieren ser YouTubers”*. Sin embargo, hay jóvenes que no sólo se dedican a conseguir dinero a partir de sus transmisiones o videoblogs, sino que también han creado sus propios productos materiales como ropa artículos: *“¡Ah, también hay una morra que hace videos de YouTube, y acá hasta hace su ropa, tiene ropa y puso su nombre y las vende! Que va en la mañana...”* (Jesús).

Este tipo de proyectos económicos con ejes en la virtualidad pudieran representar una respuesta a la precariedad que muchos jóvenes atraviesan en su vida cotidiana. Al carecer los jóvenes de los recursos económicos para pertenecer a una comunidad estudiantil que valora la apariencia física, la popularidad, el estatus y las posesiones materiales como los más grandes elementos de aceptación social, este tipo de opciones retributivas en la red pudieran ser una salida viable para gran parte de la juventud.

1.3.3 La nueva industria del entretenimiento: YouTube, Videobloggers y la inserción en otros medios

Según lo expresado por Jesús, YouTube y las demás redes sociales de streaming suelen servir como trampolín para que los Videobloggers consigan un espacio mediático en medios convencionales como la televisión y la radio. Quienes alcanzan suficiente audiencia y popularidad en YouTube tienen la posibilidad de conseguir un espacio en la industria televisiva, ya sea en la producción de comerciales o programas: *“Es que la gente influyente, la tele los jala. Por ejemplo, el este tipo, cómo se llama, Luisito Rey, el vendido. Los YouTubers se venden, ¿el comercial de asepsia lo has visto? “Adiós pingüinitos”, ese de un tipo con afro, que está ahí promocionando asepsia, es un YouTuber que se vendió [...] para programas también. Alex Estrechi es uno de ellos, que está en EXA, EXA-TV, está el otro, un buchón que hacía videos y ya ahorita tiene su programa allá en Mexicali, y creo que también tiene su línea de calcomanías o algo así, no sé”*.

Lo anterior implica una clara relación entre las redes sociales de streaming y el mundo del espectáculo y el entretenimiento, donde no sólo el contenido mediático cobra importancia, pues también hay una producción de artículos materiales que los videobloggers producen para consolidarse a sí mismos como una industria más del entretenimiento digital.

Un comentario de Jesús que no dejó de sorprender es el siguiente: *“La gente te planea. Si eres una persona con buen físico, y a toda madre, te jalan para televisión, y si no, ellos te hacen un canal de YouTube”*. En relación a esta declaración, Jesús mencionó la existencia de una organización que funge como agencia mediadora entre los Videobloggers y YouTube, que lleva el nombre de MeToo: *“Es una especie de corporación que representa a YouTubers para hacerlos poderosos e influyentes”*. Curioso resulta que, según lo mencionado por el entrevistado, el organismo posea (en apariencia) las mismas políticas que un sindicato corrupto de trabajadores: *“Si haces lo que ellos quieren, ellos te apoyan, si no, te empiezan a quitar dinero de tu pago de YouTube, y te empiezan a poner sanciones así para que ya cedas [...] Te dan promoción, publicidad, es como la mafia de los Yakuza, pero de YouTube, de la red”*.

Es al final de esta parte de la primera entrevista semi-estructurada con Jesús cuando el joven describió un punto clave del negocio de streaming en línea: *“la gente tiene que entretenerse con algo”*, lo que da a entender que la masa digital sigue reproduciendo las mismas necesidades de entretenimiento que antes acaparara la televisión.

La dinámica del negocio del entretenimiento digital (potencializado por las nuevas redes de streaming y live-streaming) implican una constante *exhibición de sí mismo* a cambio de una remuneración económica, con diferentes patrones de interacción con el otro, pero siempre

desarrollando la convivencia: *“convives con ellos, pero siempre a través de la pantalla, para que te beneficies tú y ellos tengan de qué hablar en las redes”*.

1.4 Conclusiones primer capítulo

Podemos concluir este primer capítulo afirmando que los jóvenes son expertos en el manejo de las nuevas tecnologías y las diferentes redes sociales, espacios en los que navegan de forma simultánea y gran cantidad de horas al día, utilizando un lenguaje particular lleno de neologismos y poniendo en práctica el ensayo de diferentes actitudes e identidades.

Los jóvenes conocen al pie de la letra las funciones de cada una de las redes sociales, a la par que sienten un empoderamiento por el control y la libertad que les permiten ejercer, siendo la tendencia el utilizar plataformas donde se privilegia la imagen y la transmisión de video como códigos comunicativos. A este contexto digital hay que agregar el auge creciente de las industrias del entretenimiento en las nuevas plataformas, donde convertirse en videoblogger y ganar dinero a través de exhibirse por Internet representan aspiraciones atractivas para muchos jóvenes.

2. APARIENCIAS EN LA PREPARATORIA: EL CONTEXTO ESCOLAR JUVENIL

En este segundo apartado exploraremos el contexto en el que se desenvuelven los jóvenes que participaron en esta investigación. Iniciaremos recordando que los cuatro adolescentes entrevistados cursan el tercer semestre en una preparatoria pública. Los tres hombres tienen 16 años de edad, mientras que la mujer tiene 15. Los cuatro, además, tienen acceso a Internet y se conectan y publican diariamente en las redes sociales.

Como se verá conforme avance la descripción del entorno juvenil, el ambiente social en el que los adolescentes experimentan su vida cotidiana está rodeado por la predominancia de la imagen física, la moda, la popularidad, la apariencia, el estatus, entre otro tipo de fenómenos como el bullying y la crítica, que son potenciados por la presencia de las redes sociales. Estos elementos predominan tanto en el escenario digital como en el real, y el dominio que los adolescentes tienen de las nuevas tecnologías digitales juega un papel esencial al momento de comprender su contexto escolar.

2.1 Imagen, estatus, likes y popularidad

2.1.1 Perfil digital: interacción y exclusión social

Uno de los primeros hallazgos encontrados durante la primera entrevista semi-estructurada, realizada con Jesús, fue comprobar la importancia que cobra el perfil de Facebook al momento de interactuar socialmente en la preparatoria. Durante este primer encuentro, el joven explicó que en la preparatoria tener un perfil activo de Facebook (con determinada cantidad de likes) es norma indispensable para interactuar con los demás estudiantes y ser socialmente aceptado. Para ello, la creación y uso de Facebook debe empezar desde temprana edad, tentativamente en la secundaria: *“...de hecho tuve que obligarlo(a mi hermano) casi a que cambiara su foto de perfil [...] No lo usa (Facebook). Lo obligué porque dije, ya lo descuidaste 2 años, te van a hacer bullying en la prepa”*.

En el fragmento anterior, Jesús explicó que “tuvo que obligar” a su hermano a que comenzara a administrar su Facebook, pues al estar por terminar la primaria e iniciar la secundaria, no hacerlo conllevaría problemas de inclusión y aceptación social en el contexto escolar. Ello porque, según el joven entrevistado, es indispensable que al momento de entrar a la preparatoria ya se cuente con un perfil *desarrollado*, en el sentido de que los usuarios que accedan a él (en este caso, los otros adolescentes) tengan bastante contenido que *ver* (o consumir) para *identificar* al otro. Esto implica tener un amplio *historial* de publicaciones, que sirvan como base sólida referente para formarse un perfil del adolescente.

Sobre esto, el joven agregó más adelante: *“Si no lo identificas porque no publica mucho en Facebook tienes que verlo en persona para ver cómo es. Porque si no sube mucho, pues qué sabes de él, no tienes un buen perfil, tienes que ver el perfil para saber cómo es”*. Esto indica que los jóvenes acostumbran consultar el perfil digital de un individuo para sacar de ahí los primeros indicios sobre quién es.

Se puede inferir además —a partir de los comentarios de Jesús sobre su hermano menor— que de no prestarle la debida atención a la construcción de un perfil digital como el desarrollado en Facebook, se puede llegar a sufrir de bullying al momento de integrarse a la dinámica de interacción social de la preparatoria por tales descuidos. Por ello, Jesús comentó que como hermano mayor *“tuvo que obligar”* a su hermano menor para que *“cambiara su foto de perfil”*, esto con el objetivo de prevenir, dentro de lo posible, que su hermano sufriera de bullying al insertarse y adaptarse al entorno social de la preparatoria.

Más adelante, Jesús comentó que dentro del contexto escolar de la preparatoria, los jóvenes suelen ponerle apodos a aquellos que no tienen acceso a la red: *“te diré algo, les ponemos apodos a ellos (a los que no tienen Facebook): “viene del quinto horizonte [...] “es de la granja”, “se perdió en el desierto del tiempo”, “vuelve a 1900”, puros así, les ponemos... les ponen apodos porque como que, o sea, vete otra vez a chilangolandia”*.

Los apodos que mencionó el joven son empleados de forma despectiva y racista para bullear a las personas que no utilizan las redes. Si no estás conectado, no *existes* (justo como apuntáramos en los antecedentes), y pertenecer al segmento de la población que no posee la tecnología para conectarse de forma habitual (el lado off-line de la brecha digital), es percibido como si se fuese una persona no civilizada y “sin importancia”. Esta forma de discriminación por no pertenecer a las redes sociales, es otra propiedad del contexto escolar juvenil. *“Son la gente como que X”*, mencionó Jesús.

2.1.2 Likes, estatus y popularidad

Para los adolescentes es común utilizar las redes sociales como bases de datos para formarse un perfil del otro. En esta percepción de *la imagen del otro*, los likes en Facebook (y los botones equivalentes en las otras redes) juegan un papel fundamental, pues se convierten en los *elementos cuantitativos* que determinan la popularidad y el estatus entre los jóvenes, a partir de los que se infieren otros aspectos de la identidad.

Sobre esto, Jesús comentó lo siguiente durante la primera entrevista semi-estructurada: *“en la prepa, haz de cuenta que tienes ciento y tantos likes, supongamos en tu foto de perfil, y están los tipos que tienen como digamos 10 likes, 6 likes [...] (en la preparatoria) los likes*

son estatus”. Este testimonio puede traducirse en la siguiente fórmula: a mayor cantidad de likes, mayor popularidad en la red.

Durante la primera entrevista semi-estructurada grupal —donde participaron Jesús, Mario y Lorenzo —, se les preguntó a los jóvenes por el valor de los likes en el contexto escolar. A esta pregunta Mario comentó —con tono de normalidad— lo siguiente: *“Pues sí, como que si tienes muchos likes eres el más popu, se podría decir...”*. El comentario del joven confirmó la declaración de Jesús en la entrevista pasada, lo que corrobora la relación entre la cantidad de likes y la popularidad. Con esto podríamos hablar de una nueva dimensión virtual en los criterios de pertenencia, al menos en lo referente al grupo de gente popular.

Cabría aclarar que los jóvenes perciben la popularidad diferenciándola a partir del entorno digital y real (que también pueden coincidir): la popularidad en redes (reflejada en la cantidad de likes y no necesariamente interrelacionada con el estatus socio-económico), y la popularidad o estatus social real (determinado en gran parte por el dinero y la ropa): *“Es que hay dos tipos de populares, por Facebook y socialmente, o de ambas. Porque socialmente por ejemplo hay muchas personas, las más populares son como las de la Xochicalco, se podría decir, porque... Son los que hacen las fiestas, y todo eso...”*. (Mario), *“Sí aha, porque tienen varo [...] Porque tienen carro, novio alto y guapo...”* (Jesús).

El proceso de reconocimiento y validación de la identidad —mencionado por Morduchowicz en el marco teórico y los antecedentes, referente al proceso en el que el otro “confirma” la legitimidad de la pertenencia— es algo que se lleva a cabo con el estatus y la popularidad en la preparatoria, siendo la comunidad juvenil la que decide quién es popular y quién no.

En la sección 2.1.4 veremos que la ropa de moda (reflejo de un estilo de vida y nivel socioeconómico alto) y el aspecto físico (atractivo real y apariencia digital) son los dos elementos más valorados en el contexto juvenil, dos propiedades que no pueden pensarse sin la presencia de un grupo que reconozca y construya estas dos propiedades simbólicamente.

Debido a que la dinámica de interacción digital mediada por la extimidad en las redes sociales se desarrolla en un contexto juvenil donde la persecución de estatus y popularidad son las metas más añoradas por los jóvenes, la *espectacularización* de la vida íntima de los jóvenes es una constante entre la juventud estudiada: una posible réplica del uso que los ídolos del espectáculo le dan a las redes sociales (como ya vimos en los apartados de YouTube y los videobloggers).

En el escenario juvenil, las vidas de los otros jóvenes son percibidas como entretenimiento, como un producto de consumo más, y exhibir la vida privada a una colectividad (en este

caso, las “amistades” y contactos de las diferentes redes sociales) es una práctica clave en la construcción de la identidad juvenil y la legitimización de la popularidad y el estatus. Es así como cada joven no sólo debe ser reconocido por su grupo de iguales como uno de los suyos, sino que los juicios de sus grupos digitales también forman parte indispensable de la aceptación colectiva de la popularidad y el estatus, conseguida a partir de la apariencia proyectada en las redes.

2.1.3 Tumbear likes: el arte de planear qué publicar

Una expresión muy utilizada entre los jóvenes, relacionada con los procesos escolares de legitimización de la popularidad en la preparatoria de Jesús, es la de “*tumbear likes*”, locución que hace referencia a conseguir muchos likes con una sola publicación que por lo general está planeada a detalle.

Durante la primera entrevista semi-estructurada, Jesús explicó que la expresión *tumbear likes* es utilizada entre los adolescentes con el siguiente sentido: *“tumbear likes es decir que va a tener muchos likes, o sea, se los tumbó porque es lista, por pensar qué publicar [...] Es como hacer una publicación que sabes que va a tener un chingo de likes, es hacer una publicación bien planeada, o sea, bien hecha”*.

Esto implica que algunos adolescentes piensan, reflexionan y planean con detenimiento sus publicaciones, teniendo en consideración los gustos de su público (como dijera Morduchowicz en los antecedentes) y como objetivo la obtención de la mayor cantidad de likes posibles. Esta es una práctica que los jóvenes incorporan en su uso de las redes al asumir el rol de productores de contenido.

2.1.4 Lo más valorado en redes: el aspecto físico y la moda

Sin lugar a dudas, una de las propiedades más valoradas en la preparatoria de los entrevistados es la apariencia, el “cómo te ves” (o “cómo te ven”), hecho que mantiene estrecha relación con las múltiples funciones que ofrecen las redes sociales para proyectar una imagen personal a través del perfil digital.

Jesús y sus compañeros ilustraron con diferentes ejemplos cómo dentro del contexto escolar cobran vital importancia la apariencia, el atractivo físico, la moda y el atuendo que se porta (con su correspondiente imagen digital proyectada en un yo-visual), pues estos son los ejes centrales que utilizan los jóvenes al momento de discriminar y diferenciar a los estudiantes de su escuela. Por ello, es a partir de estos criterios —desarrollados a partir de la predominancia de *lo visible*— que los jóvenes determinan la popularidad de sus

compañeros de escuela. Así, aquellos hallazgos de Reguillo que en el año 2000 señalaran que la dimensión socioestética es clave en la socialización juvenil, hoy se desarrolla de manera análoga en las redes sociales.

2.1.5 Valoración de la apariencia física según el sexo

Cuándo se les preguntó a los jóvenes qué pensaban que era lo más valorado en las redes, lo primero que respondieron los chicos fue *“La persona”*. Sin embargo, tras desarrollar su respuesta, Jesús dejó claro que sus compañeros se referían al aspecto físico de la persona: *“Por ejemplo, digamos que yo publico, tengo que ser castaño, guapo, popu (para tener likes)”*. Esto reitera que la apariencia física es uno de los aspectos más valorados por los jóvenes, junto con el resto de elementos de las dimensiones socioestéticas. Al respecto, Jesús complementó su respuesta añadiendo que para dar una buena impresión *“básicamente tienes que tener tetas, o tatuajes”*, dos elementos de carácter visual.

Durante el transcurso de la primera entrevista semi-estructurada realizada con Jesús, el joven dejó claro que las publicaciones de autorretratos (o *selfies*) que más *“tumban likes”* entre los jóvenes presentan claras diferencias según el sexo: *“por ejemplo, las mujeres se ponen a levantar el trasero, porque saben que eso les va a dar muchos likes. Los hombres suben fotos de sus perforaciones, o de sus tatuajes, o la buena vida que se dan (como) los buchones”*.

Así, lo que para los jóvenes entrevistados resulta más atractivo y llamativo varía significativamente según el sexo, pero en ambos casos priman los elementos visuales correspondientes al aspecto y la apariencia físicos. Mientras que el foco de atención en las mujeres se centra en el aspecto físico de su cuerpo (sobre todo en los atributos sexuales), en los hombres cobra mayor importancia la apariencia del *“rebelde”* (tatuajes y perforaciones son los elementos que, al representar una transgresión de lo *“aprobado”* por los tutores, representan la rebeldía), o la apariencia del *“magnate”* (representada con la posesión de grandes riquezas monetarias y/o materiales): *“por ejemplo, las mujeres para tener likes tienen que enseñar cosas [...] es lo que hacen las mujeres, enseñar, es como 200 likes [hace ademán de tomarse una foto de perfil mostrando el escote], 5 likes [se pone de perfil sin “enseñar nada”]”* (Mario).

Esto reitera que, entre los jóvenes hombres, uno de los elementos más valorados entre sus contactos femeninos es la exhibición sexual del cuerpo, posible consecuencia del despertar sexual que se vive durante la adolescencia.

Destaca que al preguntarles a los entrevistados sobre la importancia de la personalidad de las chicas, los jóvenes comentaron que también le prestaban atención, y que no en pocas ocasiones les había atraído (o desagradado) una mujer por su actitud y/o personalidad. Sin

embargo, los jóvenes dejaron claro que para ellos la apariencia corporal tiene gran prioridad sobre la actitud: *“Lo único que cambia es la modelo”* (Mario). *“Por ejemplo, si es muy bonita morra, pues lo ignoramos [su personalidad]”* (Jesús).

En este punto, los jóvenes mencionaron tener una jerarquía mental de categorías para distinguir a las chicas de su edad, según su estatus, popularidad, cantidad de likes y actitud: *“Sí, porque hay unas que publican un chingo de cosas y casi no tienen likes porque son puras tontadas. Y también depende de cómo sea la persona, porque acá si son fresillas, mamonsillas...”* (Lorenzo). *“Es que depende, ella, por ejemplo, nunca va a capearnos a ninguno de nosotros [enseña el celular] 850 likes, mira nada más”* (Jesús).

Los jóvenes contemplan sus posibilidades de concretar una relación amorosa y/o sexual con las adolescentes de su edad —el ser “capeado”, que en el léxico juvenil significa ser atendido o correspondido— a partir de su estatus, representado en la cantidad de likes recibidos en sus fotos: *“Es que como que su ego se basa en la cantidad de likes, en su popularidad”* (Mario). En el comentario anterior sobresale que los jóvenes participantes establezcan una relación clara entre el ego de las adolescentes, su popularidad y la cantidad de likes en sus fotos.

El énfasis que los jóvenes ponen en el aspecto físico explica, según Jesús, por qué hay una cantidad considerable de adolescentes a los que no les gusta Snapchat, a pesar de ser una de las redes más populares entre la comunidad juvenil: *“es que a algunos no les gusta tanto Snapchat porque son como que bien feos, no, y pues es que hay gente que no tiene buen físico y no agarran Snapchat para que no los buleen. Eso pasa muy seguido”*. Los comentarios de Jesús reafirman que uno de los usos principales de esta aplicación es exhibir la imagen física. Además, el testimonio del joven señala un motivo por el que los adolescentes pudieran sufrir bullying en el contexto actual de la preparatoria: no tener un buen aspecto físico y proyectarlo en las redes.

Los criterios de apreciación que los jóvenes tienen sobre el sexo femenino están intrínsecamente relacionados con una práctica digital muy habitual entre los adolescentes: la visualización de autorretratos de mujeres en las redes sociales, las llamadas “selfies” (si bien no todas las fotos de mujeres que miran son autorretratos, sí lo son en su mayoría). Según los comentarios de los entrevistados, los jóvenes acostumbran mirar las selfies que las chicas suben —con mucha regularidad— a las redes sociales, y a partir de ellas realizan muchos de los juicios de su atractivo físico. Para las mujeres es habitual subir fotos suyas, para los hombres lo es mirarlas.

Aquí destaca que, en opinión de los jóvenes, los hombres no acostumbran subir tantas selfies a las redes como lo hacen las mujeres. Según los jóvenes, esta práctica es común únicamente entre pocos hombres de su edad: *“Nada más (suben muchas fotos) los que son populares en persona y que son populares en Facebook* (Lorenzo)”. En su opinión,

únicamente los chicos populares (tanto fuera como dentro de redes) y los chicos *carita* (término para referirse a los hombres atractivos) son los que suben selfies con regularidad frecuente en las redes sociales, mientras que las mujeres, independientemente de su popularidad y atractivo, lo hacen con mucha regularidad.

Más adelante, los jóvenes entrevistados comentan que hay mujeres que suelen privilegiar el dinero y la cantidad de likes al momento de observar el perfil de los hombres en las redes sociales: *“hay mujeres que no les importa el aspecto [físico], sino que tengas dinero y likes, con eso tienen [...] si eres feo, pero tienes likes, con eso las mujeres tienen como para andar puteando contigo”*. No deja de sorprender que, para los jóvenes, los likes (sinónimo de estatus y nivel de popularidad) lleguen a representar un elemento simbólico tan valorado que sea equipararlo con el dinero. Por otro lado, es claro que los adolescentes acostumbran utilizar un lenguaje obsceno en sus conversaciones cotidianas. Esto se observa con mayor claridad cuando se refieren a las mujeres: *“ella quería que anduviera con ella, pero pues yo supe que es bien puta, y ni para qué...”* (Jesús).

Continuando con los juicios que los chicos entrevistados acostumbran hacer sobre las selfies de las chicas, resalta que los jóvenes discriminan con rigor el “grado de falsedad” que observan en las selfies de la red, pues dan por hecho que el aspecto físico proyectado en las fotos digitales no corresponde con la realidad. Para los entrevistados, es común dudar de las imágenes que miran, ya sea por la edición de las fotos, o por el maquillaje utilizado por las adolescentes de su edad: *“Ya está súper maquillada en esa foto [...] Es modelo wey, pero haz de cuenta que ya tiene antigüedad, [por eso] a ella no le hecho carrilla [aunque se maquille tanto]”* (Jesús).

2.1.6 La edición fotográfica y la manipulación de la imagen digital: ocultar la imperfección

Un elemento que destaca en las prácticas juveniles (masculinas) de visualización de chicas a través de la red, es la detección de una serie de técnicas que, en su opinión, utilizan las mujeres para verse más atractivas, como pueden ser: el uso de filtros en redes como Instagram, la edición de las fotos con aplicaciones especiales, o la selección de los ángulos que resulten más convenientes para lo que se quiere mostrar: *“Se tratan de tomar fotos desde los mejores ángulos”* (Jesús). Esto significa que las nuevas generaciones no sólo construyen y manipulan su imagen con técnicas convencionales como la selección de la ropa y el maquillaje, sino que ahora también utilizan nuevas técnicas (digitales y no digitales) para retocar la imagen que proyectan en su perfil digital.

Este tipo de prácticas demuestran cómo el aspecto físico ocupa un lugar fundamental dentro del núcleo central de las preocupaciones de las chicas jóvenes, en cuanto a la percepción de

su imagen corporal se refiere. Al respecto, Jesús mencionó un caso particular: *“Como la Valentina Ramírez, la del salón, ¿viste su foto? Está volteada y le puso un súper-filtro para que se vea blanca wey”*. Este ejemplo en especial evidencia cómo las adolescentes pueden llegar a sentirse tan insatisfechas con su apariencia física (en este caso, con el color oscuro de su piel), que optan por crear y proyectar una imagen falsa en las redes sociales, a través de la edición de las selfies que suben en las diferentes plataformas digitales.

Dicho de otra manera, la proyección de una apariencia construida particularmente para el perfil digital de las redes sociales implica la exhibición de un yo falso (una imagen personal falsa), a la vez que retoma elementos reales de la vida íntima y privada para su construcción (como la proyección parcial del hogar, la ropa o la rutina diaria). Cabe recordar que la etapa de la adolescencia se caracteriza por la aparición de múltiples cambios, tanto físicos como mentales, que llenan a los jóvenes de incertidumbre a la vez que buscan su lugar en la sociedad, donde sean aceptados por un grupo con el que se sientan cómodos.

Un hecho muy interesante es que los jóvenes hayan aprendido a diferenciar qué tanto aparenta un usuario en la red, entendiéndose esto como discriminar el nivel de falsedad de la imagen proyectada en el escenario virtual, en contraste con las diferencias del aspecto real: *“Es que ellas aparentan y pues tumban likes”*.

Sin embargo, algo interesante es que, según las opiniones de Jesús, los hombres no acostumbran exteriorizar sus opiniones y juicios verdaderos sobre la imagen de las mujeres frente a su presencia (ni en redes sociales ni en persona), sino que los ocultan porque eso disminuye sus posibilidades de un encuentro sexual: *“todos le dicen guapa, porque pues su cuerpo... Puede ser una más fea, pero mientras tenga eso [atributos sexuales], nadie le va a decir fea [en referencia a la foto de una chica atractiva en Instagram] [...] Tengo mis criterios. Es que, por ejemplo, si están presentes, es otro comentario, es como decirle a una mujer en su cara: ‘Estás horrible y todos saben que eres una puta’”* (Jesús).

Esta autocensura se pudo apreciar con mayor claridad en las sesiones en las que participó Karla, pues la regulación del lenguaje y los comentarios expresados por los jóvenes fue evidente en su presencia.

2.1.7 Valoración de la apariencia física a partir de la moda

Prosiguiendo con aquello que más valoran los jóvenes en el contexto digital y escolar, la moda y la vestimenta adquieren un valor significativo entre los adolescentes; nuevamente cobran vida los hallazgos de Reguillo, al señalar que ciertas formas de consumo (entre ellas, la ropa y los accesorios estéticos) cobran gran importancia para las culturas juveniles. En los siguientes comentarios de Jesús se aprecia con claridad la importancia que cobra la

vestimenta para los jóvenes de la preparatoria al momento de formarse la imagen de quién es el otro:

“Hay que vestirse muy bien si vas a usar uniforme, o sea, están los que se ven bien como sea, con pants, con tennis, pero hay otros que se visten más formal, que ya se ve que traen dinero, que son los de mocasines, el pantalón no tan entubado, o sea, debes de vestir bien, y a lo mejor a veces traen como tipo suéter de vestir negro, desde ahí sabes que son más... también, de más cura, y también se ve que tienen varo. Y están los otros que usan el pantalón súper holgados, zapatos sin agujeta, de esos que son bien picudos, y el suéter bien así que les quede grande, ahí sabemos que son... tontos [risas], aunque suene sarra. A esos ya les hacemos bullying”.

Como se puede apreciar en el párrafo anterior, el dinero, la ropa y el estatus convergen al momento de formar los juicios sobre la imagen y apariencia del otro entre los jóvenes. Señalar y catalogar a alguien como “tonto” o como “buena onda” depende, en gran medida, de la vestimenta que porte y de aquello que se puede observar a primera vista. Esto mantiene estrecha relación con lo visto en los antecedentes de Reguillo, quien hace referencia al consumo cultural como forma de identificación-diferenciación.

2.1.8 La moda: una vía para aparentar otro estilo de vida

Así como los hombres mencionan que las mujeres utilizan diferentes técnicas para *falsear* la imagen que proyectan en redes, los hombres también tienen determinados métodos para *falsear* su imagen a través de la ropa. Ante esta práctica, de la que bien podría hacerse una analogía con la piratería, los jóvenes han desarrollado un criterio para discernir cuando alguien aparenta un estilo de vida falso con su vestimenta a través de la red.

Continuando con la relevancia de la moda entre los jóvenes, a continuación veremos otra cara de este elemento cultural en el contexto juvenil: su función en relación a proyectar un estilo de vida falso en la identidad digital. Como ya hemos mencionado, la construcción de la *apariencia*, de una imagen falsa que es proyectada por las diferentes redes sociales, es uno de los fenómenos claves en esta investigación.

Dentro de esta práctica, dos de los principales componentes de la apariencia proyectada son el aspecto físico y la ropa usada (y su relación con la moda). En esta ecuación, la moda representa una métrica del estilo de vida que lleva el portador, por lo que usar determinadas prendas para aparentar que se pertenece a tal o cual grupo cultural (o nivel socioeconómico) es una práctica que no pocos jóvenes llevan a cabo.

Uno de los primeros ejemplos de esta práctica fue un caso descrito por Jesús, sobre su compañero “*Carlitos Fuentes*”, de quien expresó los siguientes comentarios mientras accedía a las diferentes fotografías que el adolescente había subido a la red social Instagram:

“¡Mira la ropa de marca que trae! Un cinturón... no sé si miras la XL [...] es de las marcas más caras [...] No, ¡espérate! Donde está... mira, aquí, Hermes, es la marca de cinturones de buchones más cara que hay, y una camisa Hugo Boss y una gorra Hugo Boss. Pero lo curioso es lo siguiente. Él en realidad tiene una casa de un piso, medio feita, y luego como que se la pasa matándose tipo trabajo para poder ganar un chingo, trabaja un chingo, un chingo. Tiene una empresa familiar, sus primos trabajan con él y así, no sé si era una imprenta o una tienda deportiva. Entonces lo que hace es que aparenta. Hay otros buchones que no, que nomás voltean la camisa y es otra según jajaja”.

A partir de los comentarios de Jesús sobre las prendas de “*Carlitos Fuentes*”, podemos reafirmar que la ropa de marca (y de moda) posee un valor simbólico muy alto entre los jóvenes, pues le confiere estatus y pertenencia cultural al portador, contribuyendo de esta manera a la construcción de una apariencia virtual. También se puede observar un fenómeno mencionado anteriormente: la capacidad del joven para reconocer que Carlitos sólo *aparenta* llevar determinado estilo de vida a través de sus prendas, pues, según lo descrito por el entrevistado, el joven en realidad vive en una casa humilde y trabaja mucho para poder sostener las apariencias que proyecta.

Según Jesús, esta práctica es algo común entre los jóvenes de su generación: “*hay muchos que se están ahí matando por mantener el estilo de vida que traen, o sea, ya se acostumbraron a traer botes, ropa de marca, y pues a matarse trabajando por buenos gustos. Y ya están los otros que andan ahí faroleando [presumiendo algo que no se posee], tomándose fotos como 'vamos a tratar de tomar una foto en un ángulo que no se vean los bloques de mi casa' [...] Sí, y luego difuminan las fotos así para que no se vea su contorno, andan ahí con su guitarra pero no le hacen zoom a sus pantalones...*”.

Sobre el párrafo anterior, destaca que Jesús distinga dos formas en que los jóvenes se esfuerzan por proyectar una apariencia falsa: están aquellos que “*se matan trabajando*” para llevar y proyectar el estilo de vida que desean exhibir en las redes (representado en gran parte por la ropa utilizada), y aquellos que “*farolean*”, es decir, alardean de algo que no poseen, empleando técnicas similares a las utilizadas por las mujeres para ocultar su aspecto físico, falseando en esta ocasión la ropa que se utiliza o el lugar donde se vive.

Con respecto a esta última práctica, los comentarios de Lorenzo cobran gran relevancia: “*Es que hay unos que piden ropa prestada y se toman fotos, y la suben [...] van a tiendas y se ponen ropa y se toman fotos y las suben*”. Los comentarios de Lorenzo amplían el

panorama comentado por Jesús, pues añade una técnica nueva para aparentar el estilo de vida: tomarse fotos con ropa ajena con el objetivo de obtener mayor estatus. Este método converge con los antes mencionados: tomar la fotografía desde un ángulo que favorezca la apariencia que se quiere proyectar (dígase, que deje ver sólo aquello que conviene mostrar); tomar la fotografía infinidad de veces hasta alcanzar el retrato deseado; aplicar diversos *filtros* para resaltar detalles y a la vez ocultar defectos.

Jesús mencionó que él evita subir fotos retocadas “*porque luego te tachan de falso*”, lo que reitera que entre los jóvenes es común ubicar a quienes aparentan más y a quienes aparentan menos, como si existiese un criterio que distinguiese de lo más falso a lo más real.

Es en la discusión de esta práctica de falseo de la imagen digital que podemos retomar lo expuesto por Reguillo en los antecedentes, al referirse a las palabras clave que exhiben de inmediato la desigualdad entre los jóvenes: el acceso y las alternativas, en este caso representadas en su capacidad de consumir bienes culturales que les proveen estatus.

Así mismo, podemos retomar los denominados “dobles” del mercado propuestas por la investigadora, que son el consumo, la piratería y la producción de formas estéticas masivas. Resulta curioso descubrir que entre los nativos digitales surja un proceso análogo al que se desarrolla con el consumo de ropa y artículos piratas: al no tener los jóvenes acceso a estos bienes culturales, tan importantes en la mediación de la construcción identitaria juvenil, se consumen productos de “imitación”.

La extrapolación de esta propuesta sería que los nativos digitales, al no tener acceso al consumo de bienes culturales como la ropa de moda, optan por *aparentar* o *falsificar* su apariencia en las redes sociales para conseguir el estatus que la posesión y consumo de dichos bienes les concedería. Así, la construcción de la identidad juvenil cobra un nuevo matiz: la construcción de la apariencia en redes sociales.

2.1.9 Aparentar popularidad en el perfil digital

La construcción de la apariencia en las redes sociales no se desarrolla exclusivamente a través de la *imagen física* (si bien en los últimos subtítulos nos hemos enfocado sólo en estos elementos de la *apariencia* virtual), sino que intervienen todos los elementos digitales a partir de los cuales los jóvenes trazan su perfil en línea, tales como: cantidad de contactos, páginas preferidas, cantidad de “Me Gusta” recibidos, publicaciones realizadas, grupos públicos, entre otros. En esta ocasión, observaremos cómo los jóvenes incurren en una técnica particular para aparentar mayor popularidad en las redes sociales a partir de la cantidad de contactos y “Me Gusta” que se tienen.

Durante la primera entrevista semi-estructurada, Jesús mencionó el caso de su compañero *Francisco Baltazar*, quien en algún momento agregó a 3000 personas desconocidas con el único fin de incrementar su cantidad de amigos en Facebook, y con esto, aparentar más popularidad en su perfil digital:

“Es bien pinche falso ese cabrón, agregó a 3000 personas wey, mira, una vez me agregó y pues dije no, no sé quién es este cabrón, a lo mejor lo tengo en amigo... en contacto conocido... en amigo en común, pero también tengo contactos no conocidos que no los tenga agregados, eh wey, vi puros nombres falsos wey, perfiles falsos, o sea, agregó a todos, a todos a lo pendejo”.

Según Jesús, *Francisco Baltazar* terminó con muchos perfiles falsos como “amigos”, con el único objetivo de proyectar la imagen de un “joven popular” en Facebook, a partir de la cantidad de contactos agregados.

Otro caso es de *Darío Cruz*, quien según Jesús, utilizó *bots* (perfiles falsos creados con un programa que imita la conducta de un humano en Internet) para juntar likes en sus publicaciones y aparentar mayor popularidad en Facebook.

Este tipo de técnicas son, para los jóvenes entrevistados, un acto de poco valor, pues más que elevar el estatus (ganado a partir de la cantidad alta de contactos o likes), al ser descubierto, lo degrada. Esto demuestra que los jóvenes, a pesar de reconocer y aceptar en cierto grado la falsedad en las apariencias virtuales, al mismo tiempo poseen estándares que delimitan cuando alguien se excede y *falsea* demasiado su perfil digital.

Los jóvenes detectan con facilidad la falsedad, sin embargo, para lograr esto, antes deben llevar a cabo una práctica fundamental en el proceso de la construcción de la identidad, que en esta ocasión converge con el valor que posee lo visible en el contexto juvenil: la diferenciación a través de la crítica del otro.

2.2 Entre la crítica y el bullying

2.2.1 La diferenciación y la crítica del otro: el margen entre ellos y nosotros

Para los jóvenes entrevistados, es común observar al otro y realizar un juicio sobre lo que ven, donde se establecen criterios valorativos que privilegian la evaluación de la ropa, el aspecto físico, la popularidad y el estilo de vida. Durante la primera entrevista semi-estructurada, Jesús mencionó que entre él y sus amigos es común hacer una *crítica constante*, tanto de hombres como de mujeres: *“De hecho, por ejemplo, los hombres somos ahorita como las mujeres, de que vemos a un hombre y nos ponemos a criticarlo, a*

distancia, y con las mujeres, está peor, no que es bien puta, tiene labios de puta, cara de puta, y cosas así... ”.

Como vemos, la crítica del otro es una práctica social frecuente entre Jesús y sus compañeros. Aquí vale la pena detenernos un momento en la relación de esta práctica con nuestro concepto de identidad. Como vimos en el marco teórico, la definición de identidad que estamos utilizando en este trabajo integra una doble significación del término, donde a la vez que un sujeto se *identifica* con un grupo al momento de consolidar su pertenencia al colectivo, también se *diferencia* de quienes no pertenecen a este grupo como parte del proceso de construcción de la identidad. Es en este proceso que los jóvenes utilizan la *crítica* como técnica para establecer un límite entre el *otro* y el *nosotros*. Al señalar que algo les parece desagradable, delimitan su no pertenencia a lo criticado.

En el siguiente párrafo Jesús describió con detalle cómo sus compañeros y él llevan a cabo esta dinámica de crítica diaria:

“Mira, por ejemplo, un ejemplo fácil, así...que siempre pasa, casi todos los días, es de que vemos a alguien nuevo en la prepa, que no habíamos visto antes —porque son como 3000 personas en nuestro turno—, nos fijamos primeramente en su aspecto físico, y después en su ropa, y si no sabemos nada de sus redes ni nada de eso, hay que ver su cara, o sea, que tan alto y que tanta cara tiene, y cómo se viste, por ejemplo, los que andan con el pants súper holgado, y traen un mochilón así bien paracaídas, digamos que mi mochila, el doble, pues ya ahí... así grande, ya sabemos que es un morro bien tonto X [...] pero si vemos que trae el pants o el pantalón entubado, o no sé, trae piercing o algo, lo que sea, algo que lo distinga, pues ya sabemos que es más o menos bien cura, o compa, o algo así, o sea, sabemos que es como que más... activo, y ya sabes, más de cotorreo, hay que tener como que ciertos... como ciertos estereotipos para poder catalogarlos bien. Por ejemplo... es más de estereotipos, de hecho, por ejemplo, también podemos ver, por ejemplo, en las mujeres -en las hombres sucede también-, hay que ver el aspecto, si se viste como más de clase, por ejemplo, trae mocasines”.

El párrafo anterior sirve como descripción de la práctica de observar y criticar al otro, práctica que se desarrolla tanto dentro como fuera de las redes. Este proceso de crítica sirve para reafirmar la identidad de los jóvenes, pues establece una línea divisoria entre lo que es el otro, el grupo al que se pertenece (o se desea pertenecer) y lo que los jóvenes consideran que son ellos mismos, frontera que es trazada por los entrevistados con sus juicios.

Destaca el lugar que Jesús le concede a las redes como herramienta para *conocer* información de un estudiante anónimo, pues menciona que, al no conocer las redes del otro (del extraño), el juicio tiene que provenir de la apariencia física observada en el plano real, y no en el virtual. También es importante reiterar que el *aspecto físico* y la *vestimenta* son

dos de los elementos principales usados por los jóvenes para diferenciar su identidad y ser juzgados por el otro, tanto fuera como dentro de la red. El uso de piercings, por ejemplo, es interpretado por los jóvenes como alguien “*de cura*”, lo que parece ubicarlo dentro del rango social aceptado por el grupo de chicos al que pertenece Jesús.

Un concepto que sobresale en los comentarios de Jesús es el de *estereotipo*, que, en sus palabras, utiliza “*para poder catalogarlos bien [a los estudiantes]*”, lo que significa que los jóvenes parecen tener cierta consciencia de lo que es un estereotipo. Sin embargo, al mismo tiempo, consideran que es correcto utilizarlos para encasillar toda la identidad de una persona, cuando lo que están haciendo en realidad es reducirla, minimizarla y generalizar a toda una comunidad heterogénea.

Un ejemplo de lo anterior es la forma en que Jesús (y sus compañeros) *clasifican* a las mujeres y hombres atractivos (as), a partir de la valoración de su imagen física: “*digamos, son las pálidas, y unas más bonitas, a las blancas las tenemos así como las bonitas, las morenas son las que no, no, no, a los hombres los tienen como los que tienen aretes, o los que tienen un buen peinado, o ambos*”.

Otro aspecto de la crítica de la apariencia es cuando ésta se comunica al criticado. Al respecto, Jesús comentó una experiencia con relación a su primera cuenta de Instagram. En este caso, el joven narró un episodio donde su reputación se vio “perjudicada” por exhibir una foto con determinada chica de “mala fama”:

“...yo me tuve que cerrar el otro Instagram porque tenía un chingo de tierra [...] Haz de cuenta que subí un fotos con una morra que era bien puta, y me llovió una lluvia de insultos horrible, me dijeron “te podrías conseguir algo mejor, pinche Pablito”, “no te conozco, creí que eras mi amigo” [...] Y pues así, mejor cerré ese y abrí otro”.

Como se aprecia en lo comentado por el joven, subir una foto con una chica de “mala reputación” provocó una serie de comentarios despectivos por parte de los amigos de Jesús (“*un chingo de tierra*”), que finalmente lo llevaron a cerrar su cuenta y abrir una nueva. Este caso ejemplifica como la dinámica de popularidad, reputación e imagen de la preparatoria se ha trasladado al contexto digital, donde *ser visto* con alguien a quien se desaprueba acarrea críticas y juicios que, en determinado grado, interfieren en la conducta de los jóvenes y su criterio de lo aceptable e inaceptable.

También sorprende la facilidad con la que Jesús parece deshacerse del problema: “*mejor cerré ese y abrí otro*”. Con esto, el joven manifiesta que basta con cerrar una cuenta y abrir otra para llevar a cabo un cambio de imagen e identidad en la red. Se clausura el espacio viejo y se abre otro nuevo, donde se empieza a construir la reputación y apariencia desde cero con nuevo contenido. Se elimina el contenido comprometedor, aquello que podría

perjudicar los intereses futuros y/o presentes (se edita el pasado), y se inicia un nuevo proceso de construcción de la apariencia digital, a la vez que se agrega nuevamente a los mismos contactos en un perfil nuevo.

Jesús aclaró que tuvo que cerrar su Instagram antes de abrir otro, pero añadió un comentario muy interesante: *“de por sí es enfadoso andar subiendo fotos y andar saliendo por ahí para tomarse fotos...”*, lo que parece dar a entender que la dinámica de construir el perfil digital en Instagram le resulta, en cierto grado, fastidiosa al joven, tanto por tener que estar subiendo fotos nuevas todo el tiempo, como por tener que esforzarse por *aparentar* ser interesante saliendo a diferentes lugares.

A partir de los párrafos anteriores, podemos señalar que la crítica juvenil se desarrolla de dos maneras: comunicándole al criticado el juicio hecho, o comunicándola exclusivamente con el grupo de iguales. Dentro de este panorama, es en el primer caso donde la reputación se ve más afectada que en la segunda, ello por el alcance que adquiere la exhibición del (o los) juicio (s) al público.

Así, la crítica de lo visible es una práctica habitual entre los jóvenes, pues es a través de ella que distinguen, diferencian, evalúan y aprueban (o desaprueban) al otro. Sin embargo, en ocasiones los adolescentes no se conforman con criticar lo observado, y pueden pasar a exteriorizar su crítica. El siguiente paso de esta práctica es burlarse y acosar al otro, una práctica donde el bullying y los memes cobran gran importancia.

2.2.2 Memes y Bullying: la burla y el acoso

Durante la primera entrevista semi-estructurada, Jesús describió que entre los jóvenes es común tomar una fotografía de alguien y después hacer un meme con la imagen tomada: *“nos la pasamos fotografiando pero a gente que queremos así como que divertirnos. Este se llama Ramiro [enseña una foto en el celular], es mi exjefe de mesa de francés, ese wey es un pesado, un pendejo, ay no lo odio con toda mi alma... [...] por eso le hicimos este, mira [enseña un meme] [...] Tenemos otra de zoom zoom aquí en los cachetes [...] por ejemplo, la que es jefa de nuestro grupo es una pendeja que nos cae mal a todo el grupo, se toma autoridades que no le corresponden [...] Nos la pasamos insultándola, y como la tenemos la mayoría bloqueada, pues hablamos de ella así en el face como si nada”*.

El joven mencionó que suele utilizar una aplicación llamada Over, que sirve para editar fotos en el celular. Con esta aplicación Jesús realiza memes de compañeros que le desagradan por diversos motivos (menciona al jefe de su mesa en la clase de inglés, que es injusto con la revisión de sus trabajos, o la jefa de grupo, quien al parecer no tiene la simpatía de muchos en el grupo). Esto demuestra que los jóvenes utilizan los *memes* no

sólo para bromear entre amigos, sino también como herramienta de acoso hacia los compañeros que “les caen mal”, o como instrumento de burla contra otros compañeros cuyo aspecto físico les parece “divertido”.

Una acción que sale a relucir en los últimos comentarios realizados por Jesús es el *bloqueo*, opción disponible en la mayoría de las redes, y que básicamente consiste en una medida utilizada para cerrar el canal de comunicación en la red y evitar así la interacción con quien se desee. Es por ello que Jesús menciona que varios del salón insultan a la jefa de grupo en espacios públicos de Facebook, sin preocuparse porque ella vaya a ver sus comentarios.

Continuando con la relación entre los memes y el bullying, entre los primeros comentarios de los jóvenes durante la primera entrevista grupal sale a relucir que una compañera de apodo “Isma”, quien se cambió de salón debido al bullying de sus compañeros: *“Nada, de una que iba en su salón pero se cambió por tanto bullying”* (Mario). Una de las formas de este acoso fue el ciber-bullying, donde los memes hechos por Jesús jugaron un papel fundamental en el acoso. Los memes surgieron a partir de la descarga gratuita de la aplicación *Over*, utilizada para editar fotografías: *“No, fue desde que entramos creo, desde el 10 de Enero creo que empecé. Es que ese día fue cuando se puso la aplicación Over, porque pues costaba un chingo, y ya que la pusieron gratis...”*

Según Jesús y Mario, el bullying es uno de los motivos principales por los que los estudiantes de su escuela acostumbran cambiarse de salón: *“nos pasamos, a veces nos pasamos...”* (Mario). Interesante es observar que para los jóvenes, el bullying sea “cura”, entendida esta expresión del léxico juvenil como el contexto social donde se desarrollan las burlas interpersonales que los jóvenes hacen los unos de los otros. Por un lado, los jóvenes son conscientes de que el bullying puede llegar a ser excesivo y tener consecuencias graves, y, por otro lado, lo aceptan como parte inseparable de la dinámica de interacción social de la preparatoria.

Los jóvenes comentan que otra forma del bullying sufrido por “Isma” fue hablar mal de ella *“en su cara”* (Mario). De los factores clave del acoso sufrido por la joven fue el cambio de imagen de la muchacha: *“Es una morra que iba en nuestro salón pero se cambió porque le hacían demasiado Bullying [...] desde que se pintó el cabello rojo todos le dieron en la madre”* (Mario).

El comentario de Mario aclara por qué Jesús hizo un meme de la joven utilizando al personaje de Disney, Ariel, quien también tiene el cabello rojo. El meme consistía en un montaje del personaje animado con la cara de la muchacha. Podemos entonces observar cómo la crítica de la imagen/apariencia, llevada a los extremos del bullying, puede desembocar en casos como el de “Isma”: la “salida voluntaria” del salón de clases.

2.3 Conclusiones segundo capítulo

Tener un perfil digital de Facebook “bien desarrollado” al ingresar a la preparatoria es indispensable para una socialización “normal” con los demás estudiantes. Para que un adolescente sea aceptado por la comunidad estudiantil, debe tener un historial construido en su perfil digital, pues en este espacio los jóvenes consultan la información (preferentemente visual) que utilizan para distinguir e identificar a los grupos sociales, conocidos y desconocidos. Para este sector de la juventud, no tener una cuenta de Facebook equivale a “no existir” en la mitad de su realidad, y ello puede acarrear Bullying, acoso, discriminación y exclusión social.

En este escenario escolar, para los jóvenes los “me gusta” simbolizan la popularidad: tener muchos likes en Facebook es sinónimo de estatus. ¿A qué le dan like los jóvenes? A lo que ven y les llama la atención. Siendo la moda y el aspecto físico los elementos visuales más valorados por los jóvenes al observar perfiles ajenos, poseer cualidades y objetos de este tipo aportan considerablemente en la valoración de la popularidad.

Sin embargo, no basta con poseer estos bienes: hay que exhibirlos a la colectividad digital. La exhibición de la vida juvenil se planea, piensa y reflexiona con el objetivo de alcanzar muchos likes, en una dinámica de interacción digital donde interviene la aspiración de ser popular. Los indicadores principales para medir la popularidad en un perfil digital son de carácter cuantitativo, siendo estos la cantidad de contactos y likes.

Si bien la apariencia física es de lo más valorado en el contexto escolar-digital de esta investigación, hay diferencias de apreciación determinadas por el sexo: en hombres destaca la “apariencia del rebelde” y el “magnate”, mientras que en las mujeres se valoran más los atributos sexuales. Las mujeres acostumbran publicar más fotos suyas (*selfies*) que los hombres, quienes prefieren dedicarse a mirar las fotos de las chicas, una práctica con la que han aprendido a reconocer la falsedad en las fotografías de la red.

La construcción de una apariencia para el perfil digital de las redes sociales implica la exhibición de un yo falso (una imagen personal falsa). Las nuevas generaciones han desarrollado nuevas técnicas para manipular la imagen que proyectan en la red, cómo la edición fotográfica, el uso de ropa ajena y la aplicación de conocimientos básicos del lenguaje fotográfico (posición, color, dirección), desembocando en la producción y reproducción de una auto-imagen virtual falsa o editada.

En otras palabras, en la red los jóvenes *construyen una apariencia* a través de historias compuestas por contenidos visuales intervenidos por ellos mismos. A su vez, han aprendido a distinguir qué tan retocada está una fotografía en la red, y con ello establecido criterios juveniles para delimitar lo aceptable e inaceptable en la construcción de la apariencia digital.

No sólo las fotografías retocadas intervienen en la construcción de la apariencia digital, sino también datos como la cantidad de amistades, likes, las páginas seguidas por el usuario, los grupos públicos a los que pertenece y otro tipo de pertenencias e identificaciones como puede ser cambiarse el apellido.

Los jóvenes suelen realizar juicios y críticas del otro a partir de su aspecto físico, su nivel de popularidad, su estilo de vida y la falsificación de su imagen digital, como forma de marcar distancia entre el ellos y el nosotros. Esto mantiene estrecha relación con el consumo de bienes culturales como forma de identificación-diferenciación, igual con la desigualdad juvenil determinada por el acceso a estos elementos simbólicos.

El aspecto físico y la vestimenta son los elementos principales en la crítica del otro, sin embargo, el acceso a más información de las redes (por ejemplo, las amistades y relaciones sociales) también es fundamental para formular un “juicio completo”. Al ser víctima de rechazo en redes, una opción de los jóvenes es optar por cerrar su cuenta y abrir otra para llevar a cabo un cambio de imagen e identidad digital.

Así mismo, podemos retomar los denominados “dobles” del mercado propuestas por Reguillo: el consumo, la piratería y la producción de formas estéticas masivas. Entre los nativos digitales surge un proceso análogo al que se desarrolla con el consumo de ropa y artículos piratas: al no tener los jóvenes acceso a estos bienes culturales, tan importantes en la mediación de la construcción identitaria juvenil, se consumen productos de “imitación”.

3. FACEBOOK E IDENTIDAD DIGITAL: CRECER CON (EN) LA RED

En este apartado vamos a explorar la relación de los jóvenes con la red social más popular y con mayor cantidad de usuarios en todo el mundo: Facebook. Para ello, iniciaremos remontándonos a los primeros usos de las redes sociales por parte de los jóvenes, cuáles fueron las primeras redes que utilizaron, a qué edad comenzaron a usar redes como Facebook, y cómo fueron desarrollando sus criterios de exhibición de la privacidad e intimidad en las redes desde temprana edad.

Más adelante aterrizaremos las reflexiones en el contexto actual, donde los jóvenes nos ayudarán a comprender cómo las juventudes de hoy utilizan Facebook, y cuáles son las prácticas habituales más comunes entre los jóvenes, entre ellas varias de las que ya describimos en capítulos anteriores.

3.1 Primeros usos de Facebook

3.1.1 Primeros encuentros con las redes sociales: videojuegos, miedo a la exclusión y la influencia familiar

La tercera entrevista grupal, donde participaron Jesús, Mario y Karla, inició con la reflexión de los jóvenes sobre las primeras redes que utilizaron en su vida. Mario comentó que empezó a utilizar las redes a los 7 años (tanto él como Jesús tienen 16 años), lo que significa que lleva casi 10 años en contacto con ellas. Jesús, por otro lado, empezó a los 9 años, por lo que lleva 7 años utilizando las redes.

La primera red usada por Mario fue *Metroflog*, una de las redes de primera generación de la Web 2.0, cuya dinámica consistía en subir fotos y pedirle a un amigo/conocido que la *firmara*, entendiendo esta acción como dejar un comentario sobre la imagen. Mario se rió al recordar que esta fue su primera red, pues *Metroflog* es un referente cómico de los inicios de las redes sociales entre los Millennials y nativos digitales.

Una observación que habría que añadir es que Mario se mostró muy sorprendido al reflexionar cuánto tiempo llevaba utilizando las redes: *“No manches, todavía ni sabía escribir y ya estaba usando Facebook”*. Esta muestra de asombro da a entender que los jóvenes comenzaron su uso de las redes cuando todavía no habían desarrollado otras habilidades escolares básicas, como lo es la escritura, lo que dice mucho sobre por qué las nuevas generaciones prefieren, por lo general, el discurso audiovisual al textual.

Por otro lado, Jesús menciona que la primera red que utilizó se llamaba *Athena*, red desarrollada por la compañía internacional de videojuegos Nintendo, donde los usuarios compartían los dibujos que hacían con su consola portátil: “*Athena, se llamaba, hablaba con un chingo de morros caricaturistas también. Yo apestaba porque era noob [principiante] [...] era una red en dónde podías andar comentando, documentando, y burlándote de los que no sabían dibujar como yo*”. La dinámica de esta red era crear, compartir y comentar dibujos a través de la consola portátil “Nintendo DS”, por donde se accedía a la red lúdica. Lo que significa que Jesús tuvo su primer acercamiento a las redes debido a su gusto por los videojuegos (algo en lo que coincidirá con Lorenzo).

Karla, por otro lado, mencionó que empezó a utilizar Facebook a los 10 años (actualmente tiene 15), por lo que llevaba 5 años usándolas. A su vez, la muchacha menciona que la cuenta la hizo porque su prima tenía una: “*Yo... la hice porque mi prima tenía, y estábamos en su casa, y pues “ah, yo también quiero”, y pues ya*”. Veremos más adelante que el uso de las redes por parte de un familiar parece ser uno de los motivos principales por los que los jóvenes abrieron sus cuentas en un inicio.

En la tercera entrevista grupal se le preguntó a Lorenzo las mismas preguntas sobre sus primeros usos de las redes sociales, a lo que el joven mencionó que la primera red social que utilizó en su vida fue Facebook, hecho que ocurrió cuando iba en cuarto de primaria y tenía diez años, lo que significa que al momento de la entrevista llevaba 6 años en contacto con las redes.

Destaca que el joven mencionara que abrió su cuenta para jugar *Farmville*, juego en línea al que se accede a través de Facebook: “*la utilizaba [la cuenta] para jugar videojuegos, Farmville. Nada más la usé para eso ya, me aburrí y la dejé de usar como por dos años*”. Esto coincide con el primer acercamiento de Jesús a las redes sociales, lo que significa que, muy probablemente, uno de los motivos por los que los jóvenes se acercan desde temprana edad a las redes no es tanto la socialización, sino por intenciones de sentido lúdico: el acceso a los videojuegos y su vínculo con las redes sociales.

Las redes mencionadas por los jóvenes ya pertenecían a la Web 2.0, lo que significa ya integraban en su dinámica de comunicación la retroalimentación de lo compartido, donde los otros usuarios valoran (aprueban o desaprueban) lo que los jóvenes suben a la red, lo que además implicaría que los jóvenes llevan por lo menos cinco años desempeñando el rol de productores y consumidores de contenido.

La segunda pregunta realizada a los jóvenes sobre sus primeros encuentros con las redes sociales fue si habían creado sus primeras cuentas solos o con ayuda. Al respecto, Mario mencionó que se acercó a las redes porque su hermana mayor había hecho una cuenta en Facebook, y él también quería tener una: “*Yo lo usaba [Facebook] porque mi hermana se*

metía a todo eso, y era como que 'yo también pues', quería [...] nadie lo usaba, y era como... le dije a mi hermana: 'ey, ¿me haces una cuenta ahí [en Facebook]?', y ella como 'ay, nadie lo usa, esa cosa la van a cerrar algún día', y siempre me voy a acordar de eso...".

Jesús, por otro lado, menciona que abrió su cuenta por la presión social y el miedo a la exclusión: *"No sé, yo nomás me lo hice porque todo mundo en mi salón ya lo estaba haciendo y pues dije "no voy a ser la oveja negra", seré negro, pero no la oveja, y ya pues me lo hice, y también me hice otra cuenta en... esa se llamaba... Flickr"*

Cabe destacar que en esta parte de la entrevista, Jesús comentó sobre el bullying que se llevaba a cabo contra aquellos que no usaban Facebook: *"ahí era, o estás en Facebook o eres indígena (risas)".* Menciona el caso específico de un compañero de nombre Joel, quien no sabía utilizar la computadora: *"Sí, es uno de esos casos indígenas... Por eso mira, ahorita nos estamos burlando de él, precisamente porque no saber usar la computadora (Jesús)", "Es analfabeta (Lorenzo)".* Resultan muy impactantes estos comentarios, pues es un ejemplo perfecto de la discriminación que provoca la brecha digital entre los jóvenes.

Lorenzo respondió que su primera cuenta la abrió en compañía de su mamá: *"Tenía como dos meses diciéndole que me hiciera un Facebook, y decía que no, que estaba muy chico, hasta que la enfadé y ya me hizo una".* Veremos más adelante que las figuras de autoridad (como pueden ser padres o hermanos mayores) juegan un papel fundamental en las primeras interacciones digitales de los jóvenes.

Por otro lado, se puede concluir, a partir de los comentarios de los jóvenes, que uno de los motores principales para abrir una cuenta es el hecho de que el círculo de iguales lo haga (como la familia o los amigos), lo que habla de una relación entre el uso de las redes sociales como elemento identitario: desde temprana edad los jóvenes abren sus cuentas para ser aceptados por su grupo etario y socializar en busca de pertenencia. Sin embargo, también lo hacen atraídos por los juegos disponibles en estas plataformas, así como por las influencias familiares.

3.1.2 Primeras publicaciones: del uso lúdico al social

Al preguntarles a los jóvenes sobre sus primeras publicaciones en Facebook, Jesús respondió que acostumbraba publicar "fotos tontas" con sus compañeros de escuela: *"Fotos de mi trasero (risas) No voy a mentir, lo hice, por moxxear [neologismo utilizado por los jóvenes para referirse a una persona que imita las prácticas de moda de personajes del espectáculo y la farándula, pero cuya interpretación no es bien vista debido al nivel socio económico del intérprete] como idiota, o sea, nomás lo hacía de cura, pero muchos de mi*

salón en esos tiempos nos tomábamos fotos bien tontas [...] Mientras estábamos en la escuela, en la primaria, y todos así nos tomábamos una". Resalta que al tener menor edad, los jóvenes prefirieran utilizar las nuevas tecnologías (más que nada) de forma lúdica y con la intención de divertirse. Ello contrasta con el uso que actualmente dan los jóvenes a las redes, donde los objetivos principales son la socialización y la proyección de una imagen/apariencia que les haga ganar popularidad.

Al hacerle la misma pregunta a Karla, la joven mencionó que cuando comenzó a utilizar Facebook lo que único que hacía era publicar canciones de sus bandas favoritas. Por otro lado, Mario respondió que hasta el momento no publicaba nada. Sin embargo, ante este comentario, Jesús le mencionó lo siguiente: *"De hecho sí wey, tienes una publicación de un negro, una vez que te stalkié [acosé]"*. Ante esto, Mario se mostró sorprendido, y pareció no recordar el hecho. No fue hasta que Jesús le dio más detalles de la publicación que recordó a qué se refería, a lo que mencionó: *"Ah, pero eso fue desde hace uhhh"*. Después mencionó que en ocasiones había publicado fotos y compartido memes, pero reiteró que no acostumbraba publicar muy seguido.

Del comentario anterior de Jesús, es importante prestar atención a la introducción de un término clave para esta investigación: el *stalkeo*, neologismo que significa acosar, y que suele utilizarse para referirse a la práctica de revisar con gran minuciosidad la información de un contacto en las redes sociales. En la ocasión mencionada, Jesús da un ejemplo de cómo funciona la práctica del *stalkeo*: *"Igual está ahí todavía wey, sólo tengo que bajar"*, comentó en determinado momento el joven, en referencia a que puede "investigar" más hurgando en el pasado del *stalkeado* con solo "bajar más" en su historial de Facebook. Los jóvenes han crecido sabiendo que siempre pueden consultar e investigar la historia de alguien con tener acceso a su Facebook, y a partir de él trazar un perfil sobre el usuario.

3.1.3 Primeras interacciones: la socialización local y global

Al preguntarle a los jóvenes sobre sus primeras interacciones y conversaciones a través de Facebook, los entrevistados mencionaron lo siguiente: *"hablaba con amigos de la escuela, familia, ya hablaba con gente así, que conocía en juegos, o algo así, y ahí... les hablaba más, socializar globalmente (Mario)"*. El comentario anterior indica que Mario inició desde hace años lo que él considera una *socialización global*, pues mantiene desde ese entonces comunicación con personas de todo el mundo. Además, refuerza la idea de que durante los primeros años, la parte lúdica jugaba un papel fundamental en su acceso y uso de Facebook.

Lo comentado por Jesús contrasta con lo mencionado por Mario, pues mencionó que en un inicio utilizaba Facebook para organizar partidas de fútbol con sus amigos: *"Me acuerdo*

que en ese momento... no sabíamos hacer grupos, creo que todavía no estaban, y hacíamos eventos para ir a jugar fútbol, pero pues... fue hace quién sabe cuántos años, y ya no se hace desde entonces [...] pero no eran, eran... eventos en vez de grupos, estábamos bien tontos". Lo anterior indica que los jóvenes utilizaban desde un inicio las redes para interactuar tanto de manera local como global. Además, el comentario de Jesús arroja un poco de luz sobre un tema crucial de las redes sociales: La *alfabetización digital*, pues el mismo desconocimiento que Jesús menciona sobre la confusión entre las diversas funciones de Facebook, parece observarse en la actualidad entre los adultos.

Por otro lado, sobre el contenido de sus primeras publicaciones, Lorenzo comentó que compartía los logros de sus juegos: *"Los logros que tenía en los juegos, nada más publicaba eso"*. Además, mencionó que sólo hablaba con los amigos de *Farmville*, para que "le mandaran vidas". Nuevamente, la respuesta del adolescente refuerza la idea de que uno de los principales usos que los jóvenes le daban a Facebook durante su niñez era el lúdico. Sobre esto, resalta que Jesús comentó que hacía lo mismo de "pedir vidas": *"Con los del grupo de la primaria, como de qué andábamos jugando, qué juegos jugábamos en ese entonces [...] 'ey, ayúdame en este juego', y así te ponían a jugar a veces"*.

Siguiendo con la entrevista, a los jóvenes se les preguntó si recordaban cómo había sido la respuesta de sus contactos ante sus primeras publicaciones. Jesús mencionó que recibía *groserías* de parte de sus amigos a manera de broma: *"O sea todos andaban ahí como 'comes caca' [risas] y cosas así"*. Por otro lado Karla comentó haber recibido *cumplidos* de sus familiares en las primeras fotos (selfies) que subía. Mario mencionó que era acreedor de ambas, tanto de comentarios de sus amigos como de su familia.

Lo anterior parece indicar que el contexto de relaciones interpersonales fuera de la red (por ejemplo, la familia y los amigos) era uno de los factores que determinaban la recepción de lo compartido en Facebook durante los primeros usos de los jóvenes. Ello explicaría por qué los jóvenes, al insertarse en el contexto de la preparatoria, prefieren mantener a sus padres lejos de su perfil digital y su actividad en la red, pues entran en conflicto los roles representados con sus padres y con sus amigos.

3.1.4 Aprender a publicar: el grupo de iguales, el error y la supervisión parental

Los jóvenes mencionaron que aprendieron a usar Facebook a partir de diferentes experiencias. En el caso de Mario, por ejemplo, el joven aprendió a partir de los consejos de su hermana mayor (quien le lleva 5 años), y los comentarios de sus contactos: *"en parte, pues... a mí me ayudó mi hermana pues, y era como que... publicaba algo, y mi hermana me decía 'no, bórralo, está muy tonto'... [...] Ajá, y como... las personas también [...] por los mismos comentarios que hacen"*. Esto significa que desde que el joven comenzó a utilizar la red social sus amistades y familiares le fueron señalando el camino de lo correcto

e incorrecto, lo publicable y lo no publicable. Por otro lado, su hermana mayor también jugó un papel fundamental en su aprendizaje al representar el rol de *tutor*, ya que el joven confiaba en el criterio de su hermana.

En esta parte de la entrevista, Jesús mencionó un error muy común entre los nuevos usuarios, y lo ejemplificó a través de la experiencia de un compañero suyo: *“Por ejemplo el Ignacio wey, te acuerdas su publicación de... de cuando fue a ver la película de Star Wars, que se dio auto-like, '¿en serio fuistes a verla?', se preguntó a sí mismo [risas] [...] Se dio autolike, y aparte [se] comentó “¿en serio fuistes a verla?”. A lo anterior, Mario respondió lo siguiente: “Que asco. Y pues, o sea, como nosotros diciendo '¡qué asco acá!', es lo mismo, ahí aprendes”*. Lo anterior demuestra que una de las formas en que los jóvenes aprenden qué publicar y qué no publicar es a través de la prueba y el error, y el señalamiento de dicha valoración de parte de los contactos agregados.

Lo anterior está estrechamente relacionado con el *ensayo de la identidad*, mencionado por Morduchowicz en su trabajo sobre la construcción de la identidad de los adolescentes a través de las redes sociales. En el ejemplo anterior, podemos observar cómo los jóvenes ponen a prueba diferentes formas de *ser, pensar y hacer* en Facebook, y tras recibir retroalimentación (positiva o negativa) de su comportamiento, deciden si continuar con la misma actitud (y/o conducta) o cambiarla por otra.

Por otro lado, Karla mencionó que aprendió a distinguir lo publicable de lo no publicable gracias a la ayuda de su familia: *“Yo igual veía así que lo que publicaba mi prima, y ya, yo me daba cuenta de qué publicar y no publicar, o a veces le decía a mi mamá 'amá, ¿publico esto?', y me decía mi mamá 'no, quítalo', y así”*. De esta manera, el ejemplo de Karla evidencia cómo los otros intervienen en el aprendizaje de los jóvenes sobre lo publicable. Además, la supervisión parental parece haber jugado un papel fundamental en el aprendizaje de Karla sobre el control de la exhibición de su privacidad en las redes sociales.

Destaca que no fue hasta la secundaria —cuando Karla consiguió un smartphone personal— que la joven entrevistada se “independizó” de su madre, ello “medianamente”, porque sigue teniéndola como contacto, y por lo tanto, su mamá sigue viendo lo que publica: *“Ajá, antes usaba la computadora, pero ya... yo digo ya que cuando yo decidí fue... pues es que casi siempre usé desde... la primaria, y ya fue cuando entré a la secundaria ya, yo publicaba por mi parte”*. Karla mencionó que actualmente lleva a cabo el mismo proceso de alfabetización con su hermano menor, ocupando ahora ella el rol de tutora: *“Sí, porque a veces [mi hermano] publica puras cosas así como que ni al caso, o manda cadenas, y le digo ‘no las mandes, no te va a hacer nada’”*.

Continuando con las respuestas de los entrevistados, Jesús comentó que en un principio no sabía utilizar el botón de “Me Gusta”: *“como que no sabía mucho de Facebook, y me puse a darle Like a todo [...] Sí, como 'dale Like y mueres', a lo tonto. O 'dale Like y amén'.*

Otro factor a considerar en el aprendizaje sobre lo publicable en redes es el caso que Jesús mencionó sobre su hermana menor, pues según comenta el joven, mientras él salía a jugar con sus amigos a la calle, su hermana *“se la pasaba en la casa, ahí pegada con el celular, y yo no”*. Esto pudiera representar una explicación preliminar de las diferencias en el uso de las redes sociales según el género, hipótesis que da pie para investigar más al respecto.

Al preguntarle a Lorenzo sobre su proceso de aprendizaje, en cuanto al control de la exhibición de su privacidad en redes se refiere, el joven coincidió con Jesús en que su maestro más importante fue “el error”. Sin embargo, aclaró que ello ocurrió hasta que retomó el uso de Facebook en la secundaria, tiempo en que volvió a utilizar su cuenta y cambió los juegos de Facebook por el “stalkeo” y por *“hablar con los compañeros”* y *“pendejear”*; o en otras palabras, socializar.

3.2 Usos actuales de Facebook

3.2.1 Los usos principales de Facebook: entre chatear y ver la vida del otro

Aterrizando las reflexiones de los jóvenes en el contexto presente, se les preguntó sobre los usos principales que le daban a la red social Facebook. Los entrevistados comentaron que, en primer lugar, la función más atractiva de Facebook (y a la que mayor uso dan) es la del *chat*, pues no acostumbran publicar muy seguido. Así pues, la mayoría del tiempo que los jóvenes pasan en Facebook lo dedican a chatear y mensajear con sus amistades.

Jesús, al hablar sobre los usos de Facebook, mencionó lo siguiente: *“enterarme de las cosas nuevas, de eventos, de todo [...] Por ejemplo, lo de los cotos, siempre me tengo que enterar de ahí, o ya te invitan a ti, hacen eventos de los cotos”*. Los “cotos” (o fiestas) parecen ser una de las actividades más llamativas para los jóvenes, pues es ahí donde se emborrachan, hablan con chicas, ganan estatus, y consiguen un tema de conversación. Por ello, Facebook es una herramienta muy útil al momento de buscar *“qué cotos hay”*.

Cuando se le preguntó a Lorenzo cuál era la red social que más utilizaba, y qué usos acostumbra darle, mencionó en primer lugar a Facebook, y agregó después los siguientes usos: *“Zorrear, stalkear, pendejear, y también YouNow, para ver transmisiones [...] o también Instagram, para zorrear [...] para hablar, y ya, para ver las publicaciones cuando estoy aburrido...”*.

Más adelante, al sugerirles a los jóvenes que profundizaran en sus reflexiones sobre los

usos de Facebook (fuera de las opciones evidentes que la interfaz ofrece, y pensado más bien en su uso personal cotidiano), Mario mencionó lo siguiente: *“Sería como para entretenerse, ¿no? O sea, saber sobre... qué están haciendo los demás, o... algo así, y perder el tiempo...”*.

Lo anterior nos hace pensar en Facebook como un espacio virtual donde los jóvenes invierten su tiempo de ocio *observando* la vida de los demás como una de las actividades principales de la plataforma. Para ello, miran imágenes, *“zorrear”* [término para referirse a “mirar fotos de chicas”, en particular prestándole atención a sus atributos sexuales], *“stalkear”* [término que en inglés significa acoso, y que en el espacio virtual implica investigar exhaustivamente las publicaciones de un contacto), miran publicaciones que aparecen en su muro, y reproducen transmisiones y videos que suben sus contactos — algunos de estos publicados originalmente en cuentas de otras redes como Instagram y YouNow y compartidos en Facebook—.

Jesús respaldó lo mencionado por Mario, comentando lo siguiente sobre sus usos de Facebook: *“Ver publicaciones. Y principalmente enterarme de qué es lo que están haciendo los demás, a ver qué... a ver qué surge. Principalmente publicaciones de amigos”*. Al respecto, Karla coincidió en que lo que más mira en Facebook son fotos de sus amigos.

Destaca que ninguno de los jóvenes haya mencionado *ver noticias* como uno de los usos principales de Facebook, lo que pudiera indicar que los hábitos de consumo informativo por Facebook son muy distintos entre generaciones.

Podemos concluir este apartado estableciendo que las siguientes son las funciones preferidas por los jóvenes en Facebook: *stalkear*, ver fotos de sus contactos, ver videos y transmisiones, enterarse de lo que otros hacen, mirar publicaciones de amigos, chatear, enterarse de las novedades y enterarse de eventos. Bien podríamos sintetizar lo anterior diciendo que ver la vida del otro en diferentes formatos (textual, visual, audiovisual) es la actividad preferida por los jóvenes al usar Facebook, algo que reafirmaremos en el siguiente tema al tocar brevemente el tema del *stalkeo*.

3.2.2 Breve paréntesis sobre el stalkeo: el hábito de ver chicas

Durante el apartado anterior, Mario mencionó (a manera de broma) que el uso que más le daba Jesús a las funciones de su cuenta de Facebook era el de *stalkear*: *“Siempre estás viendo fotos así de mujeres [...] es como, 'mira esto', y te metes acá a su perfil bien... bien entrado (Mario a Jesús)”*. A lo anterior, Jesús comentó que para ver fotos de mujeres *“está Instagram”*. Además, el joven agregó los siguientes comentarios: *“Ayer vi 3 fotos, la de una amiga de la Fernanda, la que tiene ojos de color, la werita, sale modelando”*.

Una observación a destacar es que en el total de las entrevistas llevadas a cabo con los adolescentes, los jóvenes *stalkearon* chicas durante repetidas ocasiones. Múltiples veces revisaron en sus celulares fotos de chicas que les parecían atractivas, e incluso hablaban de fotos específicas, lo que parece indicar que esta actividad es una práctica común de su cotidianidad: “¿sí viste la foto del zoológico, que subió?” (Jesús). Las chicas son, en general, uno de los temas principales de conversación entre los jóvenes.

Lo anterior reitera la hipótesis sobre el papel de la visualización del otro como código social al momento de entablar comunicación por las redes. Se puede inferir, a partir de los comentarios del joven, que mirar fotos de mujeres que le parecen atractivas en las redes (amigas, amigas de amigas o desconocidas) es una práctica habitual entre los adolescentes, y uno de los usos principales que los jóvenes le dan a Facebook.

Además, el hábito del stalkeo demuestra nuevamente que la cualidad de mayor importancia entre los varones adolescentes es el aspecto físico, sobre todo cuando se trata de mujeres, que es cuando cobra especial atención la figura del cuerpo. Esta tendencia llega a tal grado que en determinada entrevista, Jesús dijo estar dispuesto a un acto sexual con una chica, siempre y cuando llevase una “*bolsa en la cabeza*”: “*No como la Ana, que a ella nomas le pones una bolsa de papel en la cara y ya... (Jesús)*”.

Como podrá apreciar el lector en la oración anterior, la violencia de género está muy presente en el lenguaje varonil de los estudiantes de preparatoria. Sería interesante que en futuras investigaciones se abordara esta incorporación de la violencia discursiva-simbólica contra la mujer a tan temprana edad, pues es completamente reprochable que hombres tan jóvenes ya perciban a la mujer sólo como un objeto sexual.

3.2.3 Hábitos de publicación en Facebook: “esperar a que algo bueno llegue”

Más adelante, se les preguntó a los jóvenes sobre sus hábitos de publicación —cada cuánto publicaban y qué tipo de publicaciones hacían—, con el objetivo de determinar si eran usuarios activos (que publican mucho) o pasivos (que no publican tan seguido).

Mario mencionó que publicaba una vez al mes, y por lo general, lo que hacía era compartir frases o fotos con amigos. Como contraste a lo mencionado por Mario, Jesús comentó el caso de un compañero suyo de nombre Edgar, quien, al parecer, publica todo lo que hace a diario (usuario activo).

Lorenzo mencionó que no publicaba muy seguido. Karla, por otro lado, mencionó que publicaba fotos, aunque especificó que no lo hacía muy seguido, sino una o dos veces por mes. Además, aclaró que únicamente cambiaba la *foto de perfil*. Sobre esto, Jesús mencionó (a manera de broma) que Mario *stalkeaba* a Karla, además de tenerla en la

sección de *favoritos*, opción de Facebook que te permite hacer un seguimiento minucioso de todo lo que publica o comparte un usuario, recibiendo una notificación cada vez que uno de estos actos se llevan a cabo por el usuario seguido.

Al mismo cuestionamiento, Jesús mencionó que sus ritmos de publicación también eran muy bajos, pues dijo publicar entre una o dos veces al mes: *“Es que casi no me meto a publicar nada”*, comentó el joven. Cuando se le preguntó a Jesús las razones por las que no publicaba tanto en Facebook, mencionó que prefería publicar (y pasar más tiempo) en otras redes, como Snapchat o Instagram. Además, agregó lo siguiente: *“Es que mira, están los tipos bien acá, como por ejemplo, el Patricio wey [...] El Patricio pues como es bien popu se la pasa publicando [...] saben [los populares] que sus publicaciones van a llegar alto. En cambio nosotros tenemos que esperarnos a que algo bueno... así como para que llegue...”*.

Es interesante como Jesús especifica que jóvenes como él son usuarios pasivos porque no son populares, por lo que tienen que *“esperar a que algo bueno llegue”* para publicarlo, lo que dice mucho sobre aquello que los jóvenes consideran atractivo en redes: salir de fiesta, tener un estilo de vida ostentoso, visitar negocios de prestigio en la ciudad; en fin, exhibir algo valorado por las nuevas generaciones. Además, destaca que en este punto (cuarta entrevista) Jesús ya utilice con naturalidad la nomenclatura de *actividad en red/popularidad*, que aparentemente ha desarrollado a partir de las reflexiones sobre los usuarios pasivos y activos en las diferentes sesiones de entrevistas.

En la sesión grupal llevada a cabo con Karla, la joven comentó lo siguiente sobre los jóvenes que publican mucho: *“A mí se me hace que los que publican mucho es como para llamar la atención, o para que les pregunten. Porque mucha gente que tengo agregada, por ejemplo, ponen así que están tristes, o algo así, y es como que para que pregunten”*.

Lo anterior parece corroborar lo mencionado por los jóvenes en otras entrevistas, sobre la práctica de exhibir la intimidad a través de publicar el estado emocional. La diferencia es que, en este caso, el objetivo no parece ser *tumbar likes*, sino llamar la atención, ¿o es que ambas cosas son lo mismo?

Cabría recordar que durante la adolescencia, los jóvenes sienten una necesidad enorme de llamar la atención por sus búsqueda de pertenencia y aceptación social, lo que contribuye a explicar —como hiciera Morduchowicz— el por qué las nuevas generaciones parecen estar tan maravilladas con las redes sociales, espacios que, a fin de cuentas, fungen como escaparates de aprobación/desaprobación de su vida y su identidad.

3.3 Facebook e identidad

3.3.1 La exhibición en Facebook: la pertenencia, el reconocimiento y la identificación

Como se ha mencionado, durante la adolescencia los jóvenes se encuentran en una constante búsqueda de pertenencia y aprobación de su identidad. Para que la identidad sea *auténtica*, y el adolescente se sienta cómodo con ella, ésta debe ser reconocida y aceptada por los demás. Es en este proceso que los perfiles digitales de las diferentes redes sociales cobran relevancia. Veremos a continuación cómo se interrelacionan la red social Facebook y la construcción de la identidad de los jóvenes a través de una práctica normalizada entre los adolescentes: la exhibición de sí mismos y sus preferencias.

La revolución digital que representan el desarrollo del Smartphone y la creación y expansión de las redes sociales han tenido un alto impacto en el contexto escolar de las nuevas generaciones. Es en este escenario que los jóvenes encuentran en las redes sociales el lugar donde buscan aceptación y reconocimiento social; no estar dentro de las redes supone exclusión. Son este conjunto de variables contextuales las que provocan que los jóvenes exhiban con tanta naturalidad su vida cotidiana en las redes, buscando el reconocimiento del resto sobre su pertenencia a determinado grupo.

Lo mencionado por los jóvenes respecto a su compañero Edgar es el caso perfecto para ejemplificar cómo se lleva a cabo el proceso de construcción de la identidad juvenil a través de la extimidad en las redes sociales.

Sobre Edgar, Jesús comentó lo siguiente: *“Digamos como el Edgar wey [...] presume demasiado, o sea, me cae bien y todo el rollo...pero wey, se la pasa diciendo “No, me duele la pinche gran vida”, “Buchanans, Buchanans”... [...] Y luego su nuevo Samsung Galaxy S [...] Se la pasa presumiéndolo y diciéndolo”*.

En el caso que los jóvenes mencionan, Edgar desea ser reconocido por sus compañeros como un *buchón* que mantiene un *estilo de vida* ostentoso. Para ello, se vale de todos los medios a su disposición: alardea ante sus amigos el dinero que le dan sus familiares, presume sus bienes, los lugares que visita, y menciona con frecuencia su estatus económico. Estas prácticas las lleva a cabo tanto en persona (en la realidad) como en las redes sociales (el mundo virtual), a través de la publicación de su consumo de bienes o servicios de alto nivel económico, y la posesión de objetos simbólicos que le confieren determinado estatus. Aquí las 3 dimensiones constituyentes de la identidad juvenil de Reguillo —pertenencia, sentido y consumo— vuelven a cobrar presencia, aunque claro, valdría añadir una nueva dimensión: la exhibición.

Según lo comentado por los jóvenes entrevistados, Edgar exhibe siempre imágenes sobre aquello que desea “*presumir*”: objetos, lugares, ropa, y en sí, su estilo de vida “lujoso”, ello con el objetivo de validar su identidad ante su audiencia digital, pues para los jóvenes no hay mayor evidencia de lo concreto que lo visual. Y, en efecto, el resultado es que los jóvenes como Jesús, Mario y Lorenzo lo identifican como un *buchón*. Así pues, espacios como Facebook sirven como escaparates virtuales para proyectar la identidad con la que los jóvenes se sienten más cómodos y desean ser reconocidos, o mejor dicho, *identificados*.

3.3.2 Facebook y la sección de “Me Gusta”: indagar las preferencias del otro

Una sección muy interesante que los jóvenes observan (o *stalkean*) al momento de querer formar un perfil de alguien a través de Facebook es la de *Me Gusta*. En este espacio de la plataforma digital, los jóvenes pueden identificar qué páginas sigue el usuario del que se está consultando el perfil, según sus preferencias y gustos culturales. Estos pueden ser referentes a preferencias de los siguientes tipos: música, programas de televisión, series, películas, canales de YouTube, deportes, libros, personajes, videobloggers, y un largo, largo etcétera.

La selección de estas páginas representa para los jóvenes información fundamental al momento de formar una imagen sobre el otro, pues ilustra el repertorio cultural de donde emanan las propuestas de estilos preferidas por los jóvenes. Jesús ilustró lo anterior con el siguiente comentario: “*Pues te ha de gustar por algo supongo, y me pongo a ver qué onda, si eres una persona de mi querer, o sea, digamos que tú eres un amigo bien acá mío, pues digo, si le das like a una página de reggaetón obviamente le voy a tomar screenshot [captura de pantalla] y te voy a decir 'qué pedo a ver, qué es esto' [este comentario se da desde una en la que el género musical del reggaetón es algo que desprestigia al que lo escucha]*”. Esto significa que los *Me Gusta* son un elemento importante para los jóvenes al momento de construir su apariencia digital, pues saben que esta sección será visualizada por sus contactos, ello siempre y cuando el usuario no ponga sus gustos como privados.

Por su parte, Mario describió sus *Me Gusta* de la siguiente manera: “*Ajá, son como cosas divertidas, y... pues bandas que me gustan [...] Y pura música que me gusta pues*”. Además, Mario agregó otro comentario interesante: “*Te metes ahí como que... a indagar [...] A indagar, y ya pues, si tiene cosas raras, pues lo tachas de loco*”. El comentario de Mario demuestra que los jóvenes utilizan esta sección para “investigar” o “indagar” al usuario del que quieren formarse un perfil, una imagen, que es, a final de cuentas, la apariencia digital que los jóvenes van a mostrarle a su audiencia, la imagen que van a proyectar en Facebook para que sea visualizada por la comunidad virtual.

3.3.3 Preferencia de contenido y reputación

Durante la primera entrevista, Jesús mencionó cómo la exhibición de las preferencias por determinado contenido en Facebook —no necesariamente en la sección de Me Gusta—, repercute en la imagen y la reputación que se proyecta a través de la red social. Jesús comentó esto en relación a un videoblogger de nombre David Echeverri, de quien dice lo siguiente: *“ni te dan ganas de verlo porque luego miran que lo viste, y te da mala reputación”*. Esto significa que ver que alguien vio determinado contenido (en este caso, un videoblogger) repercute, de manera negativa o positiva, en la imagen que se construye y proyecta por Facebook.

Continuando con esta relación entre la reputación y las preferencias exhibidas en Facebook, Jesús mencionó el caso de un compañero suyo: *“se llama Marcos, es el Marcos, un amigo nuestro, le dije “¿Qué pasó Marcos?” Es buchón y forever alone party, pero mira (enseña una publicación que indica que el joven le dio “Me Gusta” a un local), Miau Miau café, un café Otaku, por eso le echamos carrilla [...] le echamos carrilla nomás [...] le dijimos, “ey, ¿vas a coger con gatos humanos, o cómo?”*

Entre los comentarios de Jesús sobre la opinión de su amigo Mario (quien al parecer manifiesta un gusto particular por el anime y la sub-cultura Otaku), aflora nuevamente una característica que Morduchowicz menciona en el proceso de validación y distinción de la identidad: la crítica. A través del rechazo (y consecuente diferenciación) de las preferencias de Mario, Jesús valida su identidad, distinguiendo que él no pertenece al mismo grupo de su amigo. En esta ocasión, la exhibición y visualización del gusto por un “café Otaku” provoca que la reputación de Mario se vea perjudicada.

3.3.4 Cambiarse el apellido: evidenciar la pertenencia

Un caso muy curioso, que evidencia la manera en que los jóvenes buscan pertenecer a un grupo a través de Facebook, son los “apellidos” identitarios que los adolescentes crean y adoptan para identificarse con sus amigos. Durante la última entrevista, Jesús describió una tendencia juvenil que consiste en cambiarse el apellido en Facebook por uno establecido por los amigos, con el objetivo de ser reconocido como parte de una comunidad juvenil: *“Sí wey, pero son casi dinastía. Digamos que ya son clicas ellos y pues ya son bien compas, son bien compas y pues entre ellos se ponen así el apellido [...] Por ejemplo, también están los West, el Alfonso West [...] Y luego hacen cotos, como los West Party”*.

Este cambio de apellido representa un claro símbolo con el que los jóvenes buscan identificarse y ser identificados por el resto como adolescentes pertenecientes a un grupo exclusivo. Al anexar el apellido de la comunidad, los jóvenes están colocando una etiqueta distintiva, y se están diferenciando de quienes no lo poseen de manera que portar este

segundo nombre se convierte en sinónimo de privilegio, exclusividad, estatus y popularidad. Más adelante, a través de diferentes actividades (como organizar fiestas), los jóvenes reafirman su identidad gracias a que los demás los reconocen como pertenecientes al grupo que lleva a cabo este tipo de eventos.

Jesús mencionó pertenecer a uno de estos grupos: *“Mira, por ejemplo, yo tengo a los Silly [...] Sí, son... digamos que es divertido, pero pues están en el reclusorio [risas]. Pero igual, aun así yo conservo el apellido porque... es casi orgullo tenerlos ahí, son de esos que no me dejan abajo la verdad”*. Resulta curioso que el joven entrevistado valore tanto los lazos afectivos forjados con sus amigos “Silly”, al grado de considerarlos familia, lo que habla de un alto sentido de pertenencia, afecto y una gran confianza en dicho grupo de iguales, aspectos muy relacionados con lo mencionado en los antecedentes, donde señalamos cómo los amigos, ante el vacío dejado por las instituciones, pasan a convertirse en uno de los cinturones de seguridad y sentido claves para los jóvenes.

3.4 Conclusiones tercer capítulo

Los jóvenes entrevistados incursionaron en el uso de redes sociales desde hace por lo menos 6 años, a los 9 o 10 años de edad, cuando algunos de todavía no habían desarrollado habilidades escolares básicas como leer o escribir. El uso de las tecnologías desde hace tanto tiempo ha implicado un proceso de alfabetización digital, por ello facilidad para su manejo en la actualidad.

Sus primeras redes pertenecieron a la Web 2.0, por lo que crecieron con una dinámica de comunicación en la que asumieron el rol de productor-consumidor de contenidos, donde se involucran la retroalimentación y la valoración de lo compartido por los otros usuarios.

Los motivos principales de los participantes para abrir una cuenta fueron las influencias familiares, las amistades, el gusto por los videojuegos y la presión social escolar; la discriminación y exclusión que sufren quienes no están en la red fue un factor clave para abrir una cuenta.

Algunos de los jóvenes iniciaron usando las nuevas tecnologías de forma lúdica con la intención de divertirse con juegos en línea, y con el tiempo el uso principal cambió a la socialización y la construcción de una apariencia para legitimar su estatus.

Desde un inicio los jóvenes han usado las redes para interactuar de manera local y global. Sin embargo, el contexto de relaciones interpersonales fuera de la red (por ejemplo, la familia y los amigos) conformó el núcleo duro en la reflexión de lo compartido en Facebook durante los primeros usos de los jóvenes.

Desde que los jóvenes comenzaron a utilizar Facebook, sus amistades y familiares fueron señalándoles el camino de lo correcto e incorrecto, lo publicable y lo no publicable. El aprendizaje se realizó a través de la prueba y el error y el señalamiento de dicha valoración de parte de amigos y figuras familiares como padres y hermanos mayores. Destaca que 2 de los jóvenes participantes ahora ocupen el rol de tutores con sus hermanos menores.

La mayor parte del tiempo que los jóvenes pasan en Facebook lo dedican a chatear y mensajearse con sus amistades, así como a mirar fotos y publicaciones de sus amistades y de las páginas que siguen; claro, también suben contenido de vez en cuando, sin embargo no lo hacen con mucha regularidad porque al no ser populares, consideran que sus publicaciones no generarán muchas reacciones, esto siguiendo la lógica de que a mayor popularidad, mayor la información que se comparte en redes para “llamar la atención”.

El entretenimiento visual y la comunicación que ofrece Facebook es lo que vuelve tan atractiva a esta red social. Ver la vida del otro en diferentes formatos (textual, visual, audiovisual) es una de las actividades preferidas por los jóvenes al usar esta red.

Entre los varones, mirar fotos de mujeres que les parecen atractivas en las redes (amigas, amigas de amigas o desconocidas) es una práctica habitual y uno de los principales usos que los hombres adolescentes le dan a Facebook.

En el proceso de construcción identitaria de los jóvenes entrevistados aparecen las 3 dimensiones constituyentes de la identidad juvenil de Reguillo: pertenencia, sentido y consumo. Sin embargo, consideramos oportuno añadir una nueva dimensión: la extimidad virtual.

La sección de “Me Gusta” en Facebook es consultada y elaborada por los jóvenes a sabiendas de que ahí se indaga el repertorio cultural de los usuarios. Es a partir de esta sección que se hacen evidentes las propuestas de estilos preferidas por los jóvenes, y esta selección forma parte esencial en su proceso de construcción identitaria. Así, la exhibición de las preferencias culturales en los diferentes espacios de Facebook son elementos clave en la constitución de la identidad juvenil.

Una práctica identitaria que evidencia los deseos de pertenencia adolescente es cambiarse el apellido original en Facebook por aquel compartido con el grupo de amigos, aspecto muy relacionado con lo mencionado en los antecedentes sobre cómo las amistades representan uno de los cinturones de seguridad y sentido claves para los jóvenes.

4. LÍMITES DE LA EXTIMIDAD: HACIA UNA COMPRENSIÓN DE LA PRIVACIDAD JUVENIL

Como ya vimos a lo largo de los tres capítulos anteriores, para los jóvenes la extimidad y la visualización son fenómenos muy extendidos entre sus diferentes contextos, lo que plantea muchas preguntas con respecto a la privacidad: ¿Qué representa para los jóvenes algo privado? ¿Hay límites en el escenario de la exhibición juvenil? ¿Cuáles son esos límites? ¿Creen los jóvenes que han transgredido esos límites? ¿Cuándo se invade la privacidad de alguien, desde la perspectiva de los más jóvenes?

Estas son algunas de las preguntas que pretendemos responder en este capítulo, y que esperamos sean de utilidad para futuras investigaciones sobre la extimidad juvenil, el control de la extimidad y el significado de la privacidad entre las nuevas generaciones.

En este capítulo exploraremos cómo controlan los jóvenes su privacidad en Facebook (utilizando diferentes cuentas y grupos), los significados que tienen la privacidad y la intimidad para los jóvenes (según su exhibición o su invasión), y con ello comenzaremos a formar un bosquejo que nos permita comprender con mayor claridad lo que la privacidad y el control de su exhibición representan para las nuevas generaciones.

4.1 Los accesos de privacidad en Facebook y Tumblr

4.1.1 Cantidad de contactos: compartir contenido para un público masivo

Un dato muy importante a considerar en la interacción digital de los jóvenes, es la cantidad de contactos que los adolescentes tienen en Facebook. Las respuestas de los entrevistados a esta pregunta variaron según el participante: Jesús dijo tener 900 (sin embargo, mencionó haber tenido el doble hace poco), Lorenzo mencionó alrededor de 700, y Mario comentó poseer sólo 400 contactos.

Jesús, siendo quien más contactos tenía, mencionó que en realidad no interactuaba con todos ellos: *“No, pues es que le hablo... por ejemplo, hay gente que a veces me agrega, le empiezo a hablar, y después de dos semanas los dejo en visto, o ellos me dejan en visto, y pues ahí se murió”*.

Con esto Jesús exteriorizó una de las características principales de la interacción comunicativa y la exhibición a través de la red social Facebook: la apariencia digital que se proyecta en la red a través del contenido compartido en el muro alcanza a una audiencia donde la mayoría de los contactos no son relaciones cercanas interpersonales, sino *conocidos o amigos no muy frecuentados*, con los que se conversa por *chat* muy poco o nada. En otras palabras, los jóvenes acostumbran hacer publicaciones para una audiencia

de, digamos, 500 personas, siendo que sólo entablan conversación con 20 personas (en promedio).

Mario, siendo quien menos contactos tenía, agregó: *“Yo no tengo amigos [risas] es que sólo agrego como a los que sí les hablo, porque ustedes tienen como a 900, pero le hablan como a 10”*. Esto refleja que no todos los adolescentes agregan en sus redes a cualquier conocido, sino que algunos sí mantienen un mayor control sobre sus contactos, para no terminar, como Jesús, con un número excesivo de contactos con los que no se interactúa con frecuencia. Sin embargo, 400 personas (la cantidad de contactos de Mario) siguen representando un público medianamente masivo al momento de comunicar algo por Facebook.

4.1.2 Crear múltiples cuentas: aislar los grupos sociales, separar los roles

Durante la tercera y cuarta entrevista, se les preguntó a los jóvenes la cantidad de cuentas que tenían en Facebook. Tanto Mario como Karla dijeron tener solo una. Jesús, por otro lado, mencionó que en determinado momento tuvo hasta tres cuentas: *“Uno para la familia, otro para los amigos, y otro para los amigos de otra parte”*. Ante lo expresado por Jesús, Mario comentó lo siguiente: *“Yo no. Yo como no publicaba nada no era como algo que tenía que ocultar pues”*.

Lo anterior parece indicar que los jóvenes sólo se valen de diferentes cuentas en Facebook cuando prefieren mantener completamente apartados a los diferentes grupos de sus relaciones interpersonales. En este caso, Jesús tiene la intención de ocultarles a sus familiares y amigos lo que publica en sus otras cuentas, lo que representa una estrategia del joven para salvaguardar su privacidad y evitar que los diferentes roles que representa con los distintos grupos sociales entren en conflicto.

Continuando con las respuestas de los jóvenes, en la tercera entrevista grupal Lorenzo comentó lo siguiente: *“yo tenía varias [cuentas], pero por lo mismo, para enviarme vidas en mis juegos [risas]. Me hice un chorro de cuentas, pero nada más utilizo una”*. Esta creación de varias cuentas con un propósito lúdico contrasta con lo comentado por Jesús anteriormente, quien dijo haber hecho varias cuentas para no mezclar círculos sociales.

4.1.3 Manejo y uso de los grupos: pertenencia y exclusividad en la red

Durante esta parte de la entrevista, se les preguntó a los jóvenes sobre sus usos de los grupos en Facebook. Jesús mencionó que dentro de los usos que los jóvenes le dan a los grupos están el de hablar con amigos y organizar los asuntos del salón de la escuela, y especificó que su cantidad de grupos se reducía a 5, debido a que a mayor número de

grupos, mayor cantidad de canales comunicativos, y por ende, mayor exigencia y distribución del tiempo y la atención: *“es que así de tantos grupos es demasiado exagerado como para atenderlos a todos, por eso nada más tenemos como 5 [...] es que no hay que hacer tantos grupos porque luego no le prestamos atención a todos, y muchos son bien agüites”*.

Según Jesús, uno de los principales problemas con tener tantos grupos y/o contactos en la red (y la respectiva atención que se le tiene que dedicar a cada uno), es que un mensaje no respondido en Facebook comúnmente es interpretado como “desinterés”, que desemboca en el cese de la comunicación: *“o sea, los vistos son como que ‘ah, hijo de puta, ya no te voy a hablar nunca’”*. Esto significa que al tener tantos grupos, es más probable que se corte la atención gradualmente con algunos de ellos, debido a la incapacidad de atenderlos debidamente a todos por igual.

Otro hecho de interés sobre el tema de los grupos es que algunos sean creados por breves periodos de tiempo, por ejemplo, el grupo mencionado por Jesús creado el 14 de Febrero: *“Hicimos otro de burlas, que nomás nos duró como un día o dos, que fue el del fin de semana. Pero ese fue el primer grupo que abrimos de dos días, fue el grupo de “Forever Alones Life”*. Jesús mencionó que él y sus amigos utilizaron este grupo para publicar memes con mensajes como los siguientes: *“me alquilo para el 14 de Febrero [...] tú, tu mano, y esto, no sé, piénsalo”*, en relación al día de San Valentín.

Jesús también añadió que los grupos también se utilizan entre *raperos locales* (músicos por los que Jesús manifiesta cierta afición), y *cholos* de diferentes *colonias* o *barrios*: *“los grupos de los raperos que se creen de aquí, los grupos de los... de mi colonia, por ejemplo, [...] son para los cholos esos, casi, o sea, casi nadie se quiere meter a esos porque que como que ya saben quiénes son los que andan ahí, y pues, no te quieres meter en esos pasos ahí...”*. Esto significa que otro de los usos que los jóvenes le dan a los grupos de Facebook es mantener un contacto con los miembros de cierta comunidad geográfica y social, como puede ser la escuela, la colonia, o la ciudad.

Jesús mencionó que entre sus amigos también utilizan los grupos de Facebook para *“agarrar cura como pendejos, y pedir tareas a veces”*. El nombre de uno de ellos es *Sex & Bitches*, donde comparten contenido que les resulta divertido (como memes o imágenes de Internet) y se burlan los unos de los otros, ya sea con memes o con texto. El entrevistado mencionó a un amigo suyo, Octavio, quien recibe burlas porque no pasa tanto tiempo en la red como sus amigos, debido a su afición y práctica de cierto deporte.

Los jóvenes entrevistados coincidieron en que los grupos que ellos tienen en Facebook acostumbran utilizarlos principalmente para las siguientes funciones: 1. Hablar, bromear y

compartir contenido con los amigos. 2. Ponerse de acuerdo con los compañeros de la escuela, y 3. estar en contacto con los miembros de cierta comunidad geográfica y social.

Al preguntarles a los jóvenes qué creían que podría ocurrir si “mezclaran los grupos”, digamos, permitiendo el acceso a los usuarios indiscriminadamente en los diferentes grupos “exclusivos” o privados, los jóvenes expresaron varias opiniones. Jesús mencionó que *“no funcionaría bien”*, a lo que Mario agregó enseguida: *“pues es que son diferentes pláticas, en unos los miembros sí le... si le... si le agarrarían la cura, por ejemplo, y en otros no, a unos se les haría divertido y a otros aburrido, cada quién”*.

Esto significa que mezclar los grupos provocaría confusión, ello por el reacomodo de los roles y el traspaso de confianza entre los diferentes miembros, lo que desembocaría en problemas comunicativos. Cada grupo tiene un uso y un público distinto, y traspasar esos límites supondría, en varios casos, una invasión de la privacidad. Lo anterior también se relaciona con la teoría de la identidad utilizada en esta tesis, donde la pertenencia y la exclusividad con un grupo son elementos fundamentales para consolidar la distinción entre mi identidad y la del otro. En esta ocasión, esta parte de la dinámica identitaria se trasladada al escenario virtual, donde cada grupo de Facebook delimita la pertenencia al mismo.

Los comentarios de los jóvenes también mantienen estrecha relación con lo descrito en capítulos próximos, donde los participantes mencionaron que bloquean a sus familiares y hacen publicaciones privadas para evitar que sus padres los vigilen y los castiguen, por las conductas manifestadas en compañía de sus amistades.

Los grupos funcionan como una de las barreras de privacidad en Facebook utilizadas por los jóvenes para separar lo público de lo privado, en esta ocasión, para ocultar una parte de sí mismos a los usuarios que no pertenecen a los diferentes grupos. Caso curioso es que, por el contrario, utilicen las redes en general para exhibir toda su persona a su comunidad digital, que como ya vimos, en muchas ocasiones no está compuesta por relaciones sociales muy cercanas.

4.1.4 Bloquear familiares y hacer publicaciones privadas: una forma de salvaguardar la intimidad y evitar la vigilancia parental

Al preguntarles a los jóvenes sobre la interacción y el acceso que permitían a sus padres a través de Facebook, Jesús comentó lo siguiente: *“Sí, [es común] que bloqueemos a nuestros padres, familiares. A ti, por ejemplo, no te tengo bloqueado porque tienes casi mi edad, eres joven, pero ya si es una persona mayor, de... por ejemplo, mi tío como tiene todavía 25, pues subo fotos con él a veces, todavía sale él, y se la pasa en el Hussongs y sí,*

sale. Pero ya gente mayor no hay que subir fotos con ellos, a menos de que sea “ah mi abuelo, aquí estamos, de visita”.

Cabe aclarar que el bloqueo en Facebook se puede realizar de dos formas: restringiendo el acceso total al contenido de una cuenta (bloqueo total), o limitando el acceso en determinadas publicaciones (bloqueo parcial). En el caso anterior, el joven se refiere a un bloqueo total.

Lo mencionado por Jesús parece indicar que, desde su punto de vista, tener a sus padres en Facebook (e interactuar con ellos por este medio) resulta un inconveniente por varios motivos. Uno de ellos es que genera mala reputación. Esto se concluye también a partir de los comentarios que el joven emitió sobre su tío de 25 años, con quien dijo no tener inconvenientes al momento de subir fotos con él en Facebook. La edad, por lo tanto, parece ser una variable a considerar en la aprobación/desaprobación de la interacción con los familiares a través de las redes.

Otro motivo por el que el joven parece no estar muy cómodo con la idea de relacionarse con su familia a través de Facebook es el uso incorrecto que estos le dan a los diferentes espacios de la plataforma: *“Sí, porque es de ‘salúdame a tu primo’ [...] Y por eso los bloqueamos”*. El comentario de Jesús se refiere a que los familiares acostumbran enviar este tipo de saludos por Facebook a través de los espacios públicos de la plataforma (como puede ser el muro o una publicación del perfil público), y no vía mensaje privado, donde hay mucha más discreción. Esto significa que los jóvenes prefieren evitarse este tipo de comunicaciones públicas (o exhibiciones), optando por bloquear a sus familiares para que no puedan visualizar sus publicaciones.

Como se mencionara en el apartado anterior, Jesús comentó que antes contaba con tres cuentas de Facebook diferentes, una de ellas creadas con el objetivo de no mezclar a sus padres y sus amigos en los mismos contactos. Sin embargo, debido a que su mamá descubrió el Facebook alternativo que tenía, prefirió cerrarlo y quedarse con uno solo: *“ya me torció [mi mamá], y pues ya la cerré [la cuenta], y la tengo bloqueada [a mi mamá] en el que uso [...] [ella sabe], pero no le importa, porque tampoco le hablo a mi mamá en Facebook, o sea, qué penita”*.

Como se pudo observar a través de la primera entrevista con Jesús, un fenómeno muy interesante del uso que los jóvenes dan a las redes sociales es *bloquear a los padres*. Práctica muy común entre los millennials, el bloqueo de los padres en Facebook parece obedecer a distintos motivos: evitar pasar vergüenzas por los comentarios *inoportunos* de los padres (en publicaciones o fotos) y por exhibir su relación familiar; mantener la vida privada de los adolescentes lejos del ojo vigilante de los padres; evitar que haya un cruce de

roles (el adolescente usualmente es incomprendido por sus padres durante esta etapa de su desarrollo humano).

Independientemente de los motivos, una parte considerable de los jóvenes parecen mostrarse más cómodos con la idea de restringir el acceso a los padres en Facebook. Sin embargo, existe otra parte de la población a la que le da igual, pues las preferencias varían de acuerdo a la compatibilidad de los roles de adolescente-estudiante y adolescente-hijo. Esto lo podemos observar si prestamos atención a los comentarios de los otros jóvenes entrevistados, donde algunos no aplican un bloqueo total a sus padres, sino que restringen algunas de sus publicaciones para que no tengan acceso a ellas (bloqueo parcial).

Durante el desarrollo de las siguientes entrevistas, los jóvenes aportaron otros comentarios sobre las razones por las que prefieren que sus padres no tengan acceso a todas sus publicaciones. Al respecto Jesús mencionó lo siguiente: *“un coto [fiesta], publicas una foto en un coto, y no la pueden ver tus... familiares [...] es como que sales en una foto en la que estás bebiendo de dos botellas diferentes, y... por ejemplo, te dicen 'mijo, qué es eso'”*. Esto significa que los jóvenes no desean que sus padres se enteren de algunas de las prácticas juveniles que exhiben en Facebook, prácticas que seguramente serían reprobadas por sus padres (por ejemplo, el consumo excesivo de alcohol en fiestas de adolescentes).

Más adelante Jesús puso el siguiente ejemplo: *“Por ejemplo, mi mamá que me vio una foto con el humo en la boca, pinche regañiza [...] ahí andábamos los 3 en una banqueta, haciendo donas de humo”*. El joven mencionó haber subido la foto a su Facebook sin revisar antes la configuración de privacidad (lo que implica que cualquier persona con una cuenta de Facebook la podía visualizar), y que por ello su madre descubrió la foto, a pesar de no tenerla agregada como contacto: *“mi mamá me stalkeaba, yo en ese momento no la tenía, y no sabía [que me stalkeaba]”*.

Es interesante observar que la *vigilancia/supervisión* es otro de los usos que se le puede dar al *stalkeo*, en esta ocasión practicado por la mamá del joven. Jesús mencionó también el caso de un tío que le comentó una foto del año 2012, lo que significa que había revisado sus fotos hasta llegar a ese año, o, en otras palabras, que lo había *stalkeado*.

Sobre mantener publicaciones privadas de sus padres, Mario coincidió con el argumento de Jesús: *“Pues sí, más bien sería para eso, para cuando estás bien pedo, subes una foto y... y si no andan hablando ahí de ti después”*. El comentario anterior refuerza la opinión de Jesús, sobre evitar la vigilancia de los padres y dejar fuera de su alcance contenido comprometedor de la red social, con el objetivo de evadir el regaño y/o la desaprobación. Al preguntarle a Mario qué pasaría si su familia viera las publicaciones que esconde de ellos, el joven comentó lo siguiente: *“Hablan mal sobre ti”*.

Karla pareció mantener la misma opinión que sus compañeros, pues mencionó: *“Sí, yo digo que más bien es como para fotos y... pues sí, para que no se enteren, para que no te digan nada, no te regañen”*.

En la cuarta entrevista, los jóvenes (Jesús y Lorenzo) reiteraron que cuando hacen publicaciones privadas, suelen hacerlas para que su familia (en específico la madre) no vean lo que publican. Ello porque sus padres los interrogarían sobre el contenido publicado, y luego tendrían que dar explicaciones de tal o cual acto: *“luego hace preguntas”* (Lorenzo), *“Ajá, luego hace preguntas de ‘¿y quién es esta morra?’, ‘¿quién es este?’”* (Jesús), *“Ajá, y qué flojera explicarles”* (Lorenzo). Esto significa que los jóvenes también bloquean a sus padres porque desean mantenerlos lo más lejos posible de su vida social en la preparatoria.

Durante la misma entrevista, Jesús comentó la experiencia de su hermana menor: *“O por ejemplo, me etiquetan en una foto y luego salgo con una botella, o algo así, ‘¿qué es eso?’, y cosas así, pero pues a mí no me ha pasado eso, lo bueno, a Paloma sí, con todo [...] con vodka, con botellas, con todo wey [...] la regañan a cada rato y no la dejan salir, pero pues siempre se escapa”*. Esto implica que para los jóvenes, uno de los mayores peligros, en cuanto a la invasión de la privacidad en Facebook se refiere, lo representan los padres, pues son la autoridad más cercana, y quienes pudieran darles castigo por los actos que, a los ojos de sus padres, son “indebidos” o “inmorales”.

Cabe recordar que durante la juventud el adolescente se embarca en la búsqueda de su identidad. Al tratarse de una búsqueda individual, es común que el joven trate de distanciarse lo más posible de sus padres para “encontrarse consigo mismo”, manifestando en el proceso actitudes, opiniones y conductas rebeldes y hasta opuestas a las de sus padres o tutores. Es en este proceso que los jóvenes prefieren mantener sus conductas lejos del ojo vigilante de los padres, pues suponen que varios de estos comportamientos (muy probablemente) serían desaprobados por sus padres, e incluso los harían acreedores de un castigo.

Un comentario expresado por Karla sirve para ejemplificar lo anterior: *“A mí... pues no sé, yo digo que sí me regañarían [...] Ajá, pues es que... todos nos portamos de una manera diferente en la presencia de nuestros padres, y pues ya sería como ‘Ay, yo no te conocía así’”*. En este comentario aflora el choque de roles que la no regulación de la privacidad en Facebook pudiera provocar entre los adolescentes y sus padres.

Al preguntarle a los jóvenes sobre hacer publicaciones privadas para otras personas que no fueran sus padres, Jesús mencionó el siguiente comentario, muy útil para dilucidar una arista de la comprensión juvenil sobre la privacidad: *“nadie lo pone [sus publicaciones] en privado porque pues no hay mucho que quieran esconder, no tengo nada que esconder, así*

que...” (Jesús). Para el criterio de los jóvenes, el no tener nada que esconder (o nada con lo que los puedan *quemar*) es suficiente para exhibir su información personal en Facebook.

Justo a continuación del comentario anterior, Lorenzo agregó lo siguiente: “*O quieren que las vean, porque también las morras suben fotos medio en cueros*”. Jesús coincidió con lo expresado por Lorenzo, y añadió el ejemplo de una amiga suya que le enviaba fotos de sus piernas. Nuevamente los jóvenes demuestran que, desde su percepción adolescente, las mujeres poseen valor sobretodo por sus cualidades sexuales.

4.1.5 Tumblr: un espacio virtual ultra privado

A continuación, describiremos un caso muy particular en esta investigación, de gran utilidad para explorar por qué los jóvenes perciben a las redes sociales como espacios de libertad de expresión y construcción de la identidad privados, fuera del ojo vigilante de los padres, e incluso, de los amigos. Con el siguiente ejemplo el lector podrá dilucidar con claridad cómo algunos jóvenes perciben, entienden y utilizan su privacidad en el contexto digital actual.

Durante la segunda entrevista grupal, y siendo Mario quien estaba por responder la pregunta sobre el bloqueo de los padres, el joven emitió comentarios muy interesantes sobre su uso de la red social *Tumblr*. Siendo la segunda red más utilizada por el joven (después de Facebook), *Tumblr* resultó ser la red social con la que el joven dijo sentirse más cómodo, debido a las posibilidades de ejercer su libertad de expresión en esta red sin tener que rendirle cuentas a nadie (por ejemplo, a sus padres). En otras palabras, *Tumblr* es visualizado por el joven como un espacio donde puede proyectar “su verdadero yo” al mundo con total libertad.

Al preguntarle al joven que pasaría si sus padres tuvieran acceso a su *Tumblr*, Mario respondió: “*Me mandan a un psicólogo, o algo así*”. A continuación, se le preguntó al joven el porqué de esa respuesta, y se le cuestionó por el tipo de contenidos que compartía en esa red social: [...] *pues no sé, son como cosas acá bien... suicidas, o... deprimentes pues... [...] Ajá, y son cosas que... como los alertarían pues [...] o no entenderían*”. Esto refuerza la idea de que los jóvenes, al ir en búsqueda de su identidad durante la adolescencia, prefieren establecer una distancia entre el *rol familiar* y el *rol juvenil*, con el objetivo de evitar ser juzgados y tener ese espacio digital de libertad dónde buscarse, encontrarse y construirse a sí mismos. Así pues, en *Tumblr* Mario siente que puede exhibirse como realmente es, sin miedo a ser víctima de prejuicios o reclamos.

Respecto al comentario de Mario, Jesús añadió el siguiente comentario: “*De hecho una publicación de una amiga flaquita me acuerdo que decía “Mi relación con mis padres*

sería muy diferente si vieran mi Tumblr". Este ejemplo, de nuevo, ayuda a evidenciar la brecha entre lo que los usuarios de *Tumblr* desean mostrar y ocultar a los padres.

Más adelante, Mario mencionó que en su cuenta de *Tumblr* ni siquiera lleva su nombre, sino un alias: *"(tenerlo con tu nombre) ya es para llamar la atención, yo nunca me haría un Tumblr con mi nombre"*. Además, menciona que no tiene a ningún amigo ni conocido agregado (a excepción de dos compañeras que hurtaron su celular a escondidas y se agregaron), y que considera a este espacio como *"su aparte"*. Esto significa que el joven contempla a *Tumblr* como un espacio muy íntimo, tanto que ni siquiera sus amigos pueden tener acceso a él.

Mario describe a *Tumblr* como una plataforma donde el contenido que se visualiza regularmente es *rebloggeado*, lo que es lo mismo que la opción de *compartir* en Facebook: *"...es que también depende de a qué persona sigas pues, porque, por ejemplo, es como... te salen las publicaciones que hace una persona, o sea, las que rebloggea, pero puedes seguir a puras personas así normales, y salen las cosas que tú quieres ver pues [...] Así que tú decides qué ver, tú escoges tu contenido"*. Esto quiere decir que es menos común que el contenido visualizado en *Tumblr* sea de autoría personal, sino que, al contrario, por lo general se construye el perfil digital con contenido subido por otros usuarios. Sin embargo, esta red no deja de pertenecer a los sitios virtuales de la Web 2.0.

4.2 El significado de la privacidad en relación a los límites de la exhibición

4.2.1 Primeras reflexiones sobre la privacidad

Durante la segunda entrevista (Jesús, Mario y Karla), se les preguntó a los jóvenes qué consideraban como algo privado, cuestión planteada para comprender los límites de la extimidad en Facebook percibidos por los jóvenes, e introducir un tema clave para esta investigación: la transgresión e invasión de la privacidad.

Durante la segunda entrevista grupal, una primera observación fue que los jóvenes manifestaron bastantes problemas para dar ejemplos concretos de algo que ellos considerasen privado. Después de reflexionar por unos minutos, la primera respuesta de Jesús fue *"problemas con tu pareja"*. Mario, sin mucha seguridad y más como pregunta que como afirmación, mencionó: *"¿Tu ubicación?"*.

Más adelante, los jóvenes mencionaron *el cuerpo* como algo que pudiera ser privado, pero de igual manera, lo comentaron sin mucha seguridad. La observación de las dificultades de los jóvenes para dar con el significado de un concepto tan importante, hizo que surgieran nuevas preguntas, planteadas a continuación.

Al preguntarles a los jóvenes qué sería para ellos un *espacio privado*, también tuvieron dificultades para responder. Jesús opinó que un *café* (en referencia a un café Internet), pero Mario respondió que eso no era algo privado, y luego comentó, a manera de pregunta, si un *hospital* sería un espacio privado, pensándolo como un lugar donde se viven situaciones personales muy fuertes. Jesús mencionó el hogar: *“Mi casa. Depende. Si está sola”*, pensándolo en la posibilidad de publicar en redes que su casa estuviera sola (o próximamente fuera a estarlo). Karla coincidió con Jesús y mencionó *“Ajá, que a veces publican 'casa sola'”*. Esto parece indicar que para los jóvenes lo privado aflora cuando la posibilidad de ser profanado se hace presente, no cuando es exhibido.

4.2.2 Lo más privado en Facebook: transgredir los límites de la exhibición

Durante esta parte de la entrevista, una pregunta clave que se le realizó a los jóvenes fue qué era lo más privado que creían poder llegar a saber de alguien a través de Facebook, cuestionamiento realizado con el objetivo de ver si un concepto más claro de la privacidad afloraba con estas reflexiones. La primera en responder fue Karla: *“Es que ahorita ya publican todo, y a mí lo que se me hace privado, que no deberían de publicarlo es tu situación... así como que... sentimental [...] como que “ay, que me siento mal”, o así, se me hace como que... ¿para qué lo publicas si es tuyo nada más?”*. Lo mencionado por Karla recae, nuevamente, en una de las categorías de Winocur sobre los significados de la intimidad para los jóvenes: la situación sentimental, contenido que Jesús también delimitó como algo privado en el apartado anterior.

Karla extendió inmediatamente su comentario agregando un ejemplo: *“Por decir, una amiga de mi mamá siempre... pues siempre tiene problemas con su esposo, y siempre lo publica, siempre, siempre [...] Y le digo 'má, deberías de decirle que no lo publique', pero así siempre, y eso es algo que se me hace muy personal”*. En este caso, Karla dejó muy claro que la exhibición de los problemas personales (y la situación sentimental) es una práctica que, desde su punto de vista, transgrede los límites de lo que se puede y no se debe llevar al espacio público a través de Facebook. Sin embargo, habría que aclarar a qué profundidad, o qué tipo de sentimientos son a los que se refiere la joven.

Al respecto, Jesús recordó el caso de su compañera Liliana: *“Como la Liliana wey, que pone 'ay, estoy tan triste, consuélénme' [...] es una falta de respeto que ande haciendo eso [...] Por ejemplo lo del Orlando (que en paz descanse), que la Liliana se la pasa publicando, o sea, por respeto debería andar dejando de publicar eso para que... o sea, su familia todavía lo tiene en Facebook para ver las fotos de vez en cuando, pero la morra sigue haciéndola de pancho, así como 'ah, estoy tan triste, quiero que todos me vean triste'. Es algo grueso”*.

La opinión de Jesús respecto al caso de Liliana refleja la postura del joven frente a la exhibición de este tipo de sentimientos en una situación como la descrita. El joven desaprueba la actitud de Liliana, al grado de llamarla una *“falta de respeto”* ante lo que para él representa un límite de la extimidad. Vale la pena detenernos un momento en este caso concreto, pues es un ejemplo muy representativo de lo que los jóvenes consideran un exceso de la extimidad.

Fue durante la primera entrevista semi-estructurada que el joven habló por primera vez de Liliana. En aquel encuentro, Jesús describió el caso de la joven referida, quien en su opinión utilizó el deceso reciente de su pareja —Orlando, excompañero de Jesús— como *técnica para tumbar likes*: *“Bueno el pedo es que Liliana era la ex-novia de Orlando. Esa morra es... tiene 1600 likes en una de sus fotos, y es la morra como que... todos quieren dársela. Y como tiene cuerpo de 18 y tiene 15, pues ya sabrás. O sea, está enana, pero tiene, tiene atributos [...] Bueno, el pedo es que hubo fila para consolarla [...] es lo más triste. Se la pasó publicando fotos de “Ay te extraño”, y todos los tipos detrás de ella diciendo “Ay no te preocupes, aquí estamos, aquí estamos”. ¡O sea, podías estar bajando un buen rato [en Facebook] y leyendo los comentarios que eran un montón!*

En opinión de Jesús, el hecho de que Liliana expresara —a través de múltiples publicaciones en Facebook— un estado emocional íntimo (como lo es el luto y el extrañar a un ser querido fallecido) con tanta frecuencia tenía el único objetivo de *tumbar likes*: *“ella hizo eso porque todo es cuestión de que va a tumbar likes [...] Ella lo que hizo fue publicar esa foto, por la que sabía que como había pasado una desgracia, ella podía aprovechar, y aprovechaba y podía tumbar likes por la pena de alguien [...] O sea, en vez de guardar silencio e ir al funeral y todo eso, algo decente y discreto, no, se la pasó llenándole su Facebook para que todos se dieron cuenta, para que todos recordaran todavía más el pedo”*.

Jesús mencionó que Liliana es una chica muy atractiva, por lo que muchos hombres la cortejan y por ende, en opinión del joven, ella sabe que *“cuando publica eso, todos los tipos van a ir a consolarla de inmediato”*. Cabe destacar que, según Jesús, el interés manifestado por los hombres en las diferentes publicaciones de Liliana era meramente sexual.

Durante la segunda entrevista el caso de Liliana volvió a salir a flote, y Mario coincidió con Jesús en la actitud hacia las publicaciones de la chica sobre la muerte de su ex pareja. En opinión de Mario, las publicaciones de la joven tenían el fin de atraer la atención de los hombres, quienes a su vez, en realidad sólo buscaban acercarse a ella para tener relaciones sexuales: *“en verdad todo es mentira wey, sólo se la quieren coger”*.

Es en este caso que Jesús se muestra sumamente indignado por las acciones de Liliana, pues le parece un acto irrespetuoso el convertir la muerte de su excompañero en una excusa para llamar la atención y tumbar likes, sobretodo siendo que la muchacha llevaba tan poco tiempo de relación (un mes de noviazgo).

Cabe aclarar que en esta investigación sólo lidiamos con una interpretación de la historia — la de los adolescentes varones entrevistados—, por lo que queda pendiente acercarse a jóvenes que expresen este tipo de dolencias a través de Facebook para explorar sus propias versiones y opiniones. Ello podría ayudarnos a resolver dudas como las siguientes: ¿Los comentarios de Liliana realmente tienen una doble intención (la de llamar la atención), o sólo buscaba expresar una pena a través de Facebook en busca de consuelo? ¿Qué otras interpretaciones hay al respecto de este tipo de actos?

Continuando con lo más privado en redes, durante la tercera sesión grupal se les preguntó a los jóvenes lo mismo: qué era lo más íntimo que, en su opinión, podían llegar a saber de alguien a través de Facebook. Ambos entrevistados (Jesús y Lorenzo) coincidieron en que la familia y la relación sentimental era la información más privada que habían visualizado hasta el momento: *“Ajá, por ejemplo, la... una que se llama... es una de pelo chino... ah, se me fue su nombre... ¡Hortensia! [...] Esa morra se la pasa publicando 'ay, estoy triste, ay, me siento mal, estoy sola, nadie me quiere [...] es muy así de que 'ay, que triste estoy, vengan a consolarme'”* (Jesús). Esta opinión es parecida a la comentada por el mismo joven sobre Liliana.

Lorenzo, por otro lado, comenta que en cierta ocasión accedió al Facebook de la mamá de una amiga suya, luego de que ésta comentara una foto de su hija en la red social: *“ya con eso puedes entrar al Facebook de su mamá, y ver qué tiene”*. Esto reitera que, para algunos jóvenes, la familia es algo que debe quedar fuera del escrutinio público, y que poder acceder al perfil de un padre (o madre) de familia es un acto de acceso a información privada.

Al respecto, Jesús complementa la anécdota de Lorenzo añadiendo otra experiencia similar entre el mismo grupo de amigos: *“Como el Mario, por ejemplo, con la Karla, que se puso a stalkear a la Karla”* (Jesús), *“Ajá, y luego, y anda quedando con una y habla con su mamá”* (Lorenzo), *“O sea, le habla a su mamá”* (Jesús), *“Ajá, y luego que le pone como 'su hija no me quiere', y no sé qué”, “No, y luego 'oiga, ¿no me puede mandar una réplica?', '¿de qué?', 'De la llave del corazón de su hija'”* (Jesús).

Una observación interesante es precisamente la relación que Mario mantiene con la mamá Karla a través de las redes, sobre lo que el joven comentó lo siguiente: *“Yo hablo con la mamá de Karla [...] Le pedí permiso primero, que si podía ser su novio [...] me dijo que... era decisión de ella, que no le podía decir nada, sólo que sus sentimientos estuvieran bien*

definidos y no sé qué [risas] Y yo de “Ah, okay” [risas] ”. Esto marca una clara renovación en la interacción entre el pretendiente y los padres de la pretendida, facilitada por la dinámica de comunicación de las redes sociales.

De la situación anterior podemos señalar el siguiente hallazgo. Por un lado, hay jóvenes que no están muy cómodos con la idea de que sus amigos accedan a los Facebooks de sus padres, pues ven en ello una invasión a su vida privada, quizás porque su vida familiar es algo que mantienen aparte de la apariencia que desarrollan en Facebook con sus amigos de la escuela. Sin embargo, del ejemplo de Mario y la mamá de Karla podemos concluir que no todos los jóvenes tienen problema con que sus amistades de la escuela entren en contacto con sus familiares. Además, pareciese que las mujeres (en este caso, Karla) estuviesen más cómodas con la integración de sus padres a su identidad digital, pero habría que investigar más para sacar conclusiones contundentes.

Más adelante, Karla mencionó que para ella la exhibición del interior del cuarto (o habitación) personal también pudiera suponer un ejemplo de privacidad exhibida en redes. Sin embargo, por como describe el caso, este tipo de exhibiciones parece estar completamente normalizado entre los jóvenes, más que suponer una transgresión de los límites de exhibición: *“Igual hay muchas que suben fotos que están acostadas, de sus piernas para abajo, y ahí se ve el cuarto”.* Lo anterior pudiera significar que los jóvenes no tienen problema con exhibir el espacio más privado de sus casas: su habitación.

Un caso de exhibición muy particular es el de la proyección virtual de la relación de pareja. Al preguntarles a los jóvenes si tenían amigos o conocidos suyos con una relación de pareja en Facebook, los entrevistados utilizaron distintos términos para describir a este tipo de amistades: *“Los hecha miel”* (Jesús), *“Los más empalagosos”* (Mario). Además, agregaron el ejemplo de Arnulfo Mondragón, quien al iniciar su relación amorosa publicaba junto con su pareja que *“ya se iban a casar”*. Al respecto, Lorenzo comentó lo siguiente: *“Para empezar tenían como menos de un mes, y cada día publicaban “ay mi amor”, y no sé qué, y luego acá, “nos vamos a casar”, y cosas así”.*

Este ejemplo en particular está estrechamente relacionado con la nomenclatura de exhibición de la intimidad propuesta por Winocur. En esta ocasión, el caso descrito pertenece a la categoría de “publicación de un estado emocional/sentimental”. Según los jóvenes, es común que los adolescentes publiquen contenido sobre el progreso de sus relaciones amorosas.

Continuando con los límites de la exhibición de lo privado en Facebook, durante la tercera entrevista Karla comentó un caso muy interesante: *“Por ejemplo, una vez... tengo una amiga que sube fotos con nosotros, y [...] este, me llegan un chingo de solicitudes cuando ella sube fotos, le digo, entonces [...] me llegó una solicitud una vez de una foto de perfil de un muchacho que como que acababa de tener relaciones con su novia, y estaban*

acostados, y como que se tomaron una foto, y yo '¡No manches!' [...] O sea, no traían ropa, y estaban así como que acostados tomándose una foto, y yo de “no...”, y la tiene de perfil [...] En serio eso ya, como que ya es demasiado”.

El ejemplo de Karla ilustra lo que para ella representa un límite en la exhibición de la intimidad en Facebook. El desagrado que la joven manifiesta ante la foto de perfil del desconocido que la agrega evidencia que mostrar el cuerpo desnudo (o semi-desnudo) representa para ella una exhibición que “*ya es demasiado*”. Sin embargo, el ejemplo también ilustra que algunos jóvenes no tienen problema alguno con notificarle a toda su red de contactos que acaban de tener relaciones sexuales. Esto sólo reitera que los límites de la exhibición de la privacidad a través de las redes sociales son muy relativos entre los jóvenes.

A partir de los comentarios de Karla, Jesús retoma el tema de las muchachas *tumbando likes* al exhibir partes de su cuerpo (en este caso, piernas y glúteos), elementos que anteriormente fueran señaladas por Mario como algo “posiblemente” privado: “*la Nidia, me acuerdo que una vez subió una foto que ella estaba acostada y nomas se le veían las nalgas [...] Que se están bronceando, y para acabarla la foto tiene como trescientos y algo, más que cualquiera de sus fotos*”.

Al respecto, Karla también mencionó una foto de una amiga llamada Lizbeth, donde sale agarrándose los pechos, con lo que al parecer logró *tumbar* mil y tantos likes. De aquí se desprenden varias incógnitas específicas sobre la privacidad del cuerpo: ¿Exhibir el cuerpo es considerado como un acto de extimidad?, ¿El cuerpo sigue siendo considerado algo íntimo, mas exhibirlo no es una transgresión de la privacidad? ¿Cuál es el límite de exhibición del cuerpo aceptado por los jóvenes en el contexto adolescente?

Estas preguntas quedarán pendientes en esta investigación. Los datos aquí presentados nos llevan a pensar que los jóvenes no tienen problema alguno con exhibir su cuerpo en redes. Sin embargo, también hay ciertos límites dentro de lo socialmente aceptado, pues exhibir el cuerpo completamente desnudo (o exhibir las partes íntimas) son un acto totalmente desaprobado.

4.3 El significado de la privacidad con relación a su invasión

4.3.1 Significado de la privacidad con relación a invadir la ajena

Continuando con las percepciones de los jóvenes sobre la privacidad, durante la segunda entrevista grupal se les preguntó a los participantes si pensaban haber invadido alguna vez la privacidad de alguien a través de Facebook. Ante la pregunta, los jóvenes coincidieron en haberlo hecho, sobre todo al momento de entrar al perfil de alguien y *stalkearlo*: “*Mmm,*

supongo que para chismes [...] Por ejemplo, si andan diciendo que es bien puta, o si estuvo en tal lugar, en un coto o lo que sea” (Jesús), “Ajá, vas acá a su perfil, y ahí te fijas en las fotos [...] nada más revisando su perfil, como ahorita, estoy viendo su perfil, por lo mismo [...] Mmm, pues... pues si lo subes pues no creo que ellos piensen que es privado, ¿no? O sea... es como... les vale... (Mario)”.

Los comentarios anteriores evidencian que los jóvenes saben y reconocen que la información que suben a su perfil puede ser de carácter privado, sin embargo, no tienen problema con hacer público este tipo de contenidos mientras no transgredan ciertos límites.

Al mismo tiempo manifestaron una opinión paradójica, pues dijeron invadir la privacidad de un contacto al *stalkearlo*, pero por otro lado, Mario comentó que seguramente los usuarios no consideran el contenido como algo privado ya que lo hacen público.

Karla, a su vez, mencionó que una invasión de la privacidad podría ser el tomarle una foto a alguien y publicarla en su perfil (o en algún otro espacio virtual) sin su consentimiento: *“Yo digo igual que... tú tomando la broma le publicas una foto, y... a lo mejor para él es muy privado, y pues tú a lo mejor no te das cuenta, y lo haces público”*. Esto se relaciona con lo que los jóvenes mencionaron antes sobre hacer *memes* de algunos compañeros con fotos que les han tomado sin que se den cuenta, y con el tema de la omnipresencia de las cámaras en el contexto escolar.

Durante la tercera entrevista grupal, se les volvió a preguntar a los jóvenes si creían haber invadido alguna vez la privacidad de alguien en Facebook. Jesús fue el primero en responder: *“Sí, stalkeándola (en referencia a los contactos que ya tiene agregados) [...] Ya revisas su muro a cada rato para ver 'que siga soltera, que siga soltera' [...] Como que 'día siete, sigue soltera, subió una foto nueva' [...] Como darle un seguimiento para ver qué onda”*. A continuación Lorenzo agregó lo siguiente: *“Ajá, para ver que no ande quedando con alguien [...] para ver qué onda [...] dónde vive, con quién se junta”*.

Esto demuestra que la delimitación de lo privado, para los jóvenes, no es del todo clara, pues en entrevistas anteriores mencionaron que en el momento de hacer algo público en Facebook ello pierde su cualidad de privado, sin embargo, con sus comentarios demuestran que a la vez consideran que invaden la privacidad de sus contactos cuando los *stalkean*. Además, con las respuestas a esta pregunta los jóvenes establecen una clara equiparación de la invasión de la privacidad con el *stalkeo* del perfil de las muchachas que les atraen.

De los comentarios anteriores es de sorprender que los jóvenes consideren el *stalkeo* como una práctica común, al grado de bromear sobre ello como si fuese una cosa más de su rutina (*“día siete, sigue soltera, subió una foto nueva”*). Pareciera que para los adolescentes, darle *seguimiento* a una persona a través de sus publicaciones en Facebook (por ejemplo, a una

chica que les despierta interés) fuese algo completamente normalizado en su contexto: acosar a un contacto virtual es socialmente aceptado entre los jóvenes.

4.3.2 Significado de la privacidad con relación a que la propia sea invadida

Al continuar con la indagación sobre el significado y los límites de la privacidad, los jóvenes respondieron que considerarían una invasión a su privacidad el que revisasen su celular sin su consentimiento: “Sí, porque hay cosas que no quieres que vean (Mario)”. Con respecto a lo anterior, Jesús coincidió con Mario y agregó: “Como el chat, por ejemplo [...] o el historial de búsqueda de alguien”. Karla, por otro lado, mencionó: “O igual las fotos”, refiriéndose a las fotos tomadas con el Smartphone pero no subidas a ninguna plataforma social.

Una observación importante de los comentarios anteriores es que, para los jóvenes, uno de los lugares donde reside la intimidad nuclear —aquella que los jóvenes no desean ver vulnerada ni exhibida— es en espacios virtuales como los chats, espacios de mensajería privada donde conversan con amigos, conocidos y familiares. Ello refuerza la idea de que el perfil masivo proyectado en los espacios públicos de Facebook (como el muro o el perfil personal) es más una *apariencia con alto grado de falsedad* (identificable por los mismos jóvenes), que una proyección real de la información considerada por los jóvenes como privada/intima.

Con relación a esto, se les preguntó a los jóvenes qué considerarían ellos como “información privada”, a lo que Jesús respondió con un ejemplo de su invasión: “por ejemplo, que se metan a mi celular y se pongan a tomarse fotos y ver mi galería y así”. Sobre lo anterior, Jesús también añadió un comentario que exhibe los límites del acceso a la información privada: “déjame ver si aquí tengo esas fotos... nomás déjame ver si todavía las tengo, porque dije 'un día esa vieja me va a agarrar el celular y voy a valer' [...] Ajá, me va a torcer, de hecho ya me han torcido varias veces [...] De que me encuentran fotos de otras que también andaba quedando conmigo, por ejemplo, Larissa García, siempre se la pasa enviando fotos”.

Con lo anterior el joven entrevistado deja entrever que si alguien (en este caso, una compañera) tuviera acceso a aplicaciones del celular como la galería de fotos, sentiría que habrían invadido su privacidad, y terminaría siendo expuesto (o “torcido”) por el invasor. Esto nuevamente posee amplia relación con lo mencionado por Winocur en el marco teórico, donde explica que los jóvenes sienten vulnerada su intimidad cuando es profanada, no cuando es exhibida por ellos mismos.

Al cuestionarles a los jóvenes qué pensarían si sus padres vieran su Facebook, ambos

consideraron que ese acto sería una *invasión de la privacidad*. Nuevamente, Lorenzo comentó que el problema con ese acto sería el posible “regaño” de los padres, al ver el (o los) rol(es) que su hijo desempeña cuando está con sus amigos y conocidos, que entrarían en conflicto con el perfil que los padres perciben de su hijo.

Esto nos lleva a pensar en las categorías de intimidad expuestas por Winocur en el marco teórico (intimidad como un espacio, como los sentimientos, como problemas personales y como pensamientos). Pareciera que los espacios privados, como el interior del hogar o el cuarto personal, hubieran sido despojados de su cualidad privada en el contexto juvenil al ser exhibidos con normalidad. Mientras que, por otro lado, lo que los jóvenes consideran algo extremadamente íntimo son las conversaciones privadas realizadas a través de las diferentes redes sociales.

Siguiendo esta línea de pensamiento, podemos observar que los jóvenes tienen una especie de *jerarquía de la intimidad/privacidad*, la cual determina el grado de exhibición de la privacidad aceptable para los jóvenes. El chat y el historial sería información que los jóvenes prefieren mantener *privada*, al igual que algunas fotos que desean mantener fuera de la vista del público, mientras que la exhibición del cuerpo, el cuarto, el hogar y las relaciones interpersonales es algo aceptado socialmente.

Durante la tercera entrevista grupal, se les preguntó nuevamente a los jóvenes si pensaban que alguien alguna vez había invadido su privacidad en Facebook, a lo que los chicos respondieron con ejemplos, siendo Jesús el primero: *“Un tipo que me stalkeó, según porque me quería vender un celular, yo estaba en un grupo de ventas y pues, le dije 'no pues quiero comprarle otra tarjeta lógica' a un Android que tenía, porque se me rompió, y pues el tipo me stalkeó porque quería todos mis datos para que la venta fuera segura. Y ya me llamó por teléfono y ya como que me asusté... [...] pero haz de cuenta que ya lo bloquee cambié toda mi información [...] Toda la información de publicación, y amigos y todo eso, y ya pues también bloquee al tipo y cambié mi número telefónico, porque dije 'Si un tipo así puede saber qué onda, pues yo mejor ahí le dejo'”*.

A partir de la anécdota narrada por Jesús, se puede observar aquello que los jóvenes mencionaron tiempo atrás, sobre haber aprendido a controlar la exhibición de su privacidad a partir la experiencia y el error. En este caso, después del acto descrito por Jesús, el joven decide cambiar todas las opciones de seguridad y privacidad de su Facebook para que sólo sus contactos puedan acceder al contenido publicado, y evitar de esta manera que gente desconocida lo “stalkee” como lo hiciera el hombre descrito en su historia.

Continuando con las respuestas a esta pregunta, Lorenzo fue el siguiente en narrar una experiencia propia: *“Yo... no, pues, me acosaron una vez, porque tenía un tipo que se llamaba “André” o algo así, que me ponía ‘Ey, papasito, ven a mi casa, vamos a coger’, y luego me decía “soy gay y no sé qué”, y lo bloquee”*. En contraste con el caso expuesto por

Jesús, el relato de Lorenzo habla de un contacto que ya tenía agregado, pero seguía siendo un desconocido. Es cuando el contacto le sugiere tener relaciones sexuales a Lorenzo que él siente que su privacidad está siendo, de cierta manera, invadida. Nuevamente, tras la mala experiencia, el joven aprende que debe ser más cuidadoso con las personas a las que acepta en su Facebook.

Lo anterior reafirma que los jóvenes han aprendido a regular su privacidad en Facebook a partir de experiencias personales, situaciones que los han llevado a tener que aprender cómo regular las funciones y opciones de privacidad y seguridad en esta red social. Estas regulaciones pueden ser: regular la seguridad de lo que puede ser visualizado en el perfil digital por un usuario desconocido; regular si las publicaciones son privadas para algunas personas o completamente públicas; ser más precavido con los contactos agregados; bloquear contactos no deseados. Cabría concluir que las respuestas de ambos jóvenes indican que para ellos, una invasión de la privacidad representa que un desconocido tenga acceso a su perfil de Facebook.

4.4 Conclusiones cuarto capítulo

Los jóvenes utilizan las diversas funciones de Facebook para regular la exhibición del contenido que comparten en esta red, segmentando con ello las fronteras entre sus múltiples públicos. Esto lo hacen a través de tener varias cuentas en Facebook, usar los grupos privados y secretos, restringir la visibilidad de sus contenidos a los contactos agregados y desconocidos, así como a través de la opción de “bloqueo”.

Los controles para regular los contenidos a las audiencias varían entre los adolescentes, si bien la mayoría suele publicarlo todo para sus audiencias totales que rondan entre 500 y 1000 contactos.

El uso de grupos y cuentas diferentes son un mecanismo clave en el control de la extimidad, pues representa una estrategia juvenil para establecer barreras de privacidad y evitar que los diferentes roles desempeñados en los distintos grupos sociales entren en conflicto: cada espacio tiene un uso y un público distinto, y traspasar esos límites (por ejemplo, mezclando a los miembros de los diferentes grupos o cuentas) crearía problemas por las contradicciones de las diversas apariencias proyectada en las redes.

Una de las razones principales para separar a los padres de la vida virtual (por lo general a través de la opción de bloqueo) es ocultar prácticas juveniles que serían reprobadas y castigadas por la vigilancia (stalkeo) de los tutores. De esta manera, fuera de la jurisdicción de los padres, los jóvenes pueden construir con mayor libertad su identidad sin temer a ser juzgados por las figuras de autoridad familiares.

Un espacio íntimo particular en la Web 2.0 es Tumblr, donde los jóvenes sienten que pueden proyectar “su verdadero yo” al mundo con total libertad, pues ninguna de sus relaciones personales fuera del mundo digital tiene acceso a su perfil en esta red social, e incluso utiliza un alias para evitar ser reconocido.

De esta división de espacios para cada audiencia podemos concluir que los jóvenes no manejan una sola *apariencia* en Facebook y el resto de las redes sociales, sino que se ven obligados a utilizar diferentes herramientas digitales para que la proyección particular de su persona llegue a públicos específicos sin entrar en una especie de *contradicción identitaria*.

Los jóvenes reconocen que la información que suben a su perfil puede ser de carácter privado, sin embargo, no tienen problema con hacer público este tipo de contenidos mientras no transgredan ciertos límites. Al mismo tiempo piensan que seguramente los usuarios no consideran el contenido como algo privado ya que lo hacen público.

Para los jóvenes la información privada es la de carácter sentimental delicada o desdichada, y consideran que su exhibición representa una trasgresión de los límites tolerables de la extimidad. La información familiar también es considerada por algunos jóvenes como algo que debe permanecer fuera del escrutinio público, igual que mostrar el cuerpo desnudo o semi-desnudo, si bien cabe aclarar que estos criterios son muy relativos entre los grupos juveniles.

Una invasión de la privacidad es tomarle una foto a alguien y publicarla en un espacio virtual sin consentimiento. Otra invasión es que revisen su celular sin su consentimiento, o que un desconocido tenga acceso a su perfil. Estos casos confirman la tesis de Winocur, que señala que los jóvenes sienten vulnerada su intimidad cuando es profanada, no cuando es exhibida.

Los jóvenes parecen equiparar la invasión de la privacidad al “stalkeo”, una práctica juvenil cotidiana que implica acosar a un contacto virtual a través de estar al pendiente de cada una de sus publicaciones, acción socialmente aceptada entre los jóvenes, si bien se desarrolla de forma discreta.

Para los jóvenes uno de los espacios virtuales donde reside la intimidad nuclear —aquella que los jóvenes no desean ver vulnerada ni exhibida— son los chats de mensajería privada, donde conversan con amigos, conocidos y familiares. Ello refuerza la idea de que el perfil masivo proyectado en los espacios públicos de Facebook (como el muro o el perfil personal) es más una *apariencia* con alto grado de falsedad que una proyección real de la información considerada por los jóvenes como privada o íntima.

Esto nos lleva a pensar en las categorías de intimidad expuestas por Winocur en el marco teórico (intimidad como un espacio, como los sentimientos, como problemas personales y como pensamientos). Pareciera que los espacios privados, como el interior del hogar o el cuarto personal, hubieran sido despojados de su cualidad privada en el contexto juvenil al ser exhibidos con normalidad. Mientras que, por otro lado, lo que los jóvenes consideran algo extremadamente íntimo son las conversaciones privadas realizadas a través de las diferentes redes sociales.

Los jóvenes tienen una *jerarquía de la intimidad/privacidad*, la cual determina el grado de exhibición de la privacidad aceptable para los jóvenes. El chat y el historial representan espacios con información que los jóvenes prefieren mantener fuera de lo público, al igual que algunas fotos personales de sus celulares.

Los jóvenes han aprendido a regular su privacidad en Facebook a partir de experiencias personales, situaciones que los han llevado a tener que aprender cómo regular las funciones y opciones de privacidad y seguridad en esta red social.

5. EL ACOSO Y LA EXHIBICIÓN NORMALIZADOS

Como ya vimos en los apartados anteriores, el contexto digital de los jóvenes, el contexto escolar, los usos de Facebook y la percepción juvenil de la privacidad son elementos entremezclados al momento de explicar un solo fenómeno: la exhibición de la intimidad, la “extimidad” que llevan a cabo las generaciones más jóvenes.

Una vez analizadas las diversas variables contextuales de los escenarios juveniles, en el presente capítulo observaremos cómo el acoso (*stalkeo*) y la extimidad (voluntaria e involuntaria) son prácticas que han sido normalizadas por los jóvenes. Veremos las diferentes formas en las que se manifiesta el acoso y la exhibición, profundizando en algunas aristas ya descritas (o mencionadas) anteriormente, además de abordar otros aspectos que aún no han sido expuestos en este trabajo. Exploraremos, pues, los casos concretos que se entrelazan formando un solo tejido social al momento de describir el control de la extimidad por parte de los jóvenes.

5.1 El acoso del otro: la omnipresencia de cámaras y el stalkeo virtual

5.1.1 Tomar fotos del otro: el acoso visual

Para empezar este capítulo, es necesario que el lector tenga bien presente el carácter de visualización que los jóvenes experimentan en su contexto escolar. Para ello, iniciaremos atendiendo un fenómeno ya descrito: la posibilidad de ser fotografiado y videograbado por un extraño sin darse cuenta, derivado de la omnipresencia de cámaras fotográficas facilitada por los nuevos teléfonos celulares.

Durante las diferentes entrevistas, los jóvenes comentaron que la acción de sacar una fotografía o un video de alguien, sin que este se percate de ello, es una práctica generalizada entre su grupo de amigos —aún a pesar de que jóvenes como Karla consideren este tipo de acciones como una invasión de la privacidad—. Jesús, por ejemplo, mencionó que en ocasiones les ha tomado fotos a sus amigos (sin que se den cuenta) para luego subirlas a Facebook en forma de memes. Sin embargo, el joven también dijo haber realizado el mismo tipo de acciones con personas desconocidas: *“Sí awebo. Digamos que bloqueo el celular... Bueno, digamos que te quiero ver a ti [finge que se toma una selfie, sacando la foto de modo que yo aparezca en el fondo] [...] unos cometen el error de no quitarle el flash, o el sonido, y pues ya se le quedan viendo raro, y tú dices 'Ah, es que te pareces a alguien'”*.

Resulta de gran interés que los jóvenes hayan desarrollado *técnicas* para poder fotografiar y videograbar a un individuo sin que éste se dé cuenta. Esto pudiera representar un aporte

significativo sobre la *percepción moral del acoso* y la invasión de la privacidad ajena en las nuevas generaciones, al representar que para algunos jóvenes este tipo de técnicas son una práctica generalizada entre los actores de su contexto.

Al preguntarle a los jóvenes si después subían las fotografías tomadas a Facebook en este tipo de casos, Lorenzo comentó: *“No, es nada más para ver”*. Jesús, por otro lado, dijo que únicamente se las pasaban entre amigos. Nuevamente resalta la importancia que los jóvenes le dan a la evidencia visual, en este caso, a través del acto de tomar fotografías y crear memes con ellas para enviarlas a sus amigos o publicarlas en Facebook.

Más adelante, los jóvenes mencionaron que las chicas también llevan a cabo este tipo de prácticas: *“También... bueno, tengo una amiga que si mira a un tipo guapo, o nalgón, le toma un putero de fotos”* (Lorenzo), *“No, pero hay morras que son bien calienta huevos, le toman foto a un tipo, digamos que está el tipo así, y le ponen 'ah, ¿de qué marca será su reloj?', y es un tipo nalgón [...] Las mujeres también lo hacen, y más”* (Jesús).

Este tipo de actos, que pudieran ser catalogados fácilmente como acoso, representan una de las tantas aristas del contexto de exhibición y exposición en el que se encuentran inmersos los jóvenes. La predominancia de lo visual/audiovisual ha provocado que se normalice sacar fotografías de cualquiera, sin ver en ello un acto inmoral. Además de esto, el uso que se le da a esta información visual también dice mucho sobre las prácticas de las nuevas generaciones, pues como veremos en los siguientes subtítulos, el chisme, la burla, la exhibición pública involuntaria y la crítica son algunos de los lados más oscuros de la predominancia de la extimidad visual.

5.1.2 Hablar del otro: el chisme, la burla y la crítica

Como pudimos observar a lo largo de los capítulos sobre el contexto escolar y el contexto digital de los jóvenes entrevistados, las redes sociales más populares utilizadas por los adolescentes favorecen que la comunicación se lleve a cabo a través de un proceso dinámico donde la exhibición de información de uno mismo (en su mayoría predominando el formato audiovisual) es indispensable.

El formato de la información puede ser de carácter audiovisual (un video de lo que se está haciendo o viendo), visual (una *selfie* o una foto de lo percibido), sonoro (comunicación oral) o textual (una publicación que narre la acción o pensamiento presente). Estas prácticas de comunicación digital tienen como consecuencia que un fenómeno, llevado a cabo desde mucho antes de la actual revolución tecnológica y comunicativa, haya cobrado nuevos contrastes: nos referimos, pues, al “chisme”.

La presencia de información digital sobre el otro en lo que podríamos denominar un “*banco de datos identitarios*”, accesible a través de espacios privados (como la mensajería de chat) o facilitada por espacios públicos (como el muro de Facebook), y la posibilidad de que esta información sea reproducida en cada pantalla con la viralización del contenido, ha provocado que el chisme sobre el otro (y con ello, la burla y la crítica) cobre nuevas proporciones y matices entre las nuevas generaciones. A continuación, exploraremos cómo los jóvenes describen y manifiestan diversos casos de estos actos, además de ilustrar cómo la exhibición es pieza fundamental de esta práctica.

5.1.3 Hablar de (acosar) chicas: un tema de conversación preponderante

Es indiscutible que los jóvenes pasan mucho de su tiempo libre hablando de lo que ocurre en las redes, en conversaciones que se dan tanto dentro como fuera de las redes. Las mujeres son uno de los temas principales de conversación entre los jóvenes entrevistados. Los chicos hablan de Laura, luego de Tania, de Tania sigue Andrea, para después hablar de Fernanda, y así van apareciendo más nombres a lo largo de todas las conversaciones llevadas a cabo durante las diferentes entrevistas.

Es a través de las redes que los jóvenes van cambiando la mujer que ocupa su conversación, pues mientras consultan sus redes inmersos en sus celulares, comentan con quienes mantienen chats, observan y comparten fotografías de las mujeres que tienen agregadas, y expresan lo atractivas (o repulsivas) que les resultan las mujeres visualizadas. Basta con entrar a su perfil y comenzar a *stalkear* el contenido de su perfil digital.

Hablan de la chica que (se rumora) cometió tal acto sexual, de por qué les atrae (o no atrae) determinada chica, de ex-pretendientes, de lo ridícula que se ve aquella con ese nuevo corte, etcétera. Es importante recalcar que los jóvenes suelen destacar la cualidad sexual por encima del resto al momento de hablar de mujeres. Las redes son para los jóvenes hombres, pues, una vía para informarse y cortejar a las mujeres, a la vez que un escaparate de los cuerpos femeninos.

El chisme sobre las mujeres entre los jóvenes entrevistados permitió dilucidar cómo las redes sociales (Snapchat, Instagram o Facebook) funcionan como máquinas para consultar las diferentes fuentes de información que representan los perfiles digitales de las mujeres que les atraen. En otras palabras, un rostro y un nombre bastan para buscar y encontrar el espacio virtual donde las mujeres construyen su historia personal, accesible a todo el que sea su “amigo” (que, como ya vimos en apartados anteriores, la cantidad de amistades suele ascender hasta mil o más usuarios con acceso al perfil digital, de las que sólo pocas representan relaciones interpersonales con alto grado de confianza).

5.1.4 Enjuiciar a los hombres

Si para los jóvenes entrevistados el chisme de mujeres está cargado de connotaciones sexuales, cuando se trata del chisme sobre hombres aflora la crítica de los aspectos que más valorados por los adolescentes: el aspecto físico, la moda y la popularidad.

Los comentarios que Jesús dice sobre un compañero suyo, Ernesto, ayudan a esclarecer esta práctica, a la vez que evidencian (de nueva cuenta) la dinámica de exhibición y visibilidad de la imagen proyectada a través de las redes, que es parte fundamental del proceso de construcción de la identidad entre los jóvenes: *“el Ernesto, un tipo que yo conozco -no me acuerdo cómo aparece en Facebook-, el wey tiene carro, un carro cabrón, o sea, se nota que el tipo es de familia... yo digo que son narcos, la verdad, siempre he pensado que su papá es narco [...] tiene una casa de 3 pisos, o sea, vas a la casa de ese wey, y no, es como andar en Beverly Hills”*.

En los comentarios de Jesús destaca que lleve a cabo el proceso de “chisme-juicio” de la siguiente manera: el joven observa el contenido subido por Ernesto a su red social, donde visualiza el estilo de vida lujoso que aparenta llevar su compañero en Facebook (ropa de marca, carros nuevos, y demás artículos que confieren un estatus socio-económico alto), después relaciona esa información virtual con lo que sabe de él a partir de su interacción directa fuera de la red, para finalmente expresar su juicio sobre la imagen total de su compañero.

Mientras que antaño los juicios (vertidos durante el acto de “chismear”) se dieran exclusivamente a partir de la información conocida de la persona por las interacciones directas con ella (o por el flujo de información derivada del mismo proceso de chismear), los espacios públicos de las redes sociales ahora facilitan el acceso a mayor información sobre el otro, dejando un registro (o historial) que funge como evidencia entre aquellos que “chismean” (esto en redes como Facebook o en Instagram, ya que Snapchat borra todo contenido y evidencia después de 24 horas). La información de uno, siendo accesible para el público general, adquiere usos que van desde el elogio hasta la burla, la crítica, y el descrédito. Así, la base de datos públicos que representan los perfiles digitales puede ser utilizada de diferentes maneras y con diversas intenciones.

5.1.5 Casos concretos de la exhibición: consecuencias y aprendizajes

Como veremos a continuación, el carácter de lo exhibido por los jóvenes posee múltiples y diferentes manifestaciones. Es aquí donde la disolución de las fronteras entre lo privado y lo público se hace más evidente. En los siguientes ejemplos del fenómeno de la extimidad podremos observar cómo cada joven, en cada publicación, decide qué hacer público y qué mantener fuera de los ojos de la masa, y de qué manera los jóvenes entrevistados

interpretan la aceptación/rechazo de lo publicado como contenido privado o público. Expondremos, pues, cómo los jóvenes aprenden a controlar su extimidad, a partir de los casos que observan y experimentan.

Un primer ejemplo a analizar es el de Charly García, de quien Jesús mencionó un caso de extimidad muy particular que pudiera acarrear perjuicios: *“el Charly García, que él todo publica, ‘Vamos a Valle Verde, vamos a Valle Verde. Quiero fumar hielo, quiero fumar hielo, quiero fumar hielo’, lo publica tres veces al día”*.

En el ejemplo de Carlos Gastelum, se observa cómo el joven hace público su consumo de drogas (hielo o ice), una práctica claramente ilegal, y que al hacerla pública, podría acarrear consecuencias que culminasen en un arresto policiaco. Mario agrega lo siguiente: *“Yo digo que eso es peligroso, es como que te están vigilando acá todo el día, pero pues... [...] nada más lo publican así... para llamar la atención, o... para sentirse... geniales”*. Como se puede observar en los comentarios de Mario, los jóvenes parecen publicar este tipo de cosas para “llamar la atención”. Más adelante, Mario agrega que publicar este tipo de contenido es una práctica habitual entre algunos grupos de adolescentes que les gusta ser percibidos como consumidores de drogas y alcohol.

Otro ejemplo relacionado con la exhibición del consumo de drogas es el que Jesús mencionó sobre su compañero Ramón Ayala: *“el Ramón Ayala, el Panchi, el que es uno de ojos de color, ese tipo subió una foto que creo que está su plato de cereal -creo que eran Fruit Loops, no me acuerdo-, y al lado estaba su pipa con poquita marihuana, o sea, se ve como que pobre, pero bueno, y luego su mamá le publicó -su mamá se llama Xiomara-, le puso, eh, ‘Ramón Ayala quién sabe qué, ¿qué es eso? ¡Explícame!’ ‘ay mamá, es sólo una foto del google’, ‘¡No es cierto, esa es nuestra mesa!’ [risas], ‘¡No te eduqué así!’ y varias cosas más, y todos le andábamos diciendo ‘¡péguele, péguele!’ en los comentarios.”*

En el ejemplo dado por Jesús resaltan varias observaciones con respecto al tema de la extimidad en Facebook. Por un lado, el joven mencionado —al igual que Charly García— parece no tener problema alguno con exponer su consumo de drogas a través de Facebook, a pesar de que ello sea una práctica ilegal que podría acarrear consecuencias graves como la cárcel.

A la vez, es interesante observar cómo el joven, al no tomar las precauciones necesarias para evitar que su mamá visualice el contenido compartido en su Facebook (utilizando la función de bloqueo o publicación privada), es víctima de un “regañó virtual”, observado por todos sus compañeros a través de los comentarios públicos. En este caso, si el joven hubiera sido precavido y hubiera restringido el acceso a la publicación para que su mamá no la viera, se hubiera evitado el gran problema en el que se metió. Por ello, el caso de Ramón Ayala representa un ejemplo perfecto del por qué los jóvenes bloquean sus publicaciones de sus padres.

Otro caso que mencionan los jóvenes sobre consecuencias no previstas ante la exhibición de información en Facebook es la clausura de una fiesta a la que llegaron los policías tras visualizar el evento en la red social: *“Era un coto, y... llegó la policía acá, y andaban buscando a los organizadores por el evento acá, pues [...] Gritaron “¿quién es Valencio?”, acá, y ya sale bien awitado “yo”, pero “No, no, no, cállate” y lo subieron acá [...] Quince mil pesos wey, no manches (Mario)”*. Este ejemplo ayuda a representar cómo los jóvenes aprenden a manejar la exhibición de su privacidad en redes a partir de la prueba y el error. En este caso, el error le costó quince mil pesos al joven.

Otro caso concreto sobre la exhibición, comentado por Jesús, es el de Juan Luis y Alberto Gutiérrez, dos adolescentes que se pelearon afuera de las instalaciones escolares y cuya riña fue videograbada. Más adelante, el video de la pelea terminó en redes, siendo visualizado por muchos de los alumnos de la preparatoria.

Resulta de gran interés que, en opinión de los adolescentes entrevistados, subir un video de una pelea se haga con el objetivo de *tumbar likes*. Según los jóvenes, subir contenido de este tipo es una técnica común para ganar estatus, al transmitir y exhibir quién fue el ganador de la pelea en el video: *“El video es como para tumbar likes [...] lo hace más como para 'ey, mira cómo le metí una verguiza'”* (Jesús). Luego de mencionar el video subido a las redes, los jóvenes se pusieron a buscar el video en el perfil de uno de los involucrados en la pelea. Esto demostró nuevamente la facilidad con la que los jóvenes pueden acceder a todo tipo de contenidos (fotos, video, publicaciones) subidos a las redes por los jóvenes de su preparatoria.

A la vez, el ejemplo anterior evidencia una parte fundamental del contexto digital del escenario juvenil: la omnipresencia de las cámaras integradas en los celulares inteligentes, a su vez habilitados con las redes sociales que permiten subir el contenido videograbado al instante. Cada joven con un celular/cámara en la mano, listo para hacer un registro audiovisual (o visual) de la realidad y exhibir lo que sus ojos miran. Esto establece un modelo muy interesante en el escenario escolar de los jóvenes, pues significa la constante posibilidad de ser objeto de videograbación, que, como ya vimos, puede desembocar en bullying o exhibición de situaciones privadas.

5.1.6 El stalkeo virtual: el acoso normalizado

Desde la primera entrevista con Jesús, el joven hizo mención de un concepto clave para esta investigación, muy relacionado con los hábitos de comunicación digital de los jóvenes, la normalización de la extimidad y la visualización del otro entre las nuevas generaciones. Nos referimos al verbo *“stalkear”*. Este anglicismo, derivado de la palabra *stalker*

(acosador en inglés), es utilizado por las nuevas generaciones para referirse a la acción de “acosar” a una persona a través de una red social (por lo general Facebook).

En Facebook, el *stalkeo* se lleva cabo a través de una revisión *histórica* del registro de publicaciones de una persona. Esta práctica involucra: acceder y observar los comentarios de publicaciones *viejas* de un contacto, buscar fotografías y videos de años atrás (incluso desde que se abrió la cuenta de Facebook), y en sí, hacer una investigación exploratoria del pasado del sujeto *stalkeado* a partir del contenido subido por el mismo en las redes sociales, con el objetivo de recopilar información y trazar con ella un perfil histórico más completo de la persona *stalkeada*. Para esto, espacios de Facebook como los álbumes de fotos juegan un papel fundamental, pues ahí se concentra mucho del material visual subido por los contactos, exhibido en un orden cronológico por la misma plataforma. Un par de clics te llevan a la fotografía más vieja subida en una cuenta de Facebook, que puede ser de hace más de 8 años atrás.

Dentro de la práctica del *stalkeo*, un hallazgo importante a señalar es que en las redes sociales como Facebook no sólo vemos las vidas de los otros a través de las fotos y publicaciones que se suben y hacen en la red, sino también (y sobre todo) a través de las *interacciones digitales públicas*, conversaciones que se desarrollan entre los usuarios y sus contactos en espacios de la plataforma como el muro (perfil) o las publicaciones sin regulación de privacidad. Así pues, podemos conocer a alguien a través de una lectura de sus conversaciones en las fotos o publicaciones que sube a Facebook, no necesaria ni exclusivamente a través de lo que el usuario sube como contenido a la plataforma.

Al final de la actividad, el *stalker* cuenta con suficiente información para trazar un *perfil más completo* del *stalkeado*, pues conoce sus viejos y nuevos gustos, lo mismo con sus actividades, amistades, preferencias políticas, artísticas, etcétera. Sobre esta práctica, Jesús mencionó lo siguiente durante la primera entrevista semi-estructurada: “*stalkeo. Sí, o sea, se van hasta el inicio, tu nacimiento, ‘Ay, qué bonito estabas cuando eras un bebé’, y cosas así, o sea, así de stalkeo*”.

Con lo anterior, Jesús se refiere a un usuario que “acosa” el registro de publicaciones de un perfil de Facebook hasta llegar a publicaciones tan viejas como las de su “nacimiento”: las primeras publicaciones hechas en esta red social, lo que para muchos representa retroceder varios años hasta los inicios de su uso de Facebook.

Ya con el perfil digital “estudiado” a profundidad, el *stalker* puede proceder a realizar diversas acciones con relación al *stalkeado*, por ejemplo, en caso de ser un conocido puede burlarse de él, interrogarlo, criticarlo, o hacerle cualquier otro tipo de comentario al respecto de lo encontrado en el *stalkeo*: “*O sea, la gente por ejemplo, con lo de tus publicaciones viejas ‘ay, estabas tan lindo*” (Jesús). En caso de ser un *desconocido* (por lo

que se tuvo acceso limitado a su información, según los criterios de privacidad de la cuenta del *stalkeado*), el *stalker* puede comunicarse con el *stalkeado* en futuros encuentros con un repertorio informativo más desarrollado, o hablar mal de él a sus espaldas para desprestigiarlo. También puede no comunicarle nunca al *stalkeado* que revisó todo el pasado de su perfil en Facebook.

Los comentarios de Jesús parecen indicar que la práctica del *stalkeo* es común entre los jóvenes: *“la gente se acostumbra a stalkear y enfada”*. En determinada parte de la primera entrevista, Jesús mencionó que una de las ventajas de borrar y crear una nueva cuenta en la red social es evitar que futuros contactos te *stalkeen*: *“ya las usé demasiado tiempo [una cuenta], pues ya te haces otra, poquito menos de... stalkeo”*. Ello, por ejemplo, también lo podemos observar en el caso que el joven mencionó capítulos atrás, sobre la cuenta que borró en Instagram antes de abrir otra en la misma red social.

En la misma entrevista, Jesús comentó sobre una de las funciones mencionadas del *stalkeo*: obtener información de un desconocido a través de su Facebook. Además, en los mismos comentarios extendió la definición de esta práctica juvenil: *“...es stalkear eso. O sea, así se dice en Estados Unidos. Seguir, acosar, o sea, se dice stalkear cuando entras al perfil de alguien para buscar algo porque lo ocupas, por ejemplo, cuando vas a stalkear un perfil porque quieres ver quién es la morra bonita que aparece en su foto, o quién es... no sé, lo que quieras ubicar de esa persona que la tiene en común”*.

Con lo anterior Jesús reafirma lo expuesto anteriormente, siendo esta práctica de investigación informativa (¿una hemerografía de la persona?) algo común entre los jóvenes. Es en esta práctica donde parece evidenciarse con mayor nitidez los cambios que ha sufrido el concepto de privacidad, pues el *stalkeo* refleja cómo se ha normalizado el acceso al registro de la información del otro en las redes sociales.

Llegar a *conocer* a alguien (conocido, desconocido, amigo de un conocido) a través de redes como Facebook, incluidos datos como el aspecto físico, la clase social, el lugar de estudios, los gustos, las preferencias, las amistades y demás elementos que forman parte de la identidad de una persona, es algo tan habitual entre los jóvenes como cepillarse los dientes antes de irse a dormir: *“por ejemplo, digo, 'no mames, esa morra está súper buena', y hay una foto de ella, pues voy a ver quién es, a ver si la etiquetó o algo así, lo que pasa muy seguido. De hecho así conocí a una amiga”*. Así, los jóvenes viven con la consciencia de saber que cada publicación que realizan en Facebook pasa a formar parte del registro de su *“banco de datos identitario”*.

Cabe aclarar que el *stalkeo* es un concepto utilizado por los jóvenes para referirse a diversas acciones de acoso digital, sin embargo, todas con la particularidad de incluir la revisión del contenido digital de alguien más, variando únicamente los *alcances* del acoso. Un ejemplo

de otro tipo de *stalkeo* es la posibilidad de ver las *conversaciones públicas* en redes como Facebook. Uno entra al perfil de la persona a la que se quiere *stalkear*, comienza a revisar su historial de publicaciones y lee los comentarios y conversaciones enteras desarrolladas en el *espacio público* (como el muro) de la red social (accesible, por lo general, sólo para los contactos agregados). Para algunos jóvenes, basta con *stalkear* las fotografías para sentirse satisfechos. Cabe aclarar que el *stalkeo* entre los jóvenes suele desarrollarse de manera *invisible*, entiéndase esto como que el *stalkeado* no se percató de que su perfil digital fue revisado con minuciosidad.

Durante la tercera entrevista, a los jóvenes se les volvió a preguntar qué pensaban que era *stalkear*. Resalta que lo primero que viniese a la mente de Jesús fuese la traducción del verbo al español: “*acosar*”. Una observación interesante de esta entrevista es que los jóvenes aclararon que, en contraste con el uso original del término “*stalker*”, en donde lo ideal es que el acosado *no se entere* que está siendo acosado, en Facebook el “*stalkeado*” puede enterarse, y no por ello deja de ser “*stalkeado*”. Jesús y Lorenzo dejaron claro esto en el siguiente diálogo, donde Jesús inicia describiendo lo que él piensa que es *stalkear*: “*Querer ver algo (en un perfil de Facebook), ajá, pero sin que se entere*” (Jesús), “*No, pero también hay unos que le dan un putero de likes a todo, a todas las publicaciones, a todas las fotos*” (Lorenzo), “*Ahí está bien obvio, ¿no?*” (Daniel), “*Pero ahí es que te quieren bromear, o sea, eso ya es cura*” (Jesús), “*O también ya acá, si le gustas*” (Lorenzo), “*Si le gustas también te van a empezar a stalkear todas tus fotos, publicaciones, todo*” (Jesús).

Según los comentarios de los jóvenes, es posible hacerle saber a alguien que está siendo “*stalkeado*”, aunque conviene hacerlo únicamente si es una amistad cercana para evitar problemas: depende mucho del grado de confianza que se tenga con el *stalkeado*, además de la intención de haber iniciado el *stalkeo* desde un principio.

Durante la segunda entrevista grupal (Jesús, Mario y Karla), y al estar hablando del término *stalkear*, Jesús se puso a buscar una foto vieja que Mario había subido a su perfil hace tiempo (un ejemplo concreto de cómo se lleva a cabo el *stalkeo*). En este recorrido por las fotos viejas de su amigo, Jesús encontró una foto de perfil donde aparecía únicamente la hermana de Mario. Al preguntarle quién era, el joven respondió lo siguiente: “*Es mi hermana, la puse de perfil porque... no me acuerdo qué puso ella, una foto mía (en su foto de perfil), y pues yo agarré y le puse esa foto*”. Este es un ejemplo de cómo los jóvenes pueden exhibir la foto de alguien más (contra su voluntad) en las redes sociales, con el objetivo de fastidiar a una persona (conocido, desconocido amigo o familiar).

Durante la *stalkeada* realizada por Jesús, el joven encontró diversa información sobre el pasado de Mario que en su momento trajo a flote, con el objetivo de incomodar a su amigo frente a su pareja (Karla). Mencionó, por ejemplo, una fotografía donde aparece con una

chica, quien explicó después “*era su mejor amiga de la secundaria*”, aclaración que parece haber hecho para evitar que Karla se molestase con el joven.

Ante el *stalkeo* de su pasado llevado a cabo por Jesús, Mario comentó lo siguiente: “*Voy a eliminar todas mis fotos ahorita no mamen [...] la neta que... pinches morros*”, lo que ejemplifica como el joven se sintió fastidiado e incómodo ante la idea de que su amigo se pusiese a *stalkearlo*, y buscar en su pasado contenido útil para retomar en el presente. Este tipo de actos representan el nexo entre el *cíberbullying*, el *stalkeo* y el siguiente tema a tratar: la *quemadera*.

5.2 El juicio público de lo exhibido: la quemadera

5.2.1 Quemar: la exhibición involuntaria de la intimidad y la pérdida de reputación

Durante la primera entrevista semi-estructurada, llevada a cabo con la participación de Jesús, el joven describió uno de los conceptos más importantes para esta investigación, un término muy relacionado con las consecuencias de la extimidad en las redes sociales: la acción de *quemar*, o la *quemadera*. En el léxico juvenil, este verbo está asociado a la pérdida de reputación derivada de los juicios morales y el linchamiento mediático masivo que se realiza en redes como Facebook, donde los juicios se originan (generalmente) a partir de la exhibición masiva involuntaria de un hecho o información incriminatoria (por lo general de carácter privado).

Este fenómeno está estrechamente relacionado con la normalización de la exhibición de uno mismo y la visualización de la información del otro a través de la red. Sin embargo, observaremos que en los casos de *quemadera*, las consecuencias de la exhibición son de carácter negativo, pues la exhibición de la información privada generalmente es involuntaria.

Dentro de este fenómeno no deja de sorprender el papel que desempeña la audiencia digital, quien funge como “juez virtual” encargada de llevar a cabo un linchamiento social y moral de aquellos jóvenes que son expuestos en la red social.

Durante la tercera entrevista grupal (Lorenzo y Jesús), los jóvenes respondieron lo siguiente al preguntarles por su definición de *quemar* a alguien: “*Es una persona que ya... es rechazada*” (Jesús), “*Es como... humillarla*” (Lorenzo), “*Que ya está humillada por culpa suya, por acciones que ella no debió haber hecho, y para acabarla lo publicó, o dejó evidencia*” (Jesús). Destaca que los jóvenes se refieran exclusivamente al sexo femenino al momento de usar los sustantivos y adjetivos de sus descripciones. Otra observación es que Jesús señale el “dejar evidencia” como “error” que lleva a terminar *quemado*, lo que pudiera significar otra razón por la que los jóvenes prefieren utilizar redes tendencia como Snapchat, donde el contenido se borra luego de un periodo breve de tiempo.

Inmediatamente después de lo anterior, Lorenzo relacionó el fenómeno de *quemar* con el ejemplo de la fiesta donde llegaron policías: *“Como la que hizo la Almendra, que puso 'Ay, mi mamá fue la que le llamó a la patrulla' [...] Sí, es que haz de cuenta que fuimos a un coto, y haz de cuenta que llegamos y en cuanto llegamos llegó la patrulla, y sacaron a todos, y al... al que organizó el coto se lo llevaron y le cobraron quince mil de multa, y luego el del coto publicó que quince mil de multa y no sé qué, y luego la morra publicó 'Denme gracias, mi mamá fue la que le llamó a la placa'.”*

Tras el caso narrado en el párrafo anterior, Jesús complementó la anécdota de Lorenzo con lo siguiente: *“Sí, 'no la dejaban dormir, de nada', dijo. Y ya como esa morra iba en la 63 — y yo tengo muchas amigas ahí—, me dijeron que el lunes —porque el coto era de sábado a domingo— que ya andaban preparando la putiza [golpiza] que le iban a poner, y que no, porque la Almendra se la pasó con las prefectas, todo el pinche día [...] Para acabarla ella como que se doble quemó, ya estaba quemada por puta, por presumida, porque las daba de a gratis —de hecho me mandó varios snaps”.*

Con base a la narración anterior, podemos afirmar que la *quemadera* representa para los jóvenes una *pérdida de reputación*, con base a la exhibición de determinada acción/información mal vista en el entorno juvenil. Muy frecuentemente, esta *pérdida de reputación* está asociada con la exhibición de información privada de la persona quemada sin su consentimiento, si bien, en esta ocasión el ejemplo refiere a la confesión personal de una acción mal vista por la comunidad estudiantil.

Más adelante, al preguntarle a los jóvenes entrevistados cómo se quema a alguien, Jesús respondió lo siguiente: *“Mira, digamos que una morra me manda a mí fotos ensañando la paquetería. Yo le tomo screenshot, o le tomo foto, y pues mira (enseña el celular), ella me afloja de una, y la quemamos por puta, y ya [...] exhibir, no hay mejor definición [...] Digamos que si es muy borracho, que si las da de a gratis, que es drogadicto, que es muy farol, digamos que se toma una foto y 'ay, lista para la quinceañera', pero no sale, solamente se vistió para que pensarán que va a salir, y exhibes que está falseando, cosas así”.*

Lo anterior arroja varias observaciones. Por un lado, reafirma la hipótesis de que para *quemar* a alguien la exhibición de información privada juega un papel importante (si bien no es condición necesaria), pues el contenido expuesto es el que funge como *evidencia* para llevar a cabo la *quemada*. Por otro lado, lo mencionado por el joven aclara que hay varios motivos por los que se puede quemar a alguien: por ser vicioso, por ser lujurioso, por ser demasiado falso, por ser “fácil”. Esto cobra gran relevancia cuando recordamos el contexto en el que se desenvuelven los jóvenes en la preparatoria, donde la *reputación* y el *estatus* juegan un papel fundamental en la autoestima, la sociabilidad y la construcción identitaria

de los jóvenes. A esto habría que agregarle el hecho de que las redes sociales parecen haber agudizado esta dinámica, además de reforzar el énfasis en la apariencia física.

Continuando con la descripción de la quemadera, en la tercera entrevista semi-estructurada Mario mencionó lo siguiente: *“Ya hay que tener como historial para que te quemen”*, lo que implica que conviene que haya información verídica (hechos) para que la quemada dé resultado. Los siguientes comentarios de los jóvenes ilustran lo anterior: *“No wey, la... por ejemplo, una morra que quiso quemar, que era amiga de la Chavis, no me acuerdo cómo se llamaba, pero también es una morra morenita. Quiso quemar, y por andar ahí queriendo quemar a una morra, no tenía ni argumentos para quemarla, la quemaron a ella...”* (Jesús), *“Ajá, cuando intentas quemar a alguien así porque te cae mal a ti, te terminan quemando a ti”* (Mario).

Lo anterior significa que, según la dinámica mencionada por los chicos, para quemar con éxito a alguien conviene tener información privada sustentada con evidencia tangible que dé sustento a la difamación. De otra manera, la quemada puede revertirse a quien intentó quemar en primer lugar.

5.2.2 El chisme y la quemadera: desprestigiar al otro

Continuando con el fenómeno de la quemadera, en este apartado veremos cómo se relaciona esta práctica con el chisme, la construcción de la apariencia y el desprestigio del otro. A partir de los comentarios expresados por los jóvenes en la siguiente parte de la entrevista, se puede observar una clara relación entre el *chisme* y el *quemar*. Por ejemplo, al mencionar a una compañera de nombre Dayanna: *“ella también quiere llamar mucho la atención ¡Ay! ¿Les digo algo? Bueno no, no... porque sería como quemarla”* (Karla). A esto Mario respondió: *“¡Ay qué mala, ya está bien quemada entre nosotros!”*. Lo anterior sugiere que para quemar, no necesariamente debe exhibirse la información de la persona a escala masiva por los medios digitales ni enterarse la difamada, sino que basta con que fluya la información de la persona quemada en algo tan cotidiano como un chisme.

Continuando con el ejemplo del párrafo anterior, tras la insistencia de los jóvenes, Karla le contó a los jóvenes el chisme de su compañera Dayanna: *“No sé si se han fijado que sale como acá bien nalgona en sus fotos [...] Y en persona, pues... no. Y le dijimos el otro día la María y yo '¿y por qué se te ven muchas nalgas en las fotos?', y empezó a decir nada más 'Es que yo no paro y no sé qué', y ya estábamos... '¡Ay, es que no manches!', o sea, qué necesidad de andar haciendo eso”*.

Como ya hemos mencionado en esta investigación, construir una apariencia falsa del aspecto físico en las redes sociales es una práctica extendida entre los jóvenes, ello al parecer por la presión que sienten los adolescentes por tener un cuerpo y rostro atractivos

que sean “aprobados” por los gustos del público digital. En este contexto donde premian las apariencias, los jóvenes son capaces de percibir la *falsedad* en la imagen digital del otro, sobre todo cuando tienen un referente visual de la vida real. Si relacionamos todo esto con los últimos comentarios de Karla, podemos ver cómo se entrecruzan la quemadera, el chisme, la reputación y la apariencia física en el contexto de los jóvenes, donde se puede quemar a alguien por exhibir la falsedad de la imagen que proyecta en redes.

Más adelante Lorenzo mencionó lo siguiente sobre la quemadera y la apariencia: “*Y también los queman cuando se toman fotos y que ni siquiera es su ropa. Es que hay unos que piden ropa prestada y se toman fotos, y la suben [...] van a tiendas y se ponen ropa y se toman fotos y las suben*”. El comentario de Lorenzo refuerza lo que se mencionara sobre los jóvenes que buscan aparentar en redes un estilo de vida falso con el objetivo de obtener mayor estatus. Sin embargo, por lo mencionado por Lorenzo, parece que este tipo de acciones, al ser identificadas y exhibidas por los jóvenes, terminan siendo contraproducentes, ya los que las llevan a cabo terminan quemados.

Sobre la quemadera y la reputación Lorenzo mencionó otro caso: “*También los queman por malacopa, como a la Irma Diana, ¿sí sabes quién es? [...] bueno, yo supe que era bien borracha por Facebook, y luego acá publicó 'No, que mi mamá tuvo que venir por mí a la comandancia de la Nueve, que porque andaba bien borracha', y luego puso 'necesito reggaetón, ¿quién me da?' [...] Ella lo publicó*”. Lo particular de este caso —fuera de demostrar que la borrachera es otro motivo por el que se puede quemar a alguien— es el hecho de que la jovencita mencionada sea quien haga públicas las acciones por las que termina quemada, lo que significa que algunos jóvenes llegan a exhibir información que les da mala reputación sin importarles las consecuencias, ya sea por falta de reflexión, o porque no les importe pagar el precio a cambio de obtener atención o estatus. Esto podría significar que para ser quemado, no necesariamente la privacidad debe ser profanada.

Durante la última entrevista grupal, Jesús mencionó una ocasión en la que estaba pretendiendo a una chica de nombre Sarah, pero luego de que una amiga suya le pasara conversaciones que tuvo con ella, cambió de opinión: “*una que se llama Ilse, me mandó varios screenshots de que era bien puta, y que las andaba dando de gratis casi casi, y yo dije mmm... [...] Me mandó screenshots de las conversaciones que ella tenía con vatos y así, y pues dije, mmm... y también la pensé, porque dije 'No, pues si me afloja...'*”. En este caso se observa como la opción de *captura de pantalla* puede ser utilizada para exhibir conversaciones privadas, difundiendo el contenido del *chat privado* que se ha tenido con determinado contacto. Esto también refleja otra forma de quemar, a través de la exhibición de información que los jóvenes sí consideran privada (como el contenido de sus conversaciones), y demuestra que la *confianza* es uno de los valores que más se ven perjudicados por la quemadera.

Sobre la *quemadera* a través de los screenshots, Karla mencionó algo muy interesante: “*pues es que igual, muchas veces los chats se usan como para quemar a gente, o algo así [...] O sea, mandar fotos de alguien y empezar a quemar*”. Esto reitera que para *quemar* a alguien no necesariamente se debe exhibir a la persona ante un público masivo, sino que basta con llevar a cabo la acción entre un grupo más reducido de personas, incluso sin que la persona *quemada* se entere; algo así como lo que ocurre cuando se habla de alguien detrás de sus espaldas. Sin embargo, también es probable que la información de la *quemadera*, una vez revelada a un grupo reducido, termine expandiéndose exponencialmente siguiendo la misma dinámica de la difusión de los chismes.

5.2.3 Memes, Bullying y Quemadera: contrastes y convergencias

Un elemento que juega un papel muy importante dentro del acto de *quemar* son los memes. Como ya vimos en subtítulos anteriores, los memes son utilizados frecuentemente para que los jóvenes se burlen los unos de los otros, en un escenario que puede ir desde la camaradería hasta el acoso.

Durante la segunda entrevista grupal, los adolescentes participantes mencionaron que ellos tampoco se habían salvado de los memes, pues tanto a Mario como a Jesús les habían hecho algunos en determinado momento: “*A mí también me hicieron uno, con un wey con el que traía pedos. Pero pues... no me awité, o sea, a mí me da igual, yo... o sea... sí me llevaba mal con él y todo, y me quiso quemar, pero no pudo...*” (Mario).

Del comentario anterior es importante señalar dos observaciones. Primero, atender cómo una foto personal es utilizada para crear un meme que, por lo general, busca ridiculizar, desprestigiar o burlarse del retratado, acto que pudiera interpretarse como una violación a la privacidad de la imagen personal, que es alterada, distorsionada y utilizada para atentar contra la víctima del meme.

Por otro lado, resulta de sumo interés que Mario mencione que con dicho meme lo hayan querido *quemar*, pues como se explicó anteriormente, esta expresión es utilizada para describir la acción de ser juzgado moralmente, generalmente tras la exhibición de información de carácter privado/íntimo al dominio público (usualmente contenido de carácter “desaprobado” socialmente). Esto refuerza la idea de que uno de los usos específicos de los memes puede ser el de atacar la reputación de alguien a través de exhibir una imagen alterada del quemado.

Uno de los hallazgos más importantes de la entrevista realizada a Jesús y Lorenzo fue su explicación de las diferencias entre *quemar* y el *bullying*, que si bien ya vimos que están relacionados, no son lo mismo. Sobre esto, Jesús mencionó lo siguiente: “*El bullying es*

cura, es la cura privada, pero ya la quemadera es otro pedo [...] El bullying, por ejemplo, puede ser entre carrilla, no llega más lejos que la burla, pero ya cuando es quemadera, ya puede haber hasta putazos o mayores consecuencias”.

Por otro lado, Lorenzo aclaró: “[la quemadera] *son verdades*”, a lo que Jesús complementó: *“Sí, algo feo, digamos, por eso la quemamos, porque son cosas feas que no se pueden decir, las decimos. Como la Paloma wey, ya la metieron a grupos de quemadera desde hace como un año [...] Que las morras más faroles y carrillas”*. Esto quiere decir que, mientras la dinámica del bullying se basa en la burla moderada entre amigos o compañeros, en la quemadera la exhibición (por lo general involuntaria) de información comprometedoras es la dinámica principal. Para quemar, “algo feo” de la persona quemada debe llegar al escenario de lo público.

5.2.4 Los grupos de quemados: el escenario del linchamiento digital

Dentro del fenómeno de la quemadera, destaca que en Facebook existan grupos creados exclusivamente para este propósito. Durante la primera entrevista semi-estructurada, Jesús mencionó la existencia de distintos grupos dedicados a quemar gente de diferentes puntos geográficos de la ciudad: *“Grupos de quemadera, 'Grupos de Roast', los llaman en el otro lado, son los grupos de quemados. Ahí las discriminan porque son bien putas, porque cambian de novio cada semana, porque aha... [...] mientras las mujeres putas y los hombres pendejos sigan existiendo, van a existir esos grupos”*.

Continuando con los comentarios de los jóvenes sobre este tipo de grupos, Lorenzo comentó lo siguiente durante la primera entrevista grupal: *“Ah sí [hay páginas de quemados], que si son putas, que si esto...”*. Así pues, los grupos de quemados son bastante populares entre los jóvenes. Al igual que Jesús, Lorenzo mencionó que uno de los objetivos principales de estos grupos es exhibir (quemar) a las mujeres que son catalogadas como putas. Además, Jesús agregó que los usuarios exponen a los “quemados” a través de un perfil anónimo, o desde un perfil real: *“algunos se ponen anónimos para quemar a otros, otros por puro placer”*.

La dinámica de estos grupos es sencilla: uno publica una foto de cierta persona (digamos, una mujer) y comienza a difamarla, ya sea con el contenido (alterado o no) de la misma fotografía (que puede llegar a exhibir el cuerpo desnudo de la persona quemada), o con el texto adjunto al archivo visual. Como el grupo está compuesto por gran cantidad de usuarios (por lo general 2000 en adelante), son muchos los jóvenes que visualizan el contenido que ahí se comparte, de manera que estos espacios funcionan como un escaparate virtual juvenil donde una audiencia de cientos de usuarios juzgan a la gente de quien se sube información o fotografías.

5.2.5 Exhibir un acto sexual: la quemadera y la profanación de la intimidad

Como ya vimos, la *quemadera* es una expresión utilizada para describir la exhibición de información privada y/o comprometedora de alguien (por lo general, sin el consentimiento del *quemado*), con el objetivo de difamar o dañar su reputación e imagen en el escenario público. El siguiente caso es un ejemplo de los extremos a los que puede llegar este fenómeno.

Durante la tercera entrevista grupal, los jóvenes narraron el caso de una compañera suya a la que grabaron teniendo relaciones sexuales con un compañero. El acto sexual ocurrió sobre la tierra, en el patio trasero de una casa donde se llevaba a cabo una fiesta juvenil con alcohol y otras drogas. Más adelante, el video del acto fue subido a las redes en uno de los “grupos de quemados”: *“Quemaron a una tipa en un party, cogiendo en la tierra, en la parte sur de la ciudad. Es que estaban coshando en la tierra, y los grabaron, y le tomaron foto y la subieron a la red, con su nombre. Al vato no lo quemaron...”* (Mario). Este caso es un ejemplo perfecto de los extremos de la *quemadera* y la profanación de la intimidad, pues demuestra hasta dónde pueden llegar los límites de la invasión y exhibición involuntaria de la intimidad, y provocar con ello el juicio masivo y la pérdida de reputación en el contexto juvenil.

Con respecto a este fenómeno, también resalta el papel que juega la discriminación sexual, pues no podemos evitar observar cómo los jóvenes distinguen que la *quemadera* la sufren, sobretudo, mujeres que son expuestas como “putas”: *“Pero es que, pues, la sociedad...Y pues sí, es más difícil quemar a un hombre. Si una mujer tiene como cinco novios, le dicen ya que es puta y todo. Y un hombre puede tener hasta diez y es visto como un campeón”* (Mario). Los adolescentes mencionan que este tipo de distinciones los impone “la sociedad”, pues es socialmente aceptado y aplaudido entre los jóvenes que un hombre tenga varias relaciones sexuales con muchas mujeres, mientras que el mismo acto es totalmente desaprobado cuando es desempeñado por una mujer. Por lo tanto, pareciera que la *quemadera*, también llevada a cabo a través de la exhibición de la *intimidad sexual*, afecta mucho más a mujeres que a hombres.

5.2.6 La quemadera y el stalkeo: dos ejes del aprendizaje del control de la extimidad

Durante la tercera entrevista, donde participaron Jesús y Lorenzo, se les preguntó a los jóvenes qué consideraban ellos como algo privado. Ante el cuestionamiento los jóvenes (en particular Jesús) ofrecieron comentarios que exponen cómo se entrelazan los fenómenos de la extimidad, la quemadera y el stalkeo en el aprendizaje de los jóvenes sobre el control de su extimidad.

Lorenzo, siendo el primero en responder la pregunta, comentó que lo privado es cuando entras al muro de una persona que no tienes agregada en Facebook y *“no puedes revisar sus publicaciones, porque las ponen en privado”*. A continuación Jesús extendió esta respuesta, brindando con ello un ejemplo perfecto de la relación entre exhibir información personal, el stalkeo de dicha información y el ser quemado por ello: *“Ajá, porque las ponemos en privado porque, por ejemplo, hay gente que... digamos que hay tiempos, digamos que yo fui a un coto, y no sé, supongamos que me puse bien pedo, y pues eh, pongo mis publicaciones privadas para que la gente no me stalkee, digamos que no conozco a alguien del coto, pero tampoco la tengo en Facebook, y en la mañana siguiente a lo mejor me quiere stalkear para ver qué hice, o algo así... yo ya lo hago solamente que cuando digamos que voy a un coto o salgo a algún lugar, y yo sé que por ejemplo me puede pasar algo que no quiero que otra persona se entere”*. Lorenzo agregó inmediatamente que *“te puedes quemar”*, lo que Jesús confirmó: *“Ajá, porque te puedes quemar, ya hay que tener más precaución”*.

Es en los comentarios anteriores donde los chicos entrevistados expresan una opinión más desarrollada sobre su percepción de los límites de la extimidad en las redes sociales. Como menciona Jesús, las publicaciones privadas que llega a hacer en su Facebook son de contenidos “exclusivos”, o, dicho de otra manera, son publicaciones que no quisiera que fuesen visualizadas por gente desconocida (no agregada como contacto en Facebook), ello porque, como menciona Lorenzo, lo podrían “quemar” debido al tipo de acciones que se exhiben en ellas.

Es interesante observar la relación que hacen los jóvenes entre la terminología que utilizan para referirse a las repercusiones de exhibir su intimidad, pues el *quemarse*, el ser *stalkeado* y la precaución de lo publicado (las publicaciones privadas) se entrelazan en sus reflexiones sobre la exhibición de la privacidad en redes. Esto quiere decir que los jóvenes contemplan cada uno de estos fenómenos en su proceso de construcción identitaria en las redes sociales, siendo cada uno un eje referencial al momento de aprender a controlar su extimidad.

5.3 Conclusiones quinto capítulo

Los jóvenes han desarrollado *técnicas* para fotografiar y videografiar a un individuo sin que éste se dé cuenta, una forma de acoso visual facilitada por las nuevas tecnologías. La predominancia de lo visual y la omnipresencia de cámara al alcance de los adolescentes han permitido que se normalice esta práctica, sin ver en ello un acto inmoral que viole la privacidad del acosado: cada joven cuenta con un celular-cámara en mano listo para ser usado para hacer un registro visual de cualquiera. Esto establece condiciones que facilitan la permanente invasión de la privacidad en el escenario escolar de los jóvenes, pues

significa la constante posibilidad de ser objeto de una videograbación que puede desembocar en bullying, quemadera o exhibición de situaciones privadas sin el consentimiento del exhibido.

En Facebook se lleva cabo la práctica del *stalkeo*, consistente en realizar una revisión *histórica* del pasado de una persona. Esta práctica involucra: acceder y observar los comentarios de publicaciones *viejas* de un contacto, buscar fotografías y videos de años atrás (incluso desde que se abrió la cuenta de Facebook), y en sí, hacer una investigación exploratoria del pasado del sujeto *stalkeado* a partir del contenido subido por el mismo en las redes sociales, con el objetivo de recopilar información del registro de publicaciones guardadas y trazar con ellas un perfil histórico más completo de la persona *stalkeada*.

Hoy los jóvenes acceden a la información digital de sus contactos en lo que podríamos denominar un “*banco virtual de datos identitarios*”, accesible a través de espacios privados (como la mensajería de chat) o facilitada por espacios públicos (como el muro de Facebook). La posibilidad de que esta información sea reproducida en cada pantalla con la viralización del contenido (a través de hacer una captura de pantalla) ha provocado que el chisme sobre el otro, la burla, el bullying y la crítica cobren nuevas proporciones y matices entre las nuevas generaciones. El registro de la información de un contacto, accesible para el público general a través del *stalkeo*, adquiere usos que van desde el elogio hasta la burla, la crítica y el descrédito. Así, la base de datos públicos que representan los perfiles digitales puede ser utilizada de diferentes maneras y con diversas intenciones.

Es con la práctica del *stalkeo* donde parece evidenciarse con mayor nitidez los cambios que ha sufrido el concepto de privacidad, pues el *stalkeo* refleja cómo se ha normalizado el acceso a la información del otro en las redes sociales. El *stalkeo* lo practican los jóvenes de forma cotidiana, realizando revisiones minuciosas del contenido digital de alguien más, variando únicamente los *alcances* del acoso. El *stalkeo* entre los jóvenes suele desarrollarse de manera *invisible*, entiéndase esto como que el *stalkeado* no se percata de que su perfil digital fue revisado con minuciosidad.

Los jóvenes, al saber que lo que publican en Facebook permanecerá en su registro de publicaciones y podrá ser examinado en el futuro por sus contactos, incorporan mayor cuidado al momento de decidir qué hacer público y qué mantener fuera del espacio virtual, tomando en consideración los criterios de aceptación y rechazo que publicaciones y experiencias previas les han dejado. De esta manera, la presencia del *stalkeo* virtual sirve cómo un regulador social de la extimidad virtual en el contexto juvenil.

Otro componente que interviene en la extimidad virtual es la *quemadera*, verbo asociado a la pérdida de reputación derivada de los juicios morales y el linchamiento mediático masivo que se realiza en redes como Facebook, donde los juicios se originan (generalmente) a

partir de la exhibición involuntaria de un hecho o información incriminatoria (por lo general de carácter privado).

Dentro de este fenómeno no deja de sorprender el papel que desempeña la audiencia digital, quien funge como “juez virtual” encargada de llevar a cabo un linchamiento social y moral de aquellos jóvenes que son expuestos en la red social. La quemadera representa para los jóvenes una pérdida de reputación y estatus, con base a la exhibición de determinada información mal vista en el entorno juvenil.

Hay varios motivos por los que se puede quemar a alguien: por vicioso, por borracho, por lujurioso, por construir en redes una apariencia que traspasa los límites permitidos de la falsificación de la imagen, por ser una mujer “fácil”, o por cualquier otra actitud que a los ojos del criterio juvenil sean reprochables. Para quemar con éxito a alguien conviene tener información privada sustentada con evidencia tangible que dé sustento a la difamación.

Destaca que para *quemar* a alguien no necesariamente se deba exhibir a la persona ante un público masivo, sino que basta con llevar a cabo la acción entre un grupo de personas, incluso sin que la persona *quemada* se entere. La quemadera también se puede llevar a cabo a través de la creación de memes, creados con fotografías de la persona a la que se busca ridiculizar o desprestigiar.

Si bien la quemadera y el bullying comparten características, también poseen diferencias importantes. La dinámica del bullying se basa en la burla moderada entre amigos o compañeros, mientras que en la quemadera la exhibición (por lo general involuntaria) de información comprometedoras es la dinámica principal. Para quemar, “algo feo” de la persona *quemada* debe llegar al escenario de lo público.

Dentro del fenómeno de la quemadera, destaca que en Facebook existan grupos creados exclusivamente para este propósito. Uno de los objetivos principales de estos grupos es quemar a las mujeres que son catalogadas como “fáciles”. La dinámica de estos grupos es sencilla: uno publica una foto de cierta persona y comienza a difamarla, ya sea con el contenido (alterado o no) de la misma fotografía (que puede llegar a exhibir el cuerpo desnudo de la persona *quemada*), o con el texto adjunto al archivo visual (declaraciones contra su persona). Como el grupo está compuesto por gran cantidad de usuarios (por lo general 2000 en adelante), son muchos los jóvenes que visualizan el contenido que ahí se comparte, de manera que estos espacios funcionan como un escaparate virtual juvenil donde una audiencia de cientos de usuarios juzgan a la gente de quien se sube información o fotografías.

En algunos casos, la quemadera conlleva la exhibición involuntaria de actos sexuales, lo que implica una profanación sumamente grave de la intimidad. La *quemadera* la sufren,

sobretudo, mujeres. Los fenómenos de la extimidad, el bullying, la quemadera y el stalkeo se entrelazan al momento de generar un aprendizaje en los jóvenes sobre el control de su exhibición en las redes. Esto quiere decir que los jóvenes contemplan cada uno de estos fenómenos en su proceso de construcción identitaria en las redes sociales, siendo cada uno un eje referencial al momento de aprender a controlar su extimidad.

6. CONCLUSIONES

Hemos llegado finalmente a nuestras conclusiones, pero antes de exponerlas daremos un breve repaso de nuestros objetivos iniciales. Nuestro objetivo de investigación general era identificar cómo los jóvenes aprenden a controlar la exhibición de su intimidad en las redes sociales como parte de su proceso de construcción de identidad.

Por otro lado, nuestros objetivos particulares apuntaban a investigar cómo se determinan los límites que establecen los jóvenes para la extimidad en las redes sociales, y a explorar cómo se relaciona la construcción de la identidad juvenil con la extimidad en las redes sociales. Como se habrá dado cuenta el lector, en cada uno de estos temas se encontraron hallazgos muy interesantes.

Iniciaremos nuestras conclusiones afirmando que muchas de las ideas retomadas de Winocur y Morduchowicz siguen vigentes, tanto en el estudio de la construcción social de la identidad adolescente a través de las redes sociales, como en la percepción juvenil sobre la privacidad y la exhibición de la misma. Sin embargo, a lo largo de este estudio también hemos encontrado nuevas conclusiones sobre el tema, que esperamos, contribuyan a seguir investigando la problemática de los controles de la extimidad en el proceso de construcción identitaria adolescente.

Veremos a continuación los hallazgos de esta investigación que, a nuestra consideración, poseen mayor importancia dentro del debate actual sobre estos temas. Finalmente, concluiremos agrupando todas estas conclusiones en una sola teoría, que podría señalar el camino a seguir dentro los estudios posteriores sobre la extimidad adolescente en las redes sociales.

6.1 El origen de la extimidad

6.1.1 Contexto digital: la revolución digital y las redes sociales

Como pudimos apreciar en el primer capítulo de este trabajo, los adolescentes se desenvuelven en un escenario digital donde ellos son los maestros del espacio virtual: tanto los aparatos tecnológicos (hardware) como las aplicaciones y redes (software) son de su dominio. Al sentirse libres y autónomos en la Web 2.0, pasan mucho de su tiempo en las diferentes redes, donde ponen en práctica el ensayo de diferentes actitudes e identidades.

La tendencia en este tipo de espacios son las aplicaciones que utilizan la imagen y la transmisión de video como códigos comunicativos. Es en estas plataformas donde han surgido nuevas industrias del entretenimiento digital. Gran parte de los ídolos juveniles pertenecen a estos espacios, quienes inspiran a los jóvenes a convertirse ellos mismos en

videobloggers o a ganar dinero a través de exhibirse por Internet mediante aplicaciones como YouNow.

6.1.2 Contexto escolar: las condiciones de la aceptación social en la preparatoria y la construcción de la apariencia

Fue en el segundo capítulo que pudimos observar cómo el contexto escolar en el que se desenvuelven los adolescentes los orilla a abrir una cuenta en Facebook. Para ser aceptado por la comunidad estudiantil, hay que ser un usuario frecuente de las redes sociales; no tener un perfil digital equivale a no existir en la realidad juvenil, lo que puede acarrear bullying, acoso, discriminación y exclusión social. Así pues, la aceptación social tiene un costo importante en la preparatoria: exhibirse la vida propia a través de las diferentes redes sociales tendencia, que en su mayoría privilegian la imagen y el discurso audiovisual sobre el textual.

No basta con tener un perfil digital en las redes para ser aceptado socialmente, sino que hay que realizar publicaciones y subir contenidos frecuentemente que vayan de acuerdo con los estándares sociales de la comunidad estudiantil. En el contexto escolar, aquello que más valoran los jóvenes es la popularidad y el estatus. En esta investigación encontramos que ambos indicadores se miden según la cantidad de contactos que se tienen y sobre todo a partir de la cantidad de likes que se reciben en las publicaciones realizadas.

La apariencia física, la moda y el estilo de vida son los elementos visuales que más intervienen en la recepción de likes, si bien seguramente abundan los elementos que conforman la construcción de lo popular en Facebook, como pueden ser publicaciones auténticas o frases originales. Cabe destacar que los criterios juveniles sobre lo más valorado en el contexto escolar parecen seguir la propuesta de Reguillo, quien señala que la dimensión socioestética es clave para los jóvenes.

En el contexto escolar estudiado es necesario exhibir en las redes sociales los bienes personales que se poseen para validar el estatus que estos elementos confieren, delimitando con ello las fronteras de pertenencia juvenil a los diferentes grupos juveniles. Siendo la popularidad y el estatus determinados por la abundancia o carencia de bienes sociales y culturales valorados por la comunidad (como la ropa, la moda o un buen aspecto físico), los jóvenes aspiran a poseer este tipo de objetos y exhibirlos.

Sin embargo, al no contar con el acceso a muchos de ellos, incurren en la práctica de construir una apariencia falsa en el perfil digital, donde editan su auto-imagen para fingir la posesión de estos bienes. Las técnicas para la construcción de la apariencia en las redes sociales son variadas y muy amplias: van desde la manipulación de la imagen fotográfica y el uso de ropa ajena hasta el uso de bots para obtener likes y aparentar mayor popularidad.

Hasta aquí podemos concluir que la extimidad juvenil implica un proceso en el que se planea, piensa, reflexiona y edita lo publicado con el objetivo de alcanzar muchos likes que son dados según los estándares del contexto escolar, en una dinámica de interacción digital donde intervienen las aspiraciones de pertenecer a la comunidad estudiantil y ser popular como ejes centrales.

Cabe aclarar que los bienes más valorados por los jóvenes están siempre en constante cambio, pues son construidos contextualmente entre los diferentes grupos sociales de los adolescentes (amistades, compañeros de escuela, jóvenes del vecindario).

6.2 Los controles de la extimidad

6.2.1 Exhibir lo valorado, lo que legitima la pertenencia y la apariencia tolerable

Siguiendo la línea de las conclusiones del segundo capítulo de este trabajo de investigación, un primer control para regular lo que se exhibe en las redes sociales es lo socialmente valorado por la comunidad estudiantil, que implica la construcción de un criterio elaborado a partir de lo que confiere mayor estatus en la preparatoria. Así pues, los jóvenes no exhibirán aquello que les dé descrédito, desprestigio o merme su estatus, sino que se esforzarán por proyectar en su perfil digital aquellos objetos valorados por su comunidad escolar a partir de los estándares mencionados anteriormente.

Cabe aclarar que estos estándares se miden a partir de juicios y críticas que los estudiantes realizan unos sobre otros a partir de su aspecto físico, su nivel de popularidad, su estilo de vida y la falsificación de su imagen digital. Los juicios realizados por los jóvenes sirven como una forma de marcar distancia y adscripción a determinados grupos.

Los jóvenes no sólo han aprendido a construir una apariencia, sino también a distinguir qué tan retocada está una fotografía en la red o qué tan falsificada es la información de un perfil. A partir de este proceso han establecido criterios juveniles para delimitar lo aceptable e inaceptable en la construcción de la apariencia digital. La práctica de construcción de la apariencia se realiza como un proceso de imitación análogo al de consumir piratería, con la diferencia de que en este proceso no hay consumo de un bien, sino exhibición para aparentar posesión. De excederse el límite tolerable de la apariencia, el rechazo llega.

Por otro lado, los jóvenes también exhiben aquellos elementos que les confieren adscripción a los subgrupos que abundan en la preparatoria y en el resto de sus contextos. Este tipo de objetos exhibidos pueden ser objetos sobre determinada industria cultural (como ropa de una serie de televisión) o fotografías sobre la práctica de un deporte, un hobby o la pertenencia a un grupo religioso.

En este apartado la sección de “Me Gusta” cobra especial importancia, pues en Facebook esta área es consultada y elaborada por los jóvenes a sabiendas de que es ahí donde se indaga el repertorio cultural de los usuarios. Es a partir de esta sección que se hacen evidentes las propuestas de estilos, actividades y subculturas preferidas por los jóvenes, por lo que esta selección forma parte esencial en su proceso de construcción identitaria digital.

Otra forma de la extimidad que evidencia los deseos de pertenencia adolescente es cambiarse el apellido original en Facebook por aquel compartido con el grupo de amigos, aspecto muy relacionado con lo mencionado en los antecedentes sobre cómo las amistades representan uno de los cinturones de seguridad y sentido claves para los jóvenes.

6.2.2 El aprendizaje de lo permitido: la construcción de criterio de lo exhibible

Los jóvenes llevan casi 10 años utilizando las redes sociales. Desde el inicio incursionaron en el uso de redes pertenecientes a la Web 2.0, por lo que crecieron con una dinámica de comunicación donde la retroalimentación y la valoración de lo compartido por los otros usuarios son fundamentales para la interacción digital.

Desde que los jóvenes comenzaron a utilizar Facebook, sus amistades y familiares fueron señalándoles el camino de lo correcto e incorrecto, lo publicable y lo no publicable. El error propio y ajeno ha formado parte fundamental de su aprendizaje, delimitando en el proceso lo que es permitido publicar y lo que conviene mantener como privado, según los criterios de aprobación y desaprobación normalizados por sus grupos sociales.

Los adolescentes han vivido casos en los que han experimentado burla, rechazo, regaños e incluso el peso de la ley ante la publicación de determinado contenido, a la vez que han observado cómo otros usuarios atravesaban el mismo proceso. Así es como los jóvenes han sido testigos de casos donde no regular bien la extimidad ha traído graves consecuencias, y a partir de esas experiencias han aprendido la importancia de mantener el control de su extimidad.

6.2.3 Los criterios familiares

Dentro de los grupos sociales que intervienen en la construcción de los criterios juveniles sobre los límites de la extimidad, la familia juega un papel crucial. Los estándares de aprobación y desaprobación que la familia tiene sobre las conductas del adolescente tienen un gran impacto en lo que se publica y lo que se deja fuera del espacio digital, así como sobre la relación entre los padres y los jóvenes. Esto se debe a que el proceso de identificación de los adolescentes es doble: a la vez que los jóvenes se identifican con su grupo de amigos y buscan pertenecer a diversas agrupaciones juveniles, también buscan desmarcarse relativamente de la familia y establecer distancia mientras progresa la

construcción de su identidad adolescente, con el objetivo de obtener autonomía y libertad del orden familiar.

La distancia establecida entre padres y adolescentes depende de la compatibilidad o conflicto de los roles del joven-hijo, que determinan si el joven interactúa de manera “natural” con sus familiares a través de la red, ateniéndose a los criterios de aprobación y desaprobación de sus padres, o si, por el contrario, mantiene sus publicaciones privadas o bloquea a sus familiares para evitar la vigilancia y los reproches de sus actitudes y comportamientos por parte de sus tutores.

6.2.4 Los funciones de Facebook y las estrategias juveniles para resguardar la privacidad

En ocasiones la incompatibilidad de los roles que desempeñan los jóvenes, ya sea con sus padres o con sus diferentes grupos sociales, los orillan a establecer barreras de privacidad en las redes sociales. Para ello, los jóvenes utilizan las diversas funciones de Facebook para regular la exhibición del contenido que comparten en esta red, segmentando con ello las fronteras entre sus múltiples públicos. Esto lo hacen a través de tener varias cuentas en Facebook, usar grupos privados y secretos, restringir la visibilidad de sus contenidos a los contactos agregados y desconocidos, así como a través de la opción de “bloqueo”.

El uso de grupos y cuentas diferentes son un mecanismo clave en el control de la extimidad, pues representa una estrategia juvenil para establecer barreras de privacidad y evitar que los diferentes roles desempeñados en los distintos grupos sociales entren en conflicto: cada espacio tiene un uso y un público distinto, y traspasar esos límites (por ejemplo, mezclando a los miembros de los diferentes grupos o cuentas) crearía problemas por las contradicciones de las diversas apariencias proyectada en las redes.

De esta división de espacios para cada audiencia podemos concluir que los jóvenes no manejan una sola *apariencia* en Facebook y el resto de las redes sociales, sino que se ven obligados a utilizar diferentes herramientas digitales para que la proyección particular de su persona llegue a públicos específicos sin entrar en una especie de *contradicción identitaria*. Así pues, los jóvenes no trabajan una sola identidad en línea, sino múltiples identidades.

6.2.5 Lo público y lo privado: nuevos significados, nuevos matices, nuevos límites, mismos determinantes

Dentro de los estándares que los jóvenes utilizan al momento de controlar su extimidad en las redes sociales, los significados de lo que es privado y público también intervienen en los criterios los de los jóvenes.

A lo largo de nuestra investigación pudimos constatar que “lo público” y “lo privado” distan de ser algo sencillo de definir, pues son dos conceptos que están cobrando nuevos matices y usos para las nuevas generaciones, cuyos significados son mediados a partir de las prácticas de exhibición de la intimidad de los jóvenes en las redes sociales.

Como plantea Winocur, los jóvenes desarrollan un criterio para discriminar “lo más privado” de “lo menos privado” —considerando lo privado tanto como objeto abstracto como espacios concretos—, en un proceso donde intervienen las normas sociales y lo “socialmente aceptado” por la familia, los amigos y el contexto escolar, los tres grupos sociales más determinantes de la conducta juvenil.

Para los jóvenes entrevistados la información privada es la de carácter sentimental delicada o desdichada, y consideran que su exhibición representa una trasgresión de los límites tolerables de la extimidad. La información familiar también es considerada por algunos jóvenes como algo que debe permanecer fuera del escrutinio público, igual que mostrar el cuerpo desnudo o semi-desnudo, si bien cabe aclarar que estos criterios son muy relativos entre los grupos juveniles.

Una invasión de la privacidad es tomarle una foto a alguien y publicarla en un espacio virtual sin consentimiento. Otra invasión es que revisen su celular sin su consentimiento, o que un desconocido tenga acceso a su perfil. Estos casos confirman la tesis de Winocur, que señala que los jóvenes sienten vulnerada su intimidad cuando es profanada, no cuando es exhibida.

Pareciera que los espacios privados, como el interior del hogar o el cuarto personal, hubieran sido despojados de su cualidad privada en el contexto juvenil al ser exhibidos con normalidad. Mientras que, por otro lado, lo que los jóvenes consideran algo extremadamente íntimo son las conversaciones privadas realizadas a través de las diferentes redes sociales.

Así, la jerarquía de lo privado y lo íntimo de los jóvenes también determina el grado de exhibición de la privacidad aceptable para los jóvenes. Si bien en un principio pareciera que los jóvenes vuelcan toda su vida en las redes, la realidad es que poseen criterios definidos de los límites de la extimidad, reprobando por ejemplo la exhibición voluntaria de: la situación sentimental, el luto, o un encuentro sexual, cuya exhibición es percibida como “de

mal gusto”. Sería interesante retomar esta cuestión a partir de un marco teórico que incorpore las ideas de Bourdieu sobre la construcción social del gusto.

6.2.6 El acoso digital: el panóptico virtualizado y normalizado

Un control importante en la regulación de la extimidad virtual es el *stalkeo*, consistente en realizar una revisión *histórica* del pasado de una persona a través de acceder y observar los comentarios de publicaciones *viejas* de un contacto, buscar fotografías y videos de años atrás (incluso desde que se abrió la cuenta de Facebook), y en sí, hacer una investigación exploratoria del pasado del sujeto *stalkeado* a partir del contenido subido por el mismo en las redes sociales, con el objetivo de recopilar información del registro de publicaciones guardadas y trazar con ellas un perfil histórico más completo de la persona *stalkeada*.

Llegar a conocer a alguien (amigo, conocido, desconocido), incluidos datos como la apariencia, el lugar de estudios, la vivienda, los gustos, las preferencias, las amistades, los familiares y demás elementos que forman parte de la identidad de una persona, es algo habitual entre los jóvenes.

Hoy los jóvenes acceden a la información digital de sus contactos a través de lo que podríamos denominar un “*banco virtual de datos identitarios*”. El registro de la información de un contacto, accesible para el público general a través del *stalkeo*, adquiere usos que van desde el elogio hasta la burla, la crítica y el descrédito. Así, la base de datos públicos que representan los perfiles digitales puede ser utilizada de diferentes maneras y con diversas intenciones.

El *stalkeo* lo practican los jóvenes de forma cotidiana, realizando revisiones minuciosas del contenido digital de alguien como un acto completamente normalizado en su contexto social. Los jóvenes, al saber que lo que publican en Facebook permanecerá en su registro de publicaciones y podrá ser examinado en el futuro por sus contactos, incorporan mayor cuidado al momento de decidir qué hacer público y qué mantener fuera del espacio virtual. De esta manera, la presencia del *stalkeo* virtual sirve como un regulador social de la extimidad virtual en el contexto juvenil.

6.2.6 La quemadera, regulador clave de la extimidad

Un componente fundamental que interviene en la extimidad virtual es la *quemadera*, verbo asociado a la pérdida de reputación derivada de los juicios morales y el linchamiento mediático masivo que se realiza en redes como Facebook, donde los juicios se originan

(generalmente) a partir de la exhibición involuntaria de un hecho o información incriminatoria (por lo general de carácter privado).

Dentro de este fenómeno la audiencia digital funge como “juez virtual” encargada de llevar a cabo un linchamiento social y moral de aquellos jóvenes que son expuestos en la red social. Hay varios motivos por los que se puede quemar a alguien: por vicioso, por borracho, por lujurioso, por construir en redes una apariencia que traspasa los límites permitidos de la falsificación de la imagen, por ser una mujer “fácil”, o por cualquier otra actitud que a los ojos del criterio juvenil sean reprochables. Para quemar con éxito a alguien conviene tener información privada sustentada con evidencia tangible que dé sustento a la difamación.

Estar inmerso en un contexto donde ser “quemado” ante la exhibición masiva e involuntaria de información privada es una práctica muy común, ha desembocado en que los jóvenes tomen mayores precauciones al momento de exhibirse en la red, ya sean informaciones compartidas en espacios públicos (como el muro de Facebook), o contenido enviado por mensajería privada.

La *quemadera* representa para los jóvenes un verbo que es sinónimo de *pérdida de reputación*, con base a la exhibición de determinada acción/información mal vista en el entorno juvenil. Muy frecuentemente, esta *pérdida de reputación* está asociada con la exhibición de información privada de la persona quemada, quien es juzgada y condenada por la vox populi juvenil. La *quemadera* la sufren, sobretodo, mujeres.

Las precauciones de las nuevas generaciones ante la quemadera cobran inmenso sentido cuando recordamos el contexto en el que se desenvuelven los jóvenes de la preparatoria, donde la reputación, el estatus y la popularidad juegan un papel fundamental en la autoestima, la sociabilidad y la identidad de los jóvenes.

Exhibir un acto sexual en las redes manifiesta los extremos a los que puede llegar la quemadera, pues demuestra que los límites de la invasión y exhibición de la intimidad (sin el consentimiento del expuesto) son enormes.

Así, la quemadera se alza como uno de los ejes reguladores por excelencia en el control juvenil de la extimidad, cuyo proceso involucra la ocultación y exhibición voluntaria de uno mismo a través de las redes sociales.

6.3 La extimidad, un fenómeno por explorar

Dentro del proceso de la construcción identitaria adolescente, que implica el reconocimiento de pertenencia y distanciamiento con determinados grupos sociales, se

desarrolla una dinámica de exhibición y ocultación de información sobre uno mismo en el plano digital: exhibo esto sobre mí, a la vez que edito y oculto aquello en mis publicaciones de Facebook, y cada acción es complementada por mi observación de los perfiles del otro.

Así pues, las redes son un espacio público donde los jóvenes han aprendido cómo funciona una dinámica virtual de observación, exhibición y ocultación, donde ellos mismos tienen que decidir constantemente qué mostrar, qué disfrazar y qué mantener lejos de las redes y del ojo vigilante de los padres y amigos para establecer cómo quieren ser vistos por los demás.

Dentro de este marco de regulación de la extimidad en redes sociales intervienen los deseos de pertenencia, los estándares de lo socialmente aceptado y añorado, el bullying, la compatibilidad de roles identitarios, el sentido de lo privado, el stalkeo y la quemadera. Así los límites de la extimidad atraviesan múltiples matices: publicar una foto demasiado retocada (donde se oculten defectos) o exhibir información que transgreda los límites tolerables de la extimidad (como un acto sexual) es igualmente reprobado por los usuarios adolescentes. Exhibir lo prohibido por el grupo de iguales puede desembocar en burlas, bullying y acoso. Ocultar demasiado puede desembocar en problemas de socialización y rechazo. Detrás de este proceso de socialización virtual hay un aprendizaje sobre el control de la extimidad, un criterio sobre lo permitido y prohibido en la exhibición de uno mismo.

La posibilidad de dejar un registro de todo lo publicado en Facebook ha provocado que las nuevas generaciones siempre consideren que una audiencia masiva puede *stalkearlos* en cualquier momento, al mismo tiempo que su conducta está más limitada y mediada por el ojo vigilante omnipresente de las cámaras digitales en los Smartphones: el mundo entero puede ver y juzgar todo acto indebido que sea videograbado. Esto, aunado a la posibilidad de ser quemado al ser exhibido por las redes sociales, provoca que los jóvenes desarrollen varios controles de seguridad en su extimidad digital.

En la era digital la identidad no es algo otorgado, sino el resultado del manejo de contenidos mediático-digitales, un control que es ejercido por la persona que limita o permite la exhibición y el conocimiento de ciertas informaciones sobre sí mismo en la red. La forma en la que funciona la identidad en la era digital es parecida a la de un rompecabezas incompleto: se seleccionan un par de piezas del todo que es el individuo y se colocan en el espacio virtual, exhibiendo y ocultando información personal a conveniencia, y a partir de ésta los otros usuarios descifran y recrean una imagen de quién es la persona del rompecabezas.

Así, la construcción identitaria es mediada por las redes, en un proceso que involucra observar al otro perpetuamente, reflexionar y seleccionar qué contenidos compartir y para qué públicos, a la vez que se crea una apariencia digital en el perfil de las diferentes Web 2.0 a través de ocultar y exhibir información personal en ellas que permiten la multiplicidad

de pertenencias e identificaciones. En conclusión, el control de la extimidad es un proceso con el que una persona trata de manejar las diferentes identidades y roles de sí mismo de manera pública en un perfil digital, sin que estos entren en conflicto.

6.4 La Agenda Setting: una teoría con posibilidades de readaptarse a los nuevos medios

Como hemos visto los jóvenes están inmersos en un contexto digital y escolar donde predominan el uso de las redes sociales, la visibilidad de sí mismos, la moda, el estatus, la reputación y el aspecto físico. En este contexto, Facebook es el escenario virtual más popular de la Web 2.0, donde los jóvenes ponen a prueba y ejercitan su representación, asumiendo el rol de consumidores y productores de contenidos (prosumidores, diría Néstor Canclini).

En este escenario virtual, pensamos que es oportuno realizar una analogía del proceso que llevan a cabo los jóvenes con la teoría de la comunicación conocida como Agenda Setting. Esta teoría, propuesta por McCombs y Shaw en 1972, dice básicamente que los medios de comunicación masiva discriminan de entre todos los hechos de un período temporal aquellos de su preferencia según sus intereses políticos y económicos, con el objetivo de proyectarlos en el espacio mediático y convertirlos en temas que ocupen la opinión pública de la sociedad. En otras palabras, los medios no le dicen a la gente qué pensar, sino sobre qué temas pensar (McCombs, 1996).

Lo que ocurre con los jóvenes en las redes sociales es una situación similar: los jóvenes, en su proceso constructivo-identitario, deciden de entre toda su información y todos los hechos que atraviesan su vida diaria cuáles publicar y cuáles dejar fuera del dominio público, además de delimitar las audiencias que tendrán acceso a esa información.

Los jóvenes no publican todo lo que les ocurre, es falso decir que toda la vida íntima juvenil está en las redes. No, los adolescentes discriminan los hechos que les acontecen y los jerarquizan con base a la apariencia digital que desean proyectar con sus diversos públicos en las redes, representando el rol de promotores y editores de sí mismos a través de la producción de contenidos para su red de amigos, y colocando en la opinión pública de sus contactos los temas sobre sí mismos que van de acuerdo a sus interés. Cabe aclarar que aquí estos no son intereses políticos y económicos, sino que son de otro tipo, quizás son guiados por la búsqueda de aceptación y pertenencia, o más importante aún, sentido.

Como ya vimos, durante este proceso permanente de producción y discriminación de contenidos los jóvenes aprenden a exhibir y ocultar información de sí mismos, pero además consolidan criterios con los que discriminan lo que es atractivo, repulsivo, prohibido,

permitido, rechazado y aceptado en el escenario juvenil a partir de estar observando la actividad de sus contactos.

A través de diferentes experiencias, algunas vividas por ellos mismos, otras visualizadas en el escenario virtual, los jóvenes han descubierto y aprendido el contenido que sus grupos sociales consideran apropiado, valorado y desaprobado, y poco a poco interiorizan y normalizan los mismos criterios y conductas.

A partir de esto, los jóvenes llevan a cabo un proceso de exhibición y ocultación doble: por un lado ocultan defectos y se valen de técnicas de edición fotográfica para resaltar los elementos cuya exhibición consideran resultarán en mayor aprobación y estatus (como la ropa de moda o los atributos sexuales), a la vez que seleccionan, ocultan y exhiben los acontecimientos de su vida diaria que los harán acreedores de lo mismo: aceptación social, estatus y popularidad.

El stalkeo y la quemadera son dos actividades centrales que regulan lo que los jóvenes exhiben ante el otro. Saberse stalkeados lleva a los jóvenes a reflexionar cómo quieren ser percibidos por sus audiencias, mientras que la posibilidad de ser quemado demarca en los jóvenes los límites “sanos” en la exhibición de su intimidad. Así pues, luego de visualizar cómo una pareja es quemada por ser exhibida teniendo relaciones sexuales en un lugar inapropiado (como el patio donde se lleva a cabo una fiesta), los jóvenes aprenden que no conviene manifestar ese tipo de conductas.

Dentro de su aprendizaje, los jóvenes descubren cómo utilizar diversas funciones y opciones de Facebook que les permiten regular la exhibición de su privacidad, tales como el bloqueo y eliminación de contactos, restringir el acceso a las publicaciones, o incluso crear múltiples cuentas para no mezclar grupos sociales. De esta manera van configurando la apariencia digital que proyectarán en las redes sociales para sus distintos públicos: para los padres hay que dejar publicaciones que los hagan ver como un hijo común y corriente, mientras que para los amigos se pueden exhibir fotografías del consumo de alcohol en la fiesta de anoche.

Podríamos concluir señalando que la identidad juvenil, con la llegada de las redes sociales y su dinámica de extimidad, se ha convertido en el reflejo de la representación de múltiples roles, donde la producción y edición de contenidos construye la imagen que se desea proyectar a un público determinado, en un proceso parecido al realizado por los medios en el establecimiento de la agenda de temas de importancia, pero con sus claras y marcadas diferencias.

En este proceso, el escenario escolar, familiar y juvenil van delimitando diferentes criterios que dictan lo permitido y lo prohibido, lo aceptado y lo rechazado, lo publicable y lo no publicable, configurando de esta manera las fronteras de la extimidad en las redes sociales,

que en la nueva era digital, funge como práctica vital en la construcción de la identidad adolescente, y no tan adolescente.

6.5 Opiniones personales

Quisiera concluir con mis opiniones personales sobre los temas aquí abordados. Empiezo mencionando que al iniciar esta tesis no tenía ni idea de que me encontraría con hallazgos como los aquí expuestos, donde la identidad se ve atravesada por una exhibición que le exige segmentar perfiles y públicos.

Como se habrá dado cuenta el lector que haya revisado esta investigación, el tema de la extimidad, las redes sociales y la identidad está en pleno auge. Vivimos en tiempos donde sacrificamos voluntariamente nuestra privacidad e intimidad a cambio de ganar aprobación e interacción social.

Claro que tampoco podemos condenar por completo a las nuevas tecnologías. Es un hecho que la hiper-conectividad y las redes sociales en sí tiene múltiples beneficios, así como la omnipresencia de las cámaras también permiten reportar hechos noticiosos en cuestión de segundos. Sin embargo, pienso que es indispensable que aprendamos a utilizar las redes con responsabilidad: hoy la alfabetización mediática-digital es más urgente que nunca.

Durante esta investigación tuve la oportunidad de coexistir con cuatro jóvenes llenos de energía, sueños, ilusiones, miedos, dudas, alegría y toda la complejidad que integra la totalidad del ser humano. Sin lugar a dudas, el ambiente digital hiper-mediado en el que se están desarrollando los jóvenes de las nuevas generaciones “millennials” es de un carácter acelerado, instantáneo y adictivo, que deja muy poco espacio-tiempo para la reflexión y el análisis. Ya ni hablar de la temprana edad en la que los jóvenes se ven bombardeados a diestra y siniestra por la cultura pop y el mundo del espectáculo, ni de cómo son invitados a convertirse cuanto antes en mercancías de consumo para una sociedad insaciable y adicta al entretenimiento.

Si bien, como pudimos ver en este trabajo, la identidad tiene muchas oportunidades de forjarse positivamente través del espacio digital, también existen muchas posibilidades de generar una dependencia excesiva a las nuevas tecnologías (Nomofobia se llama el miedo a salir de casa sin el celular). Creo que es indispensable que los gobiernos y la sociedad civil comiencen a tomarse más en serio este tipo de temas, pues es abrumante cómo día con día más personas dejan de prestarle atención a la persona que tienen al lado para adentrarse en un mundo digital en busca de likes, aceptación, nuevos memes o popularidad.

Además, pienso que es preocupante que los jóvenes se vean inmersos en la extimidad a tan temprana edad. Este estudio estuvo enfocado en jóvenes de entre 15 y 16 años, sin embargo

desde que inicié este trabajo de investigación he podido observar cómo generaciones de 10 y 9 años ya están Facebook, tomándose selfies y publicándolas en las diferentes redes sociales. Esto es bastante preocupante. Los jóvenes de hoy viven definitivamente un reto, y es nuestra responsabilidad ayudarlos a sobrellevar la presión social del mundo digital contemporáneo.

La exhibición de la extimidad, el stalkeo y la quemadera también son temas que deberían alertarnos sobre el rumbo que está tomando tanta exhibición, no a nivel individual, sino como sociedad. Durante el desarrollo de este trabajo de tesis pude ser testigo de cómo en mi ciudad surgió una página anónima donde se suben fotos de mujeres, tomadas por ellas mismas al practicar *sexting* (enviar fotos sexuales vía redes sociales). Eran aproximadamente 400 carpetas de diferentes jóvenes de la ciudad, quienes “traicionadas” por los remitentes originales de las fotos, vieron cómo su intimidad sexual terminó completamente exhibida en la red.

Además, en un grupo de Facebook llamado “Toda Ensenada” se han publicado diversas fotos de mujeres desnudas de manera esporádica, con la intención de “quemar” a las susodichas. Ya ni hablar de los “grupos de quemados” que mencionara Jesús en determinada parte de las entrevistas.

Con todo esto sólo quiero hacer un llamado a atender un fenómeno que, desde mi perspectiva, apunta a masificarse y extenderse por toda la población en los próximos años. Ya es suficiente con el espionaje masivo que realizan las agencias de inteligencia norteamericanas, y el acceso a nuestra información privada que pagamos voluntariamente (para su venta a empresas de mercadeo) a cambio de usar las plataformas digitales, para que encima la sociedad civil venga a volvernos más paranoicos con el resguardo de nuestra intimidad.

Pocos quedamos hoy que no volquemos nuestra vida privada en las redes sociales. Yo incluso me he llegado a sentir un excluido social, un anormal por negarme a exhibir todo lo que hago en el espacio digital; en mi opinión, muchos de nuestros momentos íntimos nunca debieron llegar a la red, mucho menos a un público tan amplio como los maneja la mayoría.

La intimidad no debería ser de escrutinio público, no tendríamos por qué estar a la expectativa de que una masa de personas a las que en el fondo no les importa el desarrollo de nuestra vida personal aprobese nuestra relación amorosa, no tendríamos por qué estar revelando tanto de nosotros mismos para demostrar que “existimos”. De todo lo “incorrecto” que encontré a lo largo de esta investigación seguiré escribiendo, porque si algo saco de este trabajo, es que sólo la intervención de actores sociales críticos y reflexivos en la vida social pueden generar los cambios que tanto necesitamos como país y como humanidad.

6.6 Últimas aclaraciones y observaciones

Cabe aclarar que desde que se realizó el trabajo de campo de esta investigación, ha habido cambios sustanciales en plataformas virtuales como Facebook (por ejemplo, la incorporación de nuevos emojis en el botón de Me Gusta), lo que se sólo nos habla de la necesidad de seguir investigando las redes sociales y sus usos por parte de los adolescentes y las nuevas (y viejas) generaciones.

Otra aclaración final es que a lo largo de este trabajo utilizamos un concepto de identidad que fue de mucha utilidad, sin embargo, nos dimos cuenta de que quizás sería mejor trabajar con el concepto de *identidad digital*, debido a la delimitación del mundo virtual que permite al momento de tratar este concepto. Quizás en futuras investigaciones sea conveniente revisar la literatura y ver la viabilidad de incorporar este concepto en las reflexiones sobre la extimidad.

Los hallazgos de esta investigación nos llevan a explorar los temas aquí expuestos a partir de otros autores y marcos teóricos. Sería buena idea, por ejemplo, incorporar las ideas de Victor Turner sobre el *self* y el *escenario* en los planos virtuales, o, como ya mencionamos, hacer un análisis de cómo la dinámica de aprobación y desaprobación de lo exhibido se relaciona con la teoría de Bourdieu con respecto a la construcción social del gusto. Sin embargo, creo que el autor que más podría aportar a este estudio sería Michel Foucault, pues sus estudios sobre la vigilancia, el control que ejerce el panóptico y las sociedades disciplinarias gritan ser retomadas para analizar varios de los fenómenos aquí descritos.

Por último, es necesario precisar nuevamente que este estudio no es representativo de todos los jóvenes, pues los hallazgos aquí presentados son el resultado de una combinación muy particular de variables, y el estudio no cuenta con los datos suficientes para deducir generalidades a partir de lo aquí expuesto. Muchos menos tomando en consideración que en la actualidad, más que hablar “de la juventud”, hay que hablar de la multiplicidad de juventudes y culturas juveniles.

7. AGRADECIMIENTOS

Quisiera finalizar (ahora sí) con algunos agradecimientos a quienes hicieron posible este trabajo. Me despido con mil agradecimientos para mi asesora de Tesis, la Dra. María Alejandra, sin cuya ayuda y asesoría este trabajo no hubiera sido capaz ni siquiera de establecer objetivos de investigación claros, precisos y concisos, y sin cuyas revisiones constantes el presente trabajo jamás hubiera progresado. Compartir con ella la oportunidad de realizar una tesis es algo que no olvidaré jamás, tanto por las ideas que compartimos como por el aprendizaje gigantesco que me llevo de toda esta experiencia, que me consta será de gran utilidad para mi futuro profesional, académico y humano.

También quiero agradecerles a mis profesores de la universidad. A la Dra. Nelly Calderón, una maravillosa persona, profesora y ser humano, a quien le extiendo enormes agradecimientos por abrirme su corazón y su mente y permitirme explorar con emoción los intrincados caminos de la investigación social, así como por introducirme a un autor cuya lectura fue decisiva para iniciar este trabajo: Michel Foucault.

A Karla Nadia, por enseñarme que el pensamiento crítico es una de las últimas armas que nos quedan a los universitarios para luchar contra un capitalismo neoliberal salvaje, despiadado y brutal. A Nina Martínez, por brindarme tan buenas experiencias académicas y sociales a lo largo de la carrera, y siempre motivarnos para seguir creciendo como estudiantes y seres humanos.

Quisiera agradecerles también a mis padres, quienes con su apoyo y amor incondicional hicieron posible mi acceso a la universidad, y me permitieron cambiar de carrera después de un escoger una carrera equivocada (pensar que podría haberme quedado estudiando gastronomía...). Gracias a ellos encontré la carrera ideal para mí: La licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

Mis hermanos, con su amistad y nuestras infinitas conversaciones también jugaron un papel fundamental en el desarrollo de las ideas aquí expuestas, y por ello también les doy mil gracias. De igual manera le agradezco a mis amigos, pero son tantos que extenderé mis gracias a todos aquellos que me acompañaron durante la realización de este trabajo, ya fuese compartiendo una conversación, un cigarrillo, una cerveza o unos minutos de su tiempo para contemplar la vida pasar.

Además quisiera extender mis agradecimientos a Paola Ponce, mi pareja sentimental durante la redacción de este trabajo de investigación, quien me acompañó de cerca en la elaboración de este trabajo. Probablemente ella mejor que nadie sepa todo el esfuerzo, dedicación y sufrimiento que tomó sacar adelante esta tesis de licenciatura. Con ella atravesé muchas crisis, con ella compartí muchos duelos, con ella me desahugué casi a diario por más de un año y medio, y por eso le debo infinitas y eternas gracias. Sin su

ayuda, apoyo y persistencia en que me enfocara y retomara esta tesis, quizás nunca hubiera terminado este trabajo.

Finalmente pero para nada menos importante, quisiera agradecerle a los jóvenes que participaron conmigo en la realización de esta investigación. A ellos les pertenecen todas estas páginas, son ellos quienes me abrieron su mundo y me permitieron acercarme nuevamente a esa realidad tan turbulenta que representa la adolescencia. Mil gracias a todos los adolescentes cuya historia está expuesta aquí; en ustedes encontré inspiración para seguir caminando.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bauman, Z. y Lyon, D. (2013). *Vigilancia líquida*. 1era Ed. Buenos Aires: Paidós.
- Caldevilla, D. (2010). Tipología, uso y consumo de las redes en la sociedad digital. Disponible en: *Documentación de las Ciencias de la Información* ISSN: 0210-4210 2010, vol. 33, 45-68
- Castañeda, L. y Gutiérrez, I. (2010) Redes Sociales y otros tejidos online para conectar personas. En Castañeda, L. (Coord.): *Aprendizaje con Redes Sociales. Tejidos educativos en los nuevos entornos*. Sevilla: MAD Eduforma.
- Christofides, E., Muise, A. y Desmarais, S. (2009) *Privacy and Disclosure on Facebook: Youth & Adults' Information Disclosure and Perceptions of Privacy Risks*. University of Guelph. Disponible En: <https://www.ontariosciencecentre.ca/Uploads/researchlive/documents/OPC-FinalReport-FacebookPrivacy.pdf>
- Foucault, M. (2002) *Vigilar y castigar: nacimiento de la prisión*. 1ra ed. Buenos Aires: Siglo XXI Editores Argentina.
- Martínez, G. (1993) Un acercamiento metodológico a la investigación cualitativa. Disponible en: *Sinéctica Revista Electrónica* ISSN 1665-109x No. 3, 1-12
- McCombs, M. (1996): "Influencia de las noticias sobre nuestra imagen del mundo", p. 13-34, en Bryant, J y Zillmann, D. (comps.), *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*, Barcelona: Paidós.
- Morduchowicz, R. (2012) *Los adolescentes y las redes sociales. La construcción de la identidad en Internet*. 1ra Ed. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Núñez-Gómez, P.; García-Guardia, M.-L. & Hermida-Ayala, L.-A. (2012): Tendencias de las relaciones sociales e interpersonales de los nativos digitales. Disponible en: *Revista Latina de Comunicación Social*, 67. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, p. 179-206.
- Ortega, S. y Gacituá, J. (2008) Espacios interactivos de comunicación y aprendizaje. La construcción de identidades. Disponible en: *Rusc Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento* Vol. 5 No. 2 ISSN 1698-580x
- Oliva, C. (2012) *Redes sociales y jóvenes: una intimidad cuestionada en Internet*. Disponible en: *Aposta Revista de Ciencias Sociales* ISSN 1696-7348 2012 No. 54
- Prensky, M. (2001) Nativos Digitales, Inmigrantes Digitales. En *On the Horizon* (MCB University Press, Vol. 9 No. 6 December 2001)

Reguillo, R. (2010) La condición juvenil en el México contemporáneo. Biografías, incertidumbres y lugares. Disponible en: Rossana Reguillo (coord.), *Los Jóvenes en México* (pp. 395-429). México: Fondo de Cultura Económica.

Rincón, R. (2009, 24 de marzo). *Tu “extimidad” contra mi intimidad*. *El País*. Consultado el 27 de Septiembre de 2015 en:

http://elpais.com/diario/2009/03/24/sociedad/1237849201_850215.html

Sánchez, A. (2010) Vigilancia y control de riesgos en redes sociales. Disponible en: *Sociedad y Utopía*, Revista de Ciencias Sociales No. 36, 173-192

Sierra, F. (1998). Función y sentido de la entrevista cualitativa en la investigación social. Disponible en: Galindo Cáceres, J. (coord.), *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación* (pp. 277-354). Naucalpan de Juárez, México: Pearson Addison Wesley

Taylor, S. J. y R. Bodgan (1987) Introducción. Ir hacia la gente. Disponible en: *Introducción a los métodos cualitativos de investigación* (p. 15-27). España: Paidós.

Tello, L. (2013) Intimidad y “extimidad” en las redes sociales. Las demarcaciones éticas de Facebook. Disponible en: *Comunicar* No. 41, v. XXI, 2013, Revista Científica de Educomunicación; ISSN: 1134-3478; p. 205-215.

Valenzuela, J. (2009) Introducción: Decálogo para repensar las certezas. Disponible en: José Manuel Valenzuela (coord.), *El futuro ya fue. Socioantropología de l@s jóvenes en la modernidad* (p. 19-49). México: Colegio de la Frontera Norte.

Winocur, R. (2012) La intimidad de los jóvenes en las redes sociales. Transformaciones en el espacio público y privado. En *Revista TELOS* (Cuadernos de Comunicación e Innovación). Abril-Junio p. 1-9.