

LA FORMACIÓN DE LA IDENTIDAD A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES. ANÁLISIS MEDIANTE LA ETNOGRAFÍA VIRTUAL

*María Teresa Alvarado Medellín
Carla Beatriz Capetillo Medrano*

Resumen

En México, los adolescentes son quienes invierten más horas del día utilizando alguna red social, específicamente *Facebook*. Hablar de formación de la identidad es transitar por caminos difíciles de entender y explicar, cuando es el contexto el que ejerce una influencia determinante en gran parte del recorrido y alineación de los sujetos. La identidad y los roles son necesarios dentro de los diferentes grupos sociales porque permiten establecer y representar diversos papeles en nivel estructural, con ello se legitiman conceptos como hombre, mujer, papá, mamá y hermanos, entre otros. Es imposible pensar la identidad sin el concepto de cultura, pues están inscritas en un mismo rubro. La cultura ofrece al individuo un conjunto de símbolos –lenguaje, vestimenta, emblemas, ritos, fiestas, etcétera–, el cual es investido de significado por el grupo social, este proceso permite el reconocimiento de los iguales y reconoce la diferencia de los otros, los extranjeros; es decir, dota de pertinencia a los integrantes de una comunidad.

Se plantea realizar una investigación de tipo cualitativo con alumnos de primer grado de la secundaria de la Universidad Autónoma de Zacatecas, utilizando como metodología la etnografía virtual. Se aplicarán cuestionarios, entrevistas semiestructuradas y observaciones de las publicaciones que hacen en las redes sociales; la muestra utilizada es intencional selectiva.

Palabras clave: Identidad, *Facebook*, adolescentes.

Introducción

Actualmente, existe un desmedido interés de las personas por el internet, ya que permite hacer de todo sin salir de casa, desde contactar a algún

conocido hasta comprar los productos deseados; sin embargo, surge un fenómeno interesante cuando se observa a los adolescentes participando en las redes sociales, llámense *Facebook*, *Twitter* o *YouTube*, las más utilizadas en México (Merca2.0, 2015). Los jóvenes, a diferencia de los adultos, pasan más tiempo en alguna red social, aproximadamente 7.5 horas al día. Los chicos y chicas están al pendiente de lo que transcurre en las redes, dan un *LIKE*, suben fotografías, hacen una publicación o ven qué hace el resto de sus contactos en el ciberespacio.

Permanecer frente a una computadora implica recibir infinidad de mensajes e imágenes, cuyos significados intentan formar parte de la manera de ser o pensar de los adolescentes y niños; cometido que logran, pues la falta de madurez en sus estructuras mentales no les permite hacer un análisis real de lo que sucede. Las nuevas generaciones se enfrentan a un mundo no real, dirigido por campañas publicitarias encaminadas a generar un consumo exacerbado, en las que se refleja el ser humano como alguien inexistente, como algo imaginado. Las características físicas y de estatus que se muestran no son coherentes con la realidad; el problema de pasar mucho tiempo frente a un ordenador radica en esto, pues lo observado se interioriza y sirve para usarse en la vida cotidiana. Entonces, ¿puede ser que los patrones de conducta fomentados en las redes sociales guíen la manera de ser y el comportarse de quienes las siguen?

Las conductas y comportamientos se pueden observar en los modos de relacionarse, en la imagen y marcas que destacan, de manera especial, en el entorno. En los objetos que se utilizan cotidianamente siempre está presente una marca o logo comercial, así como la facilidad con que se compran y desechan. Las necesidades implantadas en los individuos por la mercadotecnia los llevan a pensar que requieren un celular específico, no cualquiera, sino el que garantiza su inclusión exitosa dentro de un grupo social o de amigos.

Esta investigación ofrece una explicación del interés de los jóvenes por pasar largos periodos en *Facebook* y responde a dos cuestiones: ¿qué aspectos retoman los adolescentes del ciber mundo? y ¿cómo asimilan esos elementos en su contexto, su vida cotidiana y, lo más importante, en su forma de ser? Puede ser que utilizar la red social durante muchas horas del día ayude a los estudiantes de secundaria a desarrollar un determinado rol, aunque, al estar aislado del contacto social, específicamente de los amigos, quienes lo refuerzan por medio de los juegos, tal vez se produzcan algunas modificaciones en dichos roles y, por lo tanto, en la conformación de la identidad.

Es pertinente llevar a cabo esta investigación ya que en México no se han hecho los estudios necesarios acerca del tema, a diferencia de los estudios exploratorios realizados en otros países, como España. Necesitamos datos que permitan exponer y explicar qué sucede con los jóvenes ante la influencia de *Facebook*, *Twitter* y *YouTube*. Las investigaciones hechas en otros países se enfocan en construcciones identitarias y sociales comunes al país de origen de los adultos jóvenes, o bien, con situaciones escolares y de aprendizaje. Aun así, los estudios son pocos y existen escasas –o nulas– investigaciones con adolescentes de secundaria, pues el fenómeno de las redes sociales y su vínculo con la identidad ha pasado desapercibido por los investigadores mexicanos.

Al cuantificar el tiempo que los adolescentes dedican a las redes sociales se plantean algunas preguntas como: ¿de qué manera los estudiantes construyen su identidad a través de *Facebook*?, ¿qué elementos de *Facebook* contribuyen en la formación como individuos de los alumnos de secundaria?, ¿qué estrategias docentes o sugerencias se pueden plantear para coadyuvar en la construcción de la identidad de los estudiantes a través de la red social?, ¿qué significado tienen las redes sociales para los alumnos del primer grado de la secundaria de la Universidad Autónoma de Zacatecas? y ¿cuáles son los elementos de *Facebook* que los alumnos incorporan en su vida cotidiana?

Los objetivos de esta investigación son los siguientes: conocer de qué manera los estudiantes construyen su identidad a través de *Facebook*, identificar los elementos de esta plataforma que interfieren en la formación de la identidad de los alumnos de secundaria, plantear algunas soluciones que posibiliten una mejor construcción de la identidad de los jóvenes a través de *Facebook*, definir el significado que tienen las redes sociales para los alumnos del primer grado de la Unidad Académica Secundaria de la Universidad Autónoma de Zacatecas –UASUAZ– e identificar los elementos de *Facebook* incorporados por los estudiantes en su vida cotidiana.

Desarrollo

La escuela UASUAZ se ubica en la zona conurbada Zacatecas-Guadalupe, cuenta con aproximadamente 700 alumnos, inscritos en dos turnos; el matutino cuenta con 450 alumnos y el vespertino con 250, el primer grado cuenta con la mayor cantidad de alumnos, los grupos A, B, C, van por la mañana y D, F, G, asisten por la tarde. El nivel socioeconómico de los

alumnos que estudian en la secundaria es variado, en ella confluye toda la gama de niveles sociales y económicos; en su mayoría, los jóvenes son hijos de universitarios, empresarios y una minoría son hijos de madres solteras, menciona Pineda (2015). Los estudiantes son originarios de los municipios de Zacatecas, Guadalupe y algunas comunidades cercanas a la capital como Vetagrande, Zóquite, Tacoaleche, Cieneguitas y Saucedo de la Borda. El plan de estudios es asignado por la Secretaría de Educación e incluye materias como Español, Etimologías, Matemáticas, Geografía, Ciencias, Cívica y Ética, Química, Física, Biología, Historia, Educación Física, Inglés, Artes y Tecnología; la secundaria imparte talleres ocupacionales.

La UASUAZ no elude los propósitos de reformas y transformaciones en nivel nacional, dictadas por el mercado internacional, sin embargo, mantiene características específicas y diferentes a los planteles inscritos a la Secretaría de Educación del Estado de Zacatecas –SEDUZAC-, pues se rige bajo los estatutos de las unidades académicas de la propia universidad. La reforma educativa federal que se acaba de implementar no aplica para los profesores de la secundaria, quienes en su gran mayoría tienen libertad de cátedra para impartir sus clases.

Para esta investigación es preciso analizar conceptos como identidad, cultura, redes sociales, cibercultura y generación red. El marco teórico se elabora a partir de la definición de algunos autores a dichas nociones: Giménez (2007), para abordar conceptos como identidad y cultura; Galindo (2006) y González (2003), para cibercultura, ciberespacio y ciberlenguaje; Castells (1998), para generación red y sociedad de la información; y Crystal (2002), para redes sociales. Además se revisan autores como Anzaldúa (2010) y Ramírez Grajeda.

Este trabajo es de tipo cualitativo, se basa en la recolección de datos no estandarizados (Hernández, 2010:9), y prescinde de una medición numérica, por lo que no es estadístico; la recolección de datos consiste en obtener perspectivas y puntos de vista de los participantes –emociones, prioridades, experiencias significados y otros aspectos subjetivos–. La investigación es, también, de tipo exploratorio, pues se acerca a un hecho o fenómeno relativamente nuevo o del cual se tiene poca información (Hernández, 2011). El análisis se hace mediante el interaccionismo simbólico, es decir, se busca indagar sobre las relaciones establecidas en un entorno diferente de la realidad, como *Facebook*, a través de una serie de cuestionamientos: cómo viven el ciberespacio los adolescentes; de qué manera interfiere en su vida diaria, lo que ven y escuchan, al saturar sus

sentidos de imágenes, videos e información; y cómo asimilan ese ir y venir de lo virtual a lo real.

El método utilizado es la etnografía virtual, que funciona como un módulo que problematiza el uso de internet (Hine, 2004), el cual se conecta de formas complejas con los entornos físicos que facilitan su acceso. Para tener una visión completa de lo que significa internet y de lo que ocurre en los espacios comunicativos fruto de las TIC -Tecnologías de Información y Comunicación-, la etnografía virtual permite hacer un estudio sobre los sentimientos, emociones y significados que otorgan los alumnos al ver imágenes, videos o dar un *like* en la publicación de un amigo, así como entender qué elementos toman de *Facebook* para formar su identidad. Para lograr lo anterior, resultan indispensables dos cosas: conocer cómo los adolescentes estructuran forma de ser a partir de lo que ven y escuchan en la red social; y descubrir cómo el ciberespacio y la cibercultura son incorporados en su vida cotidiana y si estos se ven reflejados en el lenguaje, forma de comportarse, actitudes y vestimenta.

Las técnicas de recolección de información consisten en observar los muros de *Facebook* de algunos alumnos, realizar entrevistas semi estructuradas y aplicar cuestionarios. Se utiliza una muestra intencional selectiva o muestra de participantes voluntarios, en la que “las personas se proponen como participantes para el estudio o responden activamente a una invitación” (Hernández, 2011:397).

Conclusiones

Dentro del proceso de investigación, se ha completado el marco metodológico, en el cual se describen los procesos de la investigación, así como los medios que permiten alcanzar los objetivos; también se detallan los instrumentos y técnicas necesarios para recopilar la información que permita entender cómo se conforma la identidad de los adolescentes a través de *Facebook*. Asimismo, se determina el marco teórico del estudio –en el que se definen algunos conceptos, como identidad, cultura, cibercultura y ciberespacio– y se diseñan los instrumentos que serán aplicados en la siguiente etapa.

Gracias al marco teórico, se concibe que la identidad se construye a partir de la interacción social, pues sin el otro es imposible entender y construir una identidad. Los otros le dan significado y dotan al sujeto de los elementos que le permiten inscribirse en el seno de una sociedad, dotada de un sinnúmero de características que la hacen única y la diferencian de los demás grupos sociales.

Bibliografía

CASTELLS, M. (1998). *La era de la información. La sociedad Red*. Madrid: Alianza editorial.

CRYSTAL, D. (2002). *El lenguaje de internet*. Madrid: Cambridge University Press.

GALINDO, G. (2006). *Cibercultura. Un mundo emergente y una nueva mirada*. México: CONACULTA/Instituto Mexiquense de Cultura.

GIMÉNEZ, G. (2005). *Teoría y análisis de la cultura*. México: Conaculta.

HERNÁNDEZ, R., Fernández, C. y Baptista, P. (1991). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.

HINE, C. (2004). *Etnografía Virtual*. Barcelona: Editorial UOC.

PINEDA, H. (2015). *Fundación de la secundaria de la UAZ*. Dirección de la secundaria.

YUS, F. (2010). *Ciberpragmática 2.0 Nuevos usos del lenguaje en Internet*. Barcelona: Ariel.