

Comunicación, cultura y educación

Nueve aproximaciones al estudio
de las tecnologías digitales



Rector General
Salvador Vega y León

Secretario General
Norberto Manjarrez Álvarez

Coordinador General de Difusión
Walterio Francisco Beller
Taboada

*Directora de Publicaciones
y Promoción Editorial*
Bernardo Ruiz López

Subdirectora de Publicaciones
Paola Castillo

*Subdirector de Distribución
y Promoción Editorial*
Marco Antonio Moctezuma
Zamarrón

UNIDAD LERMA

Rector
Emilio Sordo Zabay

*Secretario Académico
de la Unidad*
Darío Eduardo Guaycochea
Guglielmi

*Director de la División
de Ciencias Sociales
y Humanidades*
Pablo Castro Domingo

*Coordinadora del Consejo
Editorial de la División
de Ciencias Sociales
y Humanidades*
Mónica Adriana Sosa
Juarico

Gladys Ortiz Henderson
Luz María Garay Cruz
(coordinadoras)

Comunicación, cultura y educación

Nueve aproximaciones al estudio de las tecnologías digitales



Universidad Autónoma Metropolitana
Unidad Lerma/División de Ciencias Sociales y Humanidades
Juan Pablos Editor

México, 2015

Comunicación, cultura y educación : nueve aproximaciones al estudio de las tecnologías digitales / Gladys Ortiz Henderson y Luz María Garay Cruz, coordinadoras. - - México : Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Lerma : Juan Pablos Editor, 2015

1a edición

256 p. : ilustraciones ; 14 x 21 cm

ISBN: 978-607-28-0541-5 UAM

ISBN: 978-607-711-318-8 Juan Pablos Editor

T. 1. Educación y cultura - México T. 2. Comunicación en educación - México T. 3. Internet en la educación - México T. 4. Tecnología educativa - México

LB14.7 C66

Primera edición: 2015

COMUNICACIÓN, CULTURA Y EDUCACIÓN.

NUEVE APROXIMACIONES AL ESTUDIO DE LAS TECNOLOGÍAS DIGITALES

Gladys Henderson y Luz María Garay Cruz (coordinadoras)

Diseño de portada: Daniel Domínguez Michael

D.R. © 2015, Gladys Ortiz Henderson y Luz María Garay Cruz (coordinadoras)

D.R. © 2015, Universidad Autónoma Metropolitana

Prolongación Canal de Miramontes 3855

Ex Hacienda San Juan de Dios, Delegación Tlalpan, 14387, México, D.F.

Unidad Lerma/División de Ciencias Sociales y Humanidades

Avenida de las Garzas núm. 10

Col. El Panteón, 52005, Lerma, Estado de México

Consejo Editorial de la División de Ciencias Sociales y Humanidades

<cedcsh@correo.ler.uam.mx>

D.R. © 2015, Juan Pablos Editor, S.A.

2a. Cerrada de Belisario Domínguez 19, Col. del Carmen

Del. Coyoacán, 04100, México, D.F., <juanpabloseditor@gmail.com>

ISBN: 978-607-28-0541-5 UAM

ISBN: 978-607-711-318-8 Juan Pablos Editor

Esta publicación no puede ser reproducida, ni en todo ni en parte, ni registrada o transmitida, por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma y por ningún medio, sea mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia o cualquier otro, sin el permiso previo y por escrito de los editores.

La presente publicación pasó por un proceso de dos dictámenes (doble ciego) de pares académicos avalados por el Consejo Editorial de la División de Ciencias Sociales y Humanidades de la UAM-Lerma, que garantizan su calidad y pertinencia académica y científica.

Impreso en México/*Printed in Mexico*

Juan Pablos Editor es miembro de la Alianza de Editoriales Mexicanas Independientes (AEMI). Distribución: TintaRoja <www.tintaroja.com.mx>

ÍNDICE

Introducción	
<i>Gladys Ortiz Henderson y Luz María Garay Cruz</i>	9

PRIMERA PARTE

JÓVENES Y TECNOLOGÍAS DIGITALES

1. Jóvenes, dispositivos móviles y consumo de contenidos mediáticos. El ocio en los tiempos digitales <i>Luz María Garay Cruz</i>	25
2. Apropiaciones, usos y sentidos de la computadora e internet entre jóvenes estudiantes universitarios <i>Gladys Ortiz Henderson</i>	45
3. El rostro de los bachilleres a través de Facebook <i>Antonio Ponce Rojo</i> y <i>Bertha Alicia Guzmán Herrera</i>	73

SEGUNDA PARTE

PANTALLAS, AUDIENCIAS Y USUARIOS

4. Educación, familias y pantallas: una propuesta metodológica <i>Darwin Franco Migues</i>	101
---	-----

5. Audiencias fuera del clóset: antes y después de internet
Laura Ivonne Vélez Monroy 133

TERCERA PARTE

EDUCACIÓN Y HABILIDADES DIGITALES

6. Nociones sobre lo digital en el contexto de interacción
de un curso de cómputo para adultos
Óscar Enrique Hernández Razo 159
7. La importancia comunicativa de las hipermediaciones
de las(os) estudiantes del Bachillerato
Digital de la Ciudad de México
Karla Edurne Romero Ramos 185
8. Nuevos entornos de aprendizaje en la cultura digital
Daniel Hernández Gutiérrez 211
9. Redes cognitivas y competencias digitales:
propuestas para un abordaje sistémico
Gabriel Pérez Salazar, Beatriz Coss Coronado
y *Sonia O. Martínez Ayala* 233

INTRODUCCIÓN

La comunicación, la cultura y la educación son tres áreas de conocimiento muy amplias y con trayectorias sólidas y propias. Cuando hablamos de comunicación nos podemos remitir al estudio de los fenómenos de interacciones comunicativas interpersonales tanto en el ámbito verbal como en el no verbal, pero también a la investigación de problemáticas relacionadas con los medios colectivos de comunicación como la televisión o a los denominados medios digitales y los entornos en internet. El campo de la comunicación tiene ya muchos años —desde principios del siglo XX— procurando legitimar teorías, propuestas metodológicas y posturas epistemológicas que han surgido a partir de las transformaciones sociales y comunicativas que los medios de comunicación y las tecnologías informacionales¹ han ocasionado en la cultura contemporánea, tanto en el nivel social como en el nivel individual. Si bien es un solo campo el conocido o denominado como ciencias de la comunicación, éste se constituye de diversas posturas teóricas y escuelas de pensamiento, no siempre coincidentes, que han abonado ideas, propuestas y sentidos al conjunto de conocimientos de las ciencias sociales y humanidades.

¹ En este texto utilizamos los conceptos de “tecnologías informacionales”, “tecnologías digitales” y “tecnologías de información y comunicación” (TIC) como sinónimos para hacer más ágil la lectura. Si bien existe una discusión con respecto a cuál es la noción más acertada para describir los artefactos tecnológicos tales como las computadoras, las tabletas o los teléfonos celulares, últimamente los especialistas en el tema se han decantado por el término *tecnologías digitales* en la literatura relevante sobre el tema.

Una de las vertientes del campo de la comunicación se relaciona con el estudio de la cultura. El estudio de la cultura suele ser territorio de análisis y reflexión de la antropología, disciplina que desde el siglo XIX ha contribuido con sus formas particulares de aproximación etnográfica y sus miradas *desde dentro*, a la comprensión de los grupos étnicos del pasado y el presente. Si bien se reconoce el carácter complejo del estudio de la cultura como concepto clave, debido a las innumerables connotaciones que conlleva —la noción de cultura tiene más de 200 definiciones—, también se ha puntualizado que su forma de abordaje y precisión conceptual del término suele ser útil para dar explicaciones a interrogantes que tienen como eje de discusión el análisis del significado y lo simbólico. En el campo de la comunicación se han retomado las aportaciones del campo antropológico, sobre todo con la incorporación de algunas de las ideas, temas y métodos de los denominados estudios culturales, escuela de pensamiento de corte comunicativo-antropológico que surge en Inglaterra a mediados del siglo XX y que se expande en diferentes universidades del mundo con matices y anclajes propios en la segunda mitad del mismo siglo.

Los estudios culturales tuvieron el acierto de poner en el centro de la discusión la importancia de los significados y sentidos que se generan en torno a los medios de comunicación y artefactos tecnológicos, desde una perspectiva crítica, en una época en la que las teorías e investigaciones apuntaban hacia la comprensión del medio y/o tecnología en sí, sin tomar en cuenta cuáles eran las particularidades sociales, situacionales y culturales de quienes los usaban o consumían en la vida cotidiana. Más aún, uno de sus objetivos fue estudiar las formas en las que los usos y apropiaciones cotidianas podían o no generar resistencias y/o cambios en el sistema social en general.

Cuando en comunicación hablamos de cultura o queremos relacionar ambos conceptos (cultura-comunicación), generalmente se hace alusión a un enfoque que toma en cuenta no sólo el proceso comunicativo en sí o el medio o artefacto tecnológico en cuestión, sino que se interesa en dar voz a quienes se integran a tal proceso comunicativo o a quienes consumen, usan o se apropian del medio o artefacto, es decir, a las personas o sujetos sociales que viven o actúan en un contexto situacional y social específico. Asimismo, una pos-

tura *sociocultural* en comunicación —como también se le conoce— implica una visión crítica que de manera integral procura estudiar los momentos de uso, consumo, apropiación, recepción —o como se le quiera denominar al momento en el que la gente tiene frente a sí una televisión o un teléfono celular— en un contexto histórico y social más amplio, contexto en el que impera cierto modo económico y social de producción y/o ciertas políticas y formas de gobierno que moldean e inciden de alguna forma en esos usos y apropiaciones.

Otra de las vertientes del campo de la comunicación es la que se relaciona con los fenómenos educativos. Así como el de la cultura, el campo educativo tiene también sus propias teorías y formas de análisis muy particulares. La educación es quizás el más arcaico de los campos de estudio —si lo relacionamos con los anteriores— pues implica la reflexión sobre las formas de enseñar y aprender que han existido desde que el ser humano realiza ejercicios de esta índole en las culturas más antiguas. Sin embargo, como disciplina científica, al igual que la antropología, se inaugura en el siglo XIX, cuando se plantea como eje articulador el método propuesto por la sociología y la psicología.

La relación entre comunicación y educación (CyE) no es novedosa en realidad, sin embargo sigue siendo un tema complejo de abordar pues las fronteras entre ambas disciplinas siempre están presentes y es un tema que se ha estudiado frecuentemente; dicha relación ha sido construida desde dos campos de conocimiento: el de la educación y el de la comunicación, por lo tanto existen diversos trabajos e investigaciones cuya mirada parte de ambas disciplinas. En el ámbito de la educación ha sido frecuente que este vínculo se aborde a partir de la enseñanza mediada por tecnologías de comunicación, tanto en la educación formal como en la no formal y la informal; también son abundantes los estudios que dan cuenta de los procesos comunicativos entre los diferentes actores que conviven en las instituciones educativas; se han generado varias temáticas de interés en este campo, pero las más frecuentes en el análisis son: *a*) la educación para los medios y *b*) la educación mediada por recursos mediáticos (y tecnología digital).

La educación para los medios es un tema que cobró fuerza a partir de los años noventa, específicamente el de la investigación de recepción de los medios, formación de receptores críticos y uso didáctico

de los medios de comunicación colectiva en el aula. Estos enfoques tenían la finalidad de formar a los profesores de educación básica como receptores críticos frente a los medios y desarrollar en ellos habilidades didácticas para diseñar estrategias de intervención pedagógica en sus aulas aprovechando los mensajes de los medios.

Esta línea de investigación generó y sigue generando interés entre distintos profesionales tanto de la comunicación como de la educación, y ha ofrecido un espacio importante para desarrollar proyectos de investigación relacionados con los efectos de los medios en los niños, la mediación pedagógica y su relación con los medios, así como el papel de la escuela como mediadora, entre otros.

Precisamente, la corriente de la educación para medios es una vertiente vinculada con los estudios culturales que en sus orígenes tuvo la finalidad de dotar a las audiencias de herramientas que les permitieran “resistirse” a los contenidos mediáticos y/o formar receptores críticos. En la actualidad, la llamada alfabetización o educación para los medios se concibe como una forma de preparar a los niños y jóvenes (ya no solamente a los docentes) para que puedan tomar decisiones más acertadas con respecto al uso de los medios, sin tratar de adoctrinarlos o protegerlos, pues se reconoce su capacidad crítica, de sujetos pensantes.

En América Latina existe una amplia tradición de esta área de estudio, a la que recientemente se ha nombrado *educomunicación*, pues finalmente estamos ante un nuevo campo en el que confluyen dos áreas de estudio: las ciencias de la educación y las de la comunicación. Este campo tiene tintes más locales al tratar de colocar a los medios de comunicación y tecnologías informacionales como herramientas que pueden empoderar a los niños y jóvenes estudiantes para cambiar su entorno social, no como elementos negativos, sino como potenciadores de su creatividad, inteligencia y sentido crítico.

Si bien la educación para los medios se planteaba como una necesidad importante en el pasado —sobre todo con el surgimiento de la televisión y la seducción que producen sus mensajes—, hoy en día vuelve con mayor ímpetu esta demanda debido a la proliferación de las denominadas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) como internet, las tabletas y los teléfonos celulares. La educación para los medios entonces amplía su horizonte: ahora los ni-

ños y jóvenes ya no sólo están rodeados de contenidos mediáticos que provienen de los medios de comunicación como la televisión o la radio, sino de lenguajes, textos y recursos simbólicos que provienen de fuentes más ubicuas como internet y los múltiples entornos digitales que la componen. Con el auge de las tecnologías digitales, existe un traslado en el discurso sobre educación en medios hacia la denominada alfabetización digital; en ésta las problemáticas educativas que atañen a la comunicación se miran desde puntos de vista que fusionan las viejas teorías con los nuevos enfoques que tienen a la convergencia digital como denominador común.

Este escenario de la comunicación en la educación cobra gran relevancia pues existe una discusión reciente sobre el concepto de receptor crítico, concepto acuñado o relacionado con los medios de comunicación tradicionales (radio, prensa y televisión) que deja de lado el hecho de que los actores sociales actualmente están insertos en contextos multimediáticos que integran tecnologías como la computadora, internet, *gadgets* móviles como el iPod, el teléfono celular y otros, lo cual ha llevado a los estudiosos de la comunicación a repensar la concepción de las audiencias y transitar al concepto de usuarios, que está más relacionado con el uso y consumo de contenidos mediáticos a través de dispositivos digitales.

Ciertamente, el arribo de las TIC al panorama mediático ha complejizado la forma de abordar las problemáticas que se trabajan desde el campo de la comunicación en sus vertientes cultural y educativa. Estas tecnologías digitales han traído nuevas discusiones sobre viejos problemas, tales como la relación cotidiana de la gente con los medios colectivos y sus contenidos y/o cómo la educación se puede nutrir de los aportes comunicativos que proporcionan los medios.

Si bien desde hace varios años se reconoce imposible el que una sola disciplina pueda responder las interrogantes que nos plantea el mundo social contemporáneo, hoy más que nunca hacen falta miradas más profundas que no tomen en cuenta un solo campo y una sola pauta a seguir, sino el abordaje interdisciplinar e incluso transdisciplinar, para poder dar respuesta desde posturas interpretativas y/o explicativas más amplias.

Desde las ciencias de la comunicación, por su objeto de estudio y por su propia conformación histórica, se sabe que un fenómeno puede ser comprendido desde distintas visiones y métodos, y ha estado

abierta a incluir en sus propuestas disciplinares elementos provenientes de otras asignaturas, tal y como ha incorporado perspectivas socioculturales y/o también temáticas educativas. De esta forma, las temáticas relacionadas con el campo de la comunicación, la cultura y la educación han sido retomadas por especialistas de diversas disciplinas como la antropología, la sociología y la pedagogía, entre otras; sus rutas se han encontrado en distintos momentos y se han compartido enfoques teóricos y metodológicos que han aportado importantes claves para la comprensión de diversos fenómenos sociales.

En las últimas décadas, numerosas reflexiones e investigaciones sobre problemáticas educativas se han nutrido del enfoque cultural y del enfoque comunicacional para comprender las transformaciones que se han producido a partir de la inserción de las tecnologías digitales en el aula y los hogares, en las dinámicas de interacción entre los sujetos y en las prácticas de consumo de contenidos mediáticos y los tiempos de ocio, entre otras actividades.

Otra temática clave del campo de la comunicación y la educación es el referido a la forma en que los medios de comunicación y las tecnologías digitales pueden ser herramientas útiles para potenciar el proceso educativo. Los contenidos más comunes en este escenario ven los medios y las TIC como herramientas que pueden apoyar el proceso educativo en los sistemas presenciales, mixtos o a distancia. Es justo en este escenario en donde se da una interesante discusión sobre si los futuros especialistas en educación, comunicación y psicología (en este caso pensemos de manera más amplia y no solamente en docentes) deben aprender a producir contenidos y a usar recursos mediáticos y tecnologías digitales, o si es mejor que los educadores y especialistas sean capaces de evaluar materiales ya existentes y sumarlos a sus estrategias de trabajo. Sea cual fuere la postura, lo que es importante señalar es que un componente relevante para realizar alguna de las dos actividades antes señaladas implica tener una concepción adecuada del potencial educativo de los medios y las tecnologías.

Queda clara entonces la importancia de reconocer que el encuentro de la comunicación, la cultura y la educación constituye un campo muy amplio y con muchas vetas que analizar; sin embargo, es necesario hacer algunos recortes y delimitaciones que nos permitan acercarnos más al análisis de algunas prácticas sociales específicas

que involucran a las tecnologías digitales de comunicación y los medios de comunicación colectiva, sin olvidar trabajos que vuelven la mirada a escenarios en donde la comunicación interpersonal y la comunicación en la familia son escenarios clave para comprender la incorporación de las tecnologías digitales en la sociedad y las prácticas comunicativas de las personas.

El objetivo de este libro es dar a conocer trabajos de investigación recientes e inéditos que han dado cuenta de diversos estudios desde las miradas antes mencionadas, que ofrecen perspectivas novedosas en cuanto a temáticas de tradición en el campo de estudio de la comunicación y que han generado información a partir del uso de diversas estrategias metodológicas, además de mostrar escenarios interdisciplinarios de explicación de distintas acciones comunicativas en ámbitos cotidianos, domésticos y educativos.

El estudio de las redes sociales, la interacción en entornos digitales, la apropiación de las tecnologías, las negociaciones de contenido, los roles sociales y las reglas de comunicación, son temáticas que deben seguir siendo analizadas por estudiosos del campo de la comunicación, la educación y la cultura, para poder comprender y dar cuenta de nuevas y viejas prácticas de uso, consumo y apropiación de medios y contenidos digitales.

En ese orden de ideas, las tecnologías digitales son el eje que articula los textos que a continuación se presentan, los cuales se organizaron atendiendo ciertas similitudes entre ellos. Los textos de Ortiz Henderson, Garay Cruz, y Ponce Rojo y Guzmán Herrera, se centran en analizar escenarios y prácticas de uso de TIC entre jóvenes estudiantes de educación media y superior; estos trabajos se abordan tanto desde escenarios formales y/o escolares como en escenarios informales de interacción juvenil; los trabajos de la primera parte, titulada “Jóvenes y tecnologías digitales”, dan cuenta de los procesos de apropiación de las tecnologías digitales el consumo de contenidos mediáticos y el uso de redes sociales digitales por parte de los jóvenes.

El grupo etario denominado “juventud” es y ha sido un grupo de interés para la comunicación, tanto en su vertiente cultural como en la educativa. En este sentido, los jóvenes son sujetos de estudio que se comprenden desde sus particularidades contextuales, situacionales y culturales que de una forma u otra inciden en el cómo usan

y consumen los contenidos mediáticos y las tecnologías informacionales. Al ser el grupo de edad que, según la literatura relevante en el tema, más se acerca a las tecnologías a través de la apropiación de redes sociales como Facebook, ofrece una gran cantidad de preguntas de investigación y reflexiones sobre cómo usan, se apropian y/o consumen los jóvenes estas tecnologías. Los textos de esta primera parte nos muestran tres distintos planteamientos que tienen el objetivo de dar a conocer la relación jóvenes-tecnologías digitales desde una perspectiva sociocultural, con la finalidad de abonar a la discusión actual sobre el uso de artefactos tecnológicos tanto en el plano teórico como en el metodológico.

Luz María Garay Cruz expone un trabajo en el que analiza el uso de dispositivos móviles y el consumo de contenidos mediáticos digitales entre los jóvenes universitarios para comprender cómo están cambiando las prácticas de consumo de programas informativos y de entretenimiento, y atiende también una discusión actual sobre la concepción existente sobre la generación de jóvenes que han sido nombrados de distintas maneras: Generación X, Generación Click, *Millennials*, entre otros. Sin duda la entrada de todos esos *gadgets* en la vida cotidiana de los jóvenes ha generado una serie de cambios en su manera de relacionarse con la familia, los amigos y los compañeros de colegio, y también en sus actividades escolares y su tiempo de ocio; han generado rutinas y horarios que incluyen casi todo el tiempo el uso de estos dispositivos, en especial con la inserción de dispositivos móviles; de eso da cuenta el texto. Se presentan testimonios de estudiantes universitarios que dan cuenta de sus hábitos de uso y de consumo de contenidos mediáticos en diferentes *gadgets*.

Por su parte, Gladys Ortiz Henderson presenta el fragmento de una investigación de carácter etnográfico, elaborada entre 2007 y 2011, que tuvo como objetivo indagar cómo los jóvenes universitarios usaban y se apropiaban de la computadora y de internet en su vida cotidiana. El documento presenta una aproximación antropológica a los artefactos objeto de estudio: la computadora e internet; la noción de *apropiación* y un recuento de las teorías de la comunicación que se han centrado en el estudio de los medios y tecnologías comunicacionales hasta llegar a los estudios culturales, perspectiva en la cual se analizan los significados que la gente otorga a los artefactos en su vida cotidiana y sus prácticas de uso para comprender

cómo estos significados suelen ser, en muchas ocasiones, opuestos a lo que los productores tenían planeado. La autora compara los relatos de jóvenes provenientes de dos distintos niveles socioeconómicos para dar cuenta de cómo el acceso y la apropiación tecnológica resulta desigual en las diversas y contrastantes juventudes mexicanas.

Antonio Ponce Rojo y Bertha Alicia Guzmán Herrera muestran los resultados de una investigación realizada con jóvenes de bachillerato en un plantel del Colegio de Bachilleres del Estado de Jalisco (Cobaej). A través de la red social en línea Facebook, se buscó relacionar la estancia de los jóvenes en la red social virtual con su vida cotidiana como una manera actual de presentación por parte del joven ante la sociedad, ya que es un escenario en el que se presenta de la forma en que quiere ser reconocido; asimismo, utiliza Facebook como un medio para buscar la aceptación por parte de los demás y el apoyo en decisiones que lo van formando como un individuo social. Los comportamientos como aceptación y presentación constante hacen referencia a la forma en que, según algunos autores, el individuo va construyendo su identidad social personal; es por ello que el análisis de los datos que arrojaron las series de procedimientos metodológicos han sido analizados bajo el escrutinio de categorías que se desprenden de planteamientos teóricos de autores como Peter Berger, Thomas Luckmann y Gilberto Giménez, entre otros.

En la segunda parte, titulada “Pantallas, audiencias y usuarios”, se presentan los documentos de Franco Mígues y Vélez Monroy, quienes atienden las relaciones y la negociación de adolescentes y jóvenes con las múltiples pantallas existentes en sus dinámicas de vida cotidiana. Si bien en parte los sujetos de estudio siguen siendo los jóvenes, los autores se centran más en la reflexión teórico-metodológica sobre el consumo de los contenidos televisivos y el replanteamiento de éste a partir de la llegada de las tecnologías digitales. Ambos escritos presentan una visión fresca que complejiza la comprensión de la relación pantallas-audiencias-usuarios, teniendo como eje rector la denominada convergencia digital que ha sido posibilitada por el arribo de las TIC a la vida cotidiana de las familias mexicanas.

El texto de Darwin Franco Mígues propone un recorrido por la situación actual de las familias mexicanas en relación con la posesión de bienes tecnológicos dentro del hogar, así como el tipo de compli-

caciones educativas a las que a diario se enfrentan al tratar de regular, acompañar o tutelar el uso familiar de las pantallas que hoy habitan en los hogares mexicanos. El autor se centra sobre todo en comparar un esquema metodológico que permite a otros investigadores interesados en el tema analizar las dinámicas que actualmente existen entre familias, educación y pantallas. Dicha propuesta metodológica gira en torno a la conceptualización de cuatro categorías analíticas: *a)* biografías mediáticas, *b)* trayectorias mediáticas familiares, *c)* migraciones tecnológicas y *d)* estrategias educativas.

Por su parte, Laura I. Vélez Monroy integra una revisión conceptual de audiencias y usuarios para posteriormente analizar un caso específico de un entorno de *websites*. Para la autora, el factor de cambio en la concepción de las audiencias es internet: su emergencia y apropiación sin duda han requerido que los miembros de las distintas audiencias desplieguen competencias digitales para aprovechar al máximo la oferta de contenidos que difunde cada vez con mayor densidad; la autora señala que al propagarse la apropiación de internet, las competencias digitales requeridas para acceder al uso de las redes —y los dispositivos que las sustentan—, implicaron calificar a los individuos que las poseen como *usuarios*, un término que se hizo extensivo también a aquellos que acceden a la web para consumir productos audiovisuales.

Una tercera parte, a la que llamamos “Educación y habilidades digitales”, está integrada por documentos más centrados en procesos educativos en los cuales la inserción de las TIC ha sido clave. En este apartado se integraron trabajos que dan cuenta de diversas concepciones de escenarios físicos como las aulas de clases y la inserción de las tecnologías digitales, otros presentan discusiones sobre las posibilidades de interacción entre actores educativos a través de recursos digitales y, por supuesto, se presentan reflexiones en torno al desarrollo de las habilidades y competencias digitales. Como se podrá observar, este apartado tiene una relación más estrecha con la comunicación en su vertiente educativa, pero sin dejar de lado las cuestiones culturales, pues presentan casos de estudio en los que sujetos reales, tales como adultos y/o jóvenes, son parte de un entramado que tiene la finalidad de dotar de elementos teóricos, metodológicos y empíricos a la discusión contemporánea sobre las TIC en el contexto educativo.

En el texto de Óscar Enrique Hernández Razo se analizan las nociones relacionadas con las posibilidades de uso de la computadora e internet en un curso de cómputo para jóvenes y adultos impartido en un centro comunitario de la ciudad de México. Se muestra que las posibilidades de uso de la computadora e internet que se promueven resultan limitadas, ya que sólo tienen sentido en el contexto del curso, lo que limita las posibilidades para que los jóvenes y los adultos se beneficien de lo aprendido en otros espacios y situaciones de uso de tecnología. Los datos analizados se enmarcan, teóricamente, en un paralelismo entre el debate sobre las consecuencias de la lectoescritura y lo que actualmente se plantea sobre los alcances del dominio de las TIC. Se establece que tal y como lo muestran algunas investigaciones de corte sociocultural, existen múltiples formas de leer y escribir que se relacionan con los contextos en los que la lectoescritura tiene lugar y en los que se articulan múltiples factores.

Por su parte, Karla Edurne Romero Ramos presenta un texto cuyo objetivo es discutir la importancia comunicativa del análisis de las hipermediaciones entre jóvenes estudiantes en la modalidad a distancia del Bachillerato Digital de la Ciudad de México, a partir del estudio de las materias en línea y el uso de las herramientas de comunicación de la plataforma educativa. La autora hace un especial énfasis en discutir sobre conceptos como la hipermediación y la interacción como temas clave de la educación a distancia en línea.

El capítulo de Daniel Hernández Gutiérrez pone a discusión un asunto clave en el escenario de los estudios de la educación y las TIC: el aula de clases. De acuerdo con el autor, se ha señalado últimamente que el aula de clases quizá sea en su diseño, práctica y organización, uno de los lugares que menos alteraciones ha sufrido durante cientos de años. Sin embargo, el desarrollo de las TIC enfatiza en los modelos educativos una demanda ineludible de evolucionar, de aquella formación que servía a una sociedad industrial a otra que prepare a los jóvenes para desenvolverse en los terrenos de una sociedad conectada, de conocimientos distribuidos y diversos modos de aprendizaje. El trabajo que presenta Hernández parte de reconocer la importancia del escenario físico del aula como un elemento que interviene en el rendimiento y la motivación de los estudiantes. En la medida en que las tecnologías digitales han favorecido nuevas dinámicas de interacción, el objetivo de este estudio

es sistematizar las recientes investigaciones que se articulan alrededor del uso del espacio como un recurso capaz de romper con los modelos convencionales hacia otras forma de concebir los entornos educativos en la sociedad digital.

Finalmente, el documento elaborado por Gabriel Pérez Salazar, Beatriz Coss Coronado y Sonia O. Martínez Ayala tiene como objetivo central argumentar la pertinencia que tiene la noción de *redes cognitivas* para el estudio de las competencias digitales, desde una perspectiva sistémica. A partir de una breve revisión de la forma en que han sido definidas dichas competencias, los autores muestran la manera en que diversas metodologías empleadas para su evaluación destacan el papel activo del sujeto en la solución de problemas, a través del uso de las TIC. Plantean que dicha noción permite identificar el entramado cognitivo del que cada usuario echa mano en relación con actividades como la búsqueda, discriminación y selección de información en línea que le es socialmente relevante. En la parte final del trabajo se presenta una propuesta que contribuye a problematizar este fenómeno desde una perspectiva compleja, que parte tanto de la cibernética como de la teoría general de los sistemas sociales. Éste es un abordaje que prácticamente no ha sido realizado en relación con la conceptualización de las competencias digitales, y en el que radica su principal aportación al estado de la cuestión.

Comunicación, cultura y educación: tres amplias áreas que confluyen y se soportan una a la otra para dar respuesta a interrogantes que surgen cuando miramos a nuestro alrededor y observamos los cambios y también las continuidades originadas por las tecnologías digitales, tanto en la vida cotidiana como en los contextos formales y/o educativos, tanto en los grupos etarios de jóvenes como en los adultos y niños, tanto en el salón de clases como en la calle, los barrios y las plazas. Estos cambios y continuidades nos hacen poner sobre la mesa la validez de las teorías tradicionales del campo de la comunicación y de los nuevos aportes conceptuales y teóricos de las escuelas de pensamiento surgidas de manera más reciente con la aparición de la convergencia digital. Asimismo, estas transformaciones ponen al descubierto la importancia de la generación de conocimientos no sólo disciplinares, sino también inter y transdisciplinares, pues resulta crucial el aporte que una y otra disciplina pueden

recuperar tanto de manera unitaria como en la combinación con las otras disciplinas.

En total, este volumen se compone de nueve miradas hacia problemas contemporáneos de investigación que involucran a las tecnologías digitales, miradas que, con distintos matices y niveles de integración teórico-metodológica, tienen el cometido de dar respuesta a algunas interrogantes actuales válidas en los campos comunicativo, cultural y educativo; más aún, tienen la impronta de dejar como legado numerosas preguntas que surgieron en su elaboración y que aún no tienen ni respuestas definitivas, ni consensuadas, y que más que llegar a conclusiones nos llevan a abrir nuevos horizontes para la reflexión.

Gladys Ortiz
Luz María Garay

PRIMERA PARTE
JÓVENES Y TECNOLOGÍAS DIGITALES

3. EL ROSTRO DE LOS BACHILLERES A TRAVÉS DE FACEBOOK

Antonio Ponce Rojo*
Bertha Alicia Guzmán Herrera**

INTRODUCCIÓN

El presente artículo presenta evidencias relacionadas con las nuevas formas de comunicación entre los individuos, específicamente entre los jóvenes que cursan el bachillerato. Esas formas de comunicación se han vuelto, hoy en día, una forma de convivencia constante como parte de la socialización cotidiana de los jóvenes.

Debido a este auge de las maneras de utilizar las redes sociales en línea como parte de la socialización, y por ende una manera que los jóvenes utilizan para presentarse ante los demás, en este artículo se busca argumentar la importancia de las redes sociales en línea como escenario moderno donde se construye la identidad personal de cada uno de los que ahí se exponen; para dicha sustentación se mencionan las aportaciones teóricas de algunos autores que han tratado el tema de la identidad, la construcción de la realidad social, y de autores que han analizado las formas en que los individuos se presentan y se perciben ante la sociedad, a manera de hacer una comparación de lo que ellos han descrito como las formas de construir la identidad personal en los individuos y lo que sucede en la interacción en las redes sociales en línea en nuestros días.

* Psicólogo con Maestría y Doctorado en Ciencias del Comportamiento por la Universidad de Guadalajara; profesor-investigador titular en el Departamento de Estudios en Educación de la propia Universidad de Guadalajara, México.

** Maestra en Investigación Educativa por la Universidad de Guadalajara, México.

Siendo el punto de análisis un grupo de personas específicas a las que se estudió, se presenta de manera breve una contextualización de las situaciones sociales, económicas y familiares en que se encontraban los sujetos de la investigación en el momento del estudio. Asimismo, se cita a autores que han estudiado a grupos de jóvenes en el bachillerato, con la intención de ubicar los intereses y formas de desenvolverse en la etapa juvenil, haciendo comprensible la trascendencia, durante esa etapa, de las maneras de socializar, las cuales se mencionan como formas de construir la identidad personal social de los jóvenes bachilleres.

Por último, se presentan los resultados de la investigación a través del análisis realizado a una red social virtual en Facebook por medio de imágenes y textos compartidos en los perfiles de los informantes que conforman dicha red. En el mismo apartado se expone la relación directa de la teoría y el análisis en campo de 52 perfiles de Facebook con jóvenes bachilleres de una escuela pública del estado de Jalisco.

LA LLEGADA DE LAS TECNOLOGÍAS A NUESTRO ENTORNO

La llegada de las nuevas tecnologías a nuestras vidas cotidianas, las cuales se han incorporado de una manera contundente en las formas de convivencia dentro de los distintos grupos sociales, abren nuevos espacios de socialización, pues la mediación de la pantalla permite una cercanía cibernética que, aunque no es igual a la cercanía física, sí nos lleva a compartir de manera simultánea o por diferencia de pequeños tiempos, en ocasiones aún más rápidos que los tiempos reales de convivencia en la vida fuera de la pantalla.

Al parecer, la convivencia se facilita debido al uso cada vez más frecuente de las nuevas tecnologías, específicamente de las redes sociales en línea, sobre todo gracias a la característica que distingue a la segunda generación de la World Wide Web (WWW), también llamada Web 2.0 (Berner-Lee, Hendler y Lassilla, 2001), en la cual internet tiene una interfaz más amigable que la primera generación de la Web 1.0, facilitando que algunos pensamientos y sentimientos se plasmen de manera gráfica o auditiva por medio de diversas aplicaciones e instrumentos que tienen adicionados ciertas redes sociales

en línea, lo que permite una interacción más explícita entre los usuarios de dichas redes sociales.

El tiempo y la forma en que se realizan esas interacciones en las redes sociales en línea hacen interesante averiguar que, debido a estas facilidades de mostrarse más enteramente como individuo social, se pueden manifestar rasgos de la personalidad de cada usuario, las cuales, en el tejido social fuera de la pantalla, abarcan la exposición y el desenvolvimiento de cada individuo construyendo realidades sociales (Berger y Luckmann, 2003), así como las maneras en que el individuo quiere ser percibido por los demás (Goffman, 1989) y lo que en la interacción fuera de la pantalla Gilberto Giménez llamó “identidad social” (1999:128). De acuerdo con estos autores, se investigó en una red social en línea, conformada por 52 alumnos de bachillerato, las maneras e intenciones con las que interactúan a través de Facebook, y que al interactuar con los demás van forjando su propia identidad social en línea.

COBAEJ, PLANTEL 11, EL CONTEXTO

Esta investigación se propuso indagar cómo algunos alumnos de bachillerato del Colegio de Bachilleres del Estado de Jalisco (Cobaej), plantel 11, al pasar gran parte de su vida cotidiana conectados en estas redes sociales en línea, como Facebook, pueden ir construyendo su identidad personal social, ya que dichas redes facilitan la presentación de la persona de una manera constante y variada mediante los instrumentos que proporcionan.

En un principio, el interés por indagar a esta población se debió a su uso constante de aparatos tecnológicos que facilitan el acceso a estos sitios en la red, una moda frecuente dentro y fuera del salón de clases. Lo anterior fue evidente desde el puesto que ocupan los autores del presente capítulo, pues en el quehacer profesional como docentes ha sido fácil observar de manera directa el uso de las tecnologías y su estancia en la red social virtual: Facebook como una práctica esencial en la vida de los bachilleres, al que le dedican cierto tiempo y esmero por actuar, presentarse y estar en contacto con sus conocidos, familiares, amigos y compañeros de la escuela.

Debido a las implicaciones de estar conectados a la red, en cierta medida se pueden escuchar comentarios de asombro y, posiblemente, quejas por parte de profesores y prefectos de bachillerato, debido al constante uso de aparatos tecnológicos durante las clases, mediante los cuales los jóvenes se encuentran conectados a este tipo de redes. Es así como la presente investigación tuvo el fin de dar un poco de luz al entendimiento de la estancia de estos jóvenes en la red social virtual Facebook que, debido a la presencia en sus vidas cotidianas, debe tener un impacto importante para la construcción de su identidad personal social. La especificidad del estudio supone un tiempo y espacio específicos y ciertas características de los bachilleres que decidieron entrar al estudio, quienes son jóvenes pertenecientes a un determinado nivel socioeconómico y que cursan el bachillerato en esta época en que las tecnologías de la información han tomado parte de la socialización juvenil.¹

El lugar donde se llevó a cabo la investigación es el Cobaej, una institución que imparte educación media superior con capacitación para el trabajo en modalidades escolarizada, a distancia (EMSaD) y abierta. La institución comenzó dando servicio en dos planteles, uno en el municipio de Tonalá y otro en el municipio de Zapopan.

Actualmente, el Cobaej cuenta con 21 planteles en varias regiones del estado de Jalisco y 65 centros EMSaD. Todos los planteles tienen en común, según el ideal de la institución, la formación del alumno en un sentido integral; por ello, en los planteles se imparten materias que incluyen actividades culturales, artísticas y deportivas.²

El plantel 11 del Cobaej se fundó el 5 de marzo de 2005 con sólo 50 alumnos. Al principio la infraestructura constaba de un par de aulas móviles dentro de las instalaciones de una escuela de enseñanza básica, alejada al lugar donde hoy se encuentran las instalaciones del plantel.

¹ Los resultados completos de la investigación, así como las bases teóricas que aquí se presentan, fueron expuestos en la tesis que para obtener el grado de maestría se presentó en diciembre de 2014 por los autores el presente capítulo en el Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad de Guadalajara. En este capítulo se presentan sólo algunos resultados desde la perspectiva de lo cualitativo.

² <<http://www.cobaej.edu.mx/cobaejweb/pagina%20principal/links/index.php?pag=qsomos>>

En el semestre 2013B, fecha en la que se llevó a cabo la investigación, se encontraban inscritos al plantel 1067 alumnos y 47 docentes, tanto docentes como técnicos académicos impartían asignaturas y talleres que se integraban en el plan formal de estudios.

Al igual que en el resto de los planteles del Cobaej, en el plantel 11 se ofrecen las siguientes especialidades en el Programa de Bachillerato:

- Capacitación para el trabajo en informática.
- Capacitación para el trabajo en electricidad.

La incursión de los alumnos a las áreas de especialidad comienza a partir del tercer semestre. En el plantel se ofrecen también cursos complementarios, llamados oficialmente “cursos paraescolares”, de los cuales los alumnos de primer a cuarto semestre deben elegir al menos uno. Los talleres impartidos en ese entonces fueron: *a)* paraescolares de tipo artístico: Dibujo, Pintura, Danza Folclórica y Teatro; *b)* paraescolares de tipo deportivo: Atletismo, Fútbol, Béisquetbol, Volibol, Porristas, Judo; *c)* paraescolares de tipo cívico: Banda de Guerra, Escoltas; *d)* paraescolares de tipo capacitación para el trabajo: Emprendurismo; *e)* paraescolares de tipo capacitación general: Primeros Auxilios.

Entre los alumnos, con la finalidad de tener una comunicación más efectiva y rápida, se han creado grupos en Facebook para diversos fines, como compartir fotos o comentarios en general acerca de algún evento deportivo, cultural o académico relacionado con su plantel. Estos grupos están divididos por salones o por materias, de manera que los integrantes de tales grupos pueden subir actualizaciones, materiales de trabajo, avisos de importancia para la comunidad y propuestas de muy diversa índole.

Por otra parte, los docentes del plantel participan también en grupos de Facebook creados con fines de soporte al trabajo de academias que se realiza en la institución. En ambos casos, estos grupos son usados por los miembros de la comunidad educativa del plantel como una de las prestaciones más dentro de sus participaciones personales en Facebook, es decir, tanto profesores como alumnos acceden a estos grupos desde sus propias cuentas personales, por lo que es inevitable que en estos espacios se den interacciones de carácter más personal.

CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD PERSONAL SOCIAL

IDENTIDAD PERSONAL SOCIAL

Para Berger y Luckmann, la identidad, construida como realidad por parte de la sociedad, y el individuo portador de ésta, es nombrada como “el yo total”, como aquello con lo que es identificado un individuo en totalidad (2003:117). De acuerdo con Rosenberg (1986: 17), la identidad personal es “el conjunto de pensamientos y sentimientos acerca de uno mismo como objeto”. Estos pensamientos y sentimientos acerca de uno mismo funcionan, de acuerdo con Altheide (2000:2), como mecanismos articuladores al interior del yo, ya que “[...] establecen aquellas cosas a partir de las cuales un sujeto es caracterizado por los otros”. Junto con la autoestima, la identidad conforma lo que se conoce como *autoconcepto*.

La identidad no es algo dado (Stone, 1981; Boyd y Ellison, 2008; Ellison, Steinfield y Lampe, 2011), sino que pasa por un proceso de construcción que es de carácter público, en el que intervienen los siguientes elementos: *el anuncio de la identidad*, que es realizado por el sujeto y hace referencia a la manera en que se da a conocer al interior de un grupo social, y *el reconocimiento de la identidad*, que hace referencia al aval que la sociedad da a la identidad anunciada por el sujeto. Stone (1981) establece que la construcción de la identidad ocurre cuando se logra la coincidencia entre las identidades anunciada y reconocida. En palabras de Goffman (1989:14), la capacidad de plasmar una impresión de la persona al momento de presentarse frente a los demás depende de dos variantes: una que es la exteriorizada por el individuo en cuestión hacia los individuos con los que interactúa, la “expresión que da”, y otra que es la “expresión que emana de él”, la cual queda para la apreciación de las personas con las que él interactúa.

De acuerdo con Giménez, la identidad dota de “distinguibilidad cualitativa” tanto a las personas como a los colectivos, ya que posibilita al mismo tiempo la diferenciación y la identificación de similitudes entre los actores sociales (Giménez, 2002 y 2004). Esta distinguibilidad cualitativa se basa en lo que Giménez llama *atributos*: “[...] el individuo se ve a sí mismo —y es reconocido— como ‘pertene-

ciendo' a una serie de atributos; como 'siendo' una serie de atributos; y como 'cargando' un pasado biográfico incanjeable e irrenunciable" (Giménez, 2005b:22). Esto implica que, además de la convicción del individuo o de un grupo por reconocerse de una manera específica, en la identidad tiene que haber un proceso de acreditación de la sociedad sobre esa identificación (Giménez, 2005b). En este reconocimiento y acreditación está implicado, por supuesto, lo simbólico, ya que se habla de representaciones en ambos casos, de autorrepresentaciones cuando hacemos referencia al "yo" y al "nosotros", y de heterorepresentaciones cuando hacemos referencia al "otro" o a "los otros" (Bolaños, 2007:420).

Giménez (2005a y 2005b) introduce la noción de "atributos de la identidad", entendidos como propiedades de la persona o de un colectivo, que pueden ser de dos tipos: los de pertenencia social y los particularizantes. Siguiendo con este autor, estos atributos cuentan con un conjunto de tres tipos distintos de elementos diferenciadores:

- El primero es *la pertenencia a una pluralidad de colectivos* (clase social, etnicidad, grupos de edad, género, familiares y religiosos, y colectividades territorializadas a escala de localidad, región y/o nacionalidad).
- El segundo se conforma por *los elementos idiosincráticos o relacionales presentes*, que pueden ser: caracterológicos (rasgos de la personalidad y las características de socialidad), estilos de vida (maneras y tipos de consumo material: alimenticio, entre otros), relaciones íntimas (relación cercana a seres apreciados impregnadas de comportamientos diferenciados entre cada círculo de personas) y objetos entrañables (ciertos objetos a los cuales se les da un sentido especial).
- El tercero es *la narrativa biográfica*, que recoge la historia de vida y la trayectoria social de la persona considerada (Giménez, 2005a y 2005b).

Son los atributos los que conforman la interacción entre los actores sociales, dando lugar a diversas "identidades de rol" (Giménez, 2005c:6) que, al ser "jugadas" o "practicadas", generan los compromisos que llevan a un individuo a ser solidario con los que está en

contacto, adquiriendo una “pertenencia social” con la cual se identifica (Giménez, 1994:170).

LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD EN EL BACHILLERATO

Una manera usual de identificarse con un grupo social en la adolescencia o juventud es pertenecer al grupo de los bachilleres, ya que el paso por el bachillerato es más que sólo aprender conceptos y procesos propios de las materias que se imparten, es también un lugar de experiencias intensas para el bachiller, debido a que provee un estatus social que permite tener anhelos diversos, a los que no se tendría acceso de otra manera (Bourdieu, 2002). El bachillerato trasciende como espacio donde los jóvenes van ensayando sus formas de actuar, prueban sus diversas capacidades, las relaciones con sus compañeros y también van teniendo visión de su futuro personal y profesional (Guerra y Guerrero, 2012). Dependiendo del plan de estudios, la dinámica de los docentes y las prácticas comunes en el espacio de interacción, tienen oportunidades de compartir situaciones tales como problemas familiares, opiniones sobre temas de sexualidad y drogas, por mencionar algunas, entre los compañeros que los escuchan y les sugieren posibles soluciones sin ser juzgados con medidas autoritarias; así, aparte de encontrar apoyo para las tareas propias de las materias, cuentan con un apoyo para continuar con sus vidas en relación con las inquietudes propias de su vida cotidiana (Ávalos, 2012). El bachillerato es también un espacio donde los jóvenes conviven con sus iguales, un medio para superar su situación económica y social o un escalón para continuar sus estudios profesionales, entre otros (Guerra y Guerrero, 2012).

Además, estar en el bachillerato implica tener actividades y vivencias personales en colectividad que trascienden la infraestructura escolar e involucran otras “[...] de tipo juvenil, que conducen a desarrollar una socialidad, como platicar, descansar, divertirse o comer” (Hernández, 2012:154). En esas actividades los jóvenes encuentran la esencia que los une, por lo que ya se sienten parte de un grupo con un referente común, que es la escuela (Reguillo, 2012). Al formar parte de ese grupo se encuentran unidos por las experiencias compartidas, en las cuales aprenden, experimentan y superan

dificultades propias de la escuela y de sus vidas, es decir, no sólo como estudiantes sino también como seres sociales que por medio de sus actuaciones e imagen van identificándose y manifestándose con ideales particulares de cada uno. Ésta es la manera en que el joven construye su identidad, ensayando la manera de ser percibido, modificando o conjugando sus ideales para ser aceptado por sus compañeros del bachillerato.

Así, formar parte del grupo de jóvenes del bachillerato tiene una especificación distinta a la de otros grupos juveniles, como los que pertenecen a un área particular relacionada con lo laboral, lo educativo o lo religioso. Lo que nos da luz de la especificidad en el estudio reciente debido a las formas ya mencionadas en las que se relacionan los bachilleres.

En la actualidad, la convivencia entre los alumnos de bachillerato queda fragmentada si sólo se menciona el espacio escolar en físico como lugar donde se dan las expresiones, presentaciones y formas de mostrarse ante los demás para socializar, ya que hay nuevas formas y espacios de interacción a partir del surgimiento de la comunicación mediada por computadora y las redes sociales en línea. En estos nuevos sitios, ahora en el ciberespacio, también se conjugan experiencias y se expresan pensamientos a través de la escritura y de imágenes que se eligen para exponerse ante los demás. La interacción social en estas redes sociales en línea abre un espacio para ensayar y modificar las identidades en continuo proceso de construcción.

¿POR QUÉ FACEBOOK?

En la actualidad Facebook es el servicio de red social en línea más usado en México. De acuerdo con las estadísticas de *SocialBakers.com*, en 2012 se encontraban en nuestro país, registradas y vigentes, cerca de 38 millones y medio de páginas personales en este servicio de red social en línea, con 126 páginas por cada 100 mexicanos en línea, lo que implica más de una página por persona.³ De acuerdo

³ <<http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/mexico/last-6-months>>.

con Bligoo,⁴ de los 32 858 060 usuarios mexicanos de Facebook, 7%, es decir, 2 300 064, viven en el estado de Jalisco, cifra que lo coloca en el tercer lugar, sólo debajo del Estado de México y el Distrito Federal. Para el estado de Jalisco, esta cifra representa 34% del total de habitantes en la entidad, es decir, en Jalisco siete de cada 20 habitantes usan Facebook.

La importancia de Facebook va más allá del uso generalizado entre los mexicanos como un espacio de comunicación virtual. Este servicio de redes sociales en línea está siendo estudiado por expertos sociales debido a que su uso se está convirtiendo en un fenómeno que crece de manera exponencial. De acuerdo con la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), cerca de 81% de los mexicanos con acceso a internet pasa cinco horas o más al día conectado a internet, en donde en tiempos de ocio está vinculado a redes sociales en línea, siendo los adolescentes y jóvenes quienes mayoritariamente integran este grupo (AMIPCI, 2014).

En cuanto al lugar donde se realizó la investigación, en el plantel 11 del Cobaej, la tendencia del recuento es muy similar puesto que el uso de Facebook se ha involucrado en un procedimiento académico en el que se han formado grupos específicos de la escuela, con el propósito de atender situaciones académicas, eventos escolares o simplemente por preferencias de actividades y creencias.

Los alumnos, al ingresar a dichos grupos, ponen a la vista las maneras en que usan Facebook para mostrarse, ensayarse y relacionarse frente a sus iguales a través de la pantalla, bien por imágenes, texto, enlaces a páginas web favoritas o videos que denoten sus creencias o gustos. Esto nos da una idea de cómo el joven de bachillerato ha tomado esta aplicación de red social virtual para ensayar la manera en que quiere ser conocido, de manera consciente o inconsciente.

Las redes sociales en línea, en este caso Facebook, es un nuevo espacio que permite la socialización entre los jóvenes de bachillerato, con algunas similitudes de convivencia como las que se mencionaron anteriormente en la etapa y el espacio por el que pasan estos jóvenes adscritos al bachillerato, tratando cuestiones académicas dentro y fuera de la infraestructura escolar, pero sobre todo las

⁴ <<http://redessocialesymas.bligoo.com.mx/estadisticas-de-uso-de-facebook-en-mexico-2012>>.

continuas maneras de mostrarse ante los demás por exponer cuestiones de preferencias, ideales o miedos, entre otros comportamientos, que implica aprobaciones y desaprobaciones por parte de los usuarios ante los que se expone, construyendo así de manera constante su identidad personal social, según lo referido por los autores teóricos antes mencionados.

PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO

Para los fines de este análisis, a continuación se describen los procedimientos generales para obtener los resultados desde una aproximación metodológica cualitativa.

Fueron reclutados, según el procedimiento que se detalla en el apartado siguiente, 52 estudiantes del Cobaej, todos ellos con cuenta activa en Facebook.

El procedimiento empleado se estructuró con base en los siguientes pasos:

1) *Información, consentimiento y reclutamiento de participantes.* Se les dio información a los alumnos con los que se tenía un poco más de contacto, se les explicó brevemente que el propósito del estudio era para ver cómo usaban Facebook. Se les invitó a participar de manera voluntaria sin que esto afectara de manera positiva o negativa en su calificación escolar. A los que aceptaron participar se les dio un volante donde describía de manera básica lo que se pretendía, asegurándoles el anonimato de su identidad y que en todo caso que quisieran abandonar el estudio, lo podrían hacer en cualquier momento de la investigación.

A los alumnos menores de edad se les proporcionó un documento que el padre, la madre o el tutor debía firmar para que su hijo, hija, pupilo o pupila formaran parte del estudio acerca de los perfiles en Facebook de los jóvenes con un propósito meramente académico.

2) *Inclusión de los participantes como “amigos” en una página expresamente elaborada para el estudio.* Una vez recabados los informantes, se abrió una cuenta en Facebook específicamente para el estudio, donde se fueron agregando los que quisieron parti-

cipar en la investigación. Fue de esta red de donde se analizaron las interacciones entre los participantes a lo largo de aproximadamente tres meses.

- 3) *Aplicación de una encuesta general.* Se realizó para conocer los datos generales de los participantes.
- 4) *Análisis de contenido de los perfiles de usuario de los participantes.* Con la intención de explicar de una manera más clara y extensa, así como por la complejidad y el contenido de estos dos últimos puntos, se describirán a continuación como dos apartados más de este capítulo.

DATOS ECONÓMICOS, SOCIALES Y FAMILIARES DE LOS PARTICIPANTES

Los principales datos obtenidos de una encuesta a los informantes en papel se registran en el cuadro 1.

La mayoría de los alumnos entrevistados son mujeres, más de la mitad tiene una familia monoparental, al parecer formado por madres jefas de familia con un nivel básico de escolaridad. Aproximadamente la mitad de los informantes vive con alguien no considerado como parte de la familia nuclear.

Tres cuartas partes de los entrevistados declararon no trabajar y son más los que dependen económicamente de alguien que los provee de alimento y ropa; además los apoyan con los gastos de la escuela. Lo anterior se debe quizás a que sólo 35% es mayor de edad, la edad mínima requerida para buscar un trabajo formal.

Al parecer la economía de los hogares es inestable, pues la mayoría no cuenta con servicio de internet en casa; cabe señalar que de ellos sólo 45% puede presumir de tener casa propia. La computadora generalmente se comparte con el resto de la familia y no es el medio más usual para acceder a sus cuentas personales de Facebook. Se puede deducir que la tecnología más usada para acceder a internet es por medio de celulares particulares, ya que 95% de los entrevistados tienen esta posibilidad. A pesar de que por apariencia y por lo que declaran en las encuestas, no gozan de una holgura económica, 75% de ellos declara tener estabilidad en este rubro; aparentemente ellos asumen que no tienen necesidades por cubrir.

CUADRO 1
NIVEL SOCIECONÓMICO DE LOS INFORMANTES

<i>Económicos</i>	<i>Sociales</i>	<i>Familiares</i>
75% no trabaja.	100% son solteros.	55% en familia monoparental.
20% sí trabaja.	80% de las investigados son mujeres.	60% tiene un número mayor a cuatro integrantes por familia.
5% no contestó.	35% son mayores de edad.	40% de los padres estudió secundaria.
85% depende económicamente de alguien.	100% estudia el bachillerato.	55% de las madres estudió hasta secundaria.
60% no tiene computadora propia.		
50% tiene internet en casa.		
95% tiene celular propio.		
55% tiene casa propia.		
75% declara tener estabilidad económica.		

FUENTE: elaboración propia, datos obtenidos de la encuesta demográfica a los informantes.

Esta breve exploración demográfica permite ubicar el contexto donde se desenvuelven los informantes del presente estudio, saber cómo se perciben, desde dónde y cómo es que se mantienen conectados a la red social en línea Facebook, así como interpretar el nivel de intimidad e inmediatez que pueden tener al acceder a Facebook a través de su celular. De igual forma, brinda datos que evidencian que la mayor parte del tiempo acceden por medio de conexiones WiFi, en específico la de la escuela. En consecuencia, la escuela y lo que en ella trasciende representa un espacio que es capturado y comentado a través de estas redes sociales en línea como un espacio especial donde los jóvenes socializan durante un tiempo importante en el día.

ANÁLISIS DE LOS PERFILES DE USUARIO EMPLEANDO ANÁLISIS DE CONTENIDO

A continuación se hace una breve descripción de lo que los usuarios colocan en el perfil de Facebook, ubicando sobre todo la foto o imagen con la que se presentan en dicho sitio. Se hizo énfasis en analizar: la manera en que aparecen, con quién o qué imágenes usan para dar a conocer su perfil. Asimismo, se tomó en cuenta lo que colocan en su muro en texto o imagen, sugerencias de enlaces a páginas web o videos en la red.

El resumen de dicho análisis se presenta en el cuadro 2, de acuerdo con base en los elementos diferenciadores de los atributos de la identidad que menciona Giménez (2005a y 2005b).

El cuadro mencionado nos permite ver de manera resumida la frecuencia de aparición de los elementos diferenciadores de la identidad según Giménez (2005a y 2005b), lo que aquí se nombra como categorías, las cuales se desglosan en subcategorías para hacerlas más explícitas. En el mismo cuadro hay una categoría que no es señalada explícitamente como elemento diferenciador de la identidad por Giménez, pero se creyó adecuado incluirla como “Aceptación de la identidad anunciada”, a modo de deducción de lo que se menciona en la parte teórica y que se tomó en cuenta como base para el análisis del presente estudio, puesto que se destaca que la identidad no es sólo una construcción de quien anuncia lo que se dice ser, sino que también es la aceptación por parte de los demás de dicha identidad anunciada, según Stone (1981), Boyd y Ellison (2008) y Ellison, Steinfield y Lampe (2011).

La categoría menos presente al hacer el análisis de contenido de los perfiles fue la de “pluralidad de colectivos”, con 10.3% del total de las categorías, sobre todo en la subcategoría de “grupos de edad”; es decir, muy escasamente los usuarios hablan del rango de edad al que pertenecen. Dentro de esta misma categoría se encontraron con mayor incidencia cuestiones que se clasificaron dentro de las subcategorías “género” y “familiares y religiosos”.

De manera ascendente en aparición sobre la red social investigada, se encuentran publicaciones que se clasifican dentro de la categoría de “Aceptación de la identidad anunciada” con 10.6%, ésta es la única categoría que se toma en cuenta en relación con la aportación hecha

CUADRO 2
 FRECUENCIA DE ELEMENTOS DIFERENCIADORES
 DE LOS ATRIBUTOS DE LA IDENTIDAD EN PERFILES DE FACEBOOK

<i>Categoría</i>	<i>% Categoría</i>	<i>Subcategoría</i>	<i>% Subcategoría</i>
Pluralidad de colectivos	10.3%	Grupos de edad	0.7%
		Etnicidad	1.41%
		Colectividades territorializadas	1.1%
		Género	3.53%
		Familiares y religiosos	3.53%
Elementos idiosincráticos	52.5%	Objetos entrañables	6.36%
		Caracterológicos	13.91%
		Estilos de vida	14.38%
		Relaciones íntimas	17.92%
Narrativa biográfica	37%	Historia de vida	22.87%
		Trayectoria social	3.53%
Aceptación de la identidad anunciada	10.6%	Aceptación por parte de los demás	10.6%
Total	100%		100%

FUENTE: elaboración propia a partir del análisis de una red en Facebook con Atlas-ti.

hacia quien publica por parte de sus “amigos” en la red. Las aportaciones fueron tomadas en cuenta cuando en cada publicación existía un número considerable de *like*, puesto que el gesto de dar *like* fue tomado como una aceptación, reconocimiento o apoyo hacia quien publica.

Siguiendo con las categorías, de menor a mayor porcentaje en la frecuencia en que aparecieron en las publicaciones, se encuentra “Narrativa biográfica”, con 37%, esto nos da la pauta para entender que los usuarios publican de forma regular anécdotas de sus vidas cotidia-

nas, así como lo que consideran que han llegado a ser o a sentir durante sus vidas.

Representada con 52.5% del total de las categorías, se encuentra “Elementos idiosincráticos”, cuestiones específicas del estilo de vida en el momento presente del usuario de Facebook. De las subcategorías con mayor presencia en los perfiles están las relacionadas con alguna mención de diversas formas de “Relaciones íntimas”, y en menor medida las relacionadas con “Objetos entrañables”.

A continuación se presenta de manera desglosada lo que se encontró en la red social virtual en Facebook con los participantes del estudio, de acuerdo con las categorías que se han citado para el análisis de los propósitos que tuvo el estudio: describir la influencia de Facebook en la construcción de la identidad social personal de los jóvenes bachilleres.

PLURALIDAD DE COLECTIVOS

Este elemento diferenciador de la identidad es uno de los elementos que no tuvieron una presencia contundente en los muros de los participantes, de los cuales se da una explicación más disgregada para entender qué tipo de publicaciones estuvieron presentes para clasificarlos dentro de esta categoría, la cual se dividió en las siguientes subcategorías.

Grupos de edad

Ésta fue una subcategoría casi ausente en las publicaciones, con 0.7%; las pocas declaraciones que se encuentran al parecer son parte de respuestas a cuestionarios de preguntas personales implícitas o explícitas dirigidas al usuario, o un comentario con insinuación de iniciar alguna plática en relación con lo publicado.

Colectividades territorializadas

Publicaciones en las que se apoyan ciertas ideas o costumbres, parecidas a la etnicidad, sólo que aquí se clasificaron declaraciones de ideales y apoyo a las personas o lugares donde regularmente transcurre la vida cotidiana del usuario de Facebook. De acuerdo con

estos criterios, estuvo presente sólo en 1.1% del total de las publicaciones.

Etnicidad

Para la clasificación de las publicaciones dentro de esta subcategoría se tomó en cuenta una etnia, como un grupo de personas con ciertas características de estilo de vida con las cuales coinciden. En esta subcategoría se encontraron declaraciones de pertenencia a colectivos como preferencias a deportes, prácticas culturales o una mezcla de ambas; fue declarada de manera explícita en un porcentaje relativamente bajo, con sólo 1.41% del total de los porcentajes presentados de las subcategorías.

Género

Es una de las subcategorías con más presencia en la conformación de la presente categoría, incorporada con 3.53%. Las publicaciones clasificadas dentro de esta categoría hacen referencia a los roles de género y su opinión, regularmente a manera de pedir respeto u opinión de lo que implica jugar el rol en sociedad de cierto género. Como las publicaciones compartidas donde a través de texto se pide abstenerse de algunas prácticas informales y groseras que son comunes de hombres hacia mujeres, en algún caso encontramos publicaciones con textos como: “Yo decido cómo me visto y con quién me desvisto. ¡No quiero tu piropo! Quiero tu respeto”; es obvio que el usuario en la red exige respeto y el recato de expresiones que llegan a intimidar, que esto no les agrada, por el contrario, les incomoda.

Familiares y religiosos

Esta subcategoría iguala en porcentaje a la anterior subcategoría. Las publicaciones de tipo familiar son aquellas donde se muestra en imagen o foto a algunos miembros de la familia, regularmente a manera de apoyo o reconocimiento de pertenencia hacia esa familia; asimismo, aunque en menor cantidad, se encuentran las publicaciones en prosa donde se agradece o se apoyan las acciones de algún familiar. El familiar más nombrado es la mamá, después el papá y

por último los primos, sobrinos y demás integrantes de la segunda línea familiar. Una manera de apoyo, reconocimiento, o quizá como una forma de demostrar afecto a la familia se encuentra en algunas publicaciones al invitar a dar *like* “[...] si amas a tu mamá”, donde se denota que tienen respeto y admiración por el miembro de familia en cuestión.

De los asuntos religiosos se distingue un pensamiento respetuoso hacia personajes bíblicos; destaca la publicación de estampas con diferentes personajes evangélicos a manera de aliento o reflexión para situaciones que se pueden presentar en la vida cotidiana. Regularmente parece que se han tomado de otro muro por parte del que publica, pues no se detectó alguna expresión propia y específica de los usuarios analizados. En este apartado, en una publicación una usuaria novel transmite una estampita, en la imagen se ve a un personaje bíblico realizando una buena acción: Jesucristo ayuda a un joven cansado. La usuaria que la publicó ahí menciona el nombre de otra usuaria de su red, con la intención de que sea una notificación directa para la esta última, lo cual hará mucho más probable que esta última fije su atención en dicha publicación por la mención de su nombre.

ELEMENTOS IDIOSINCRÁTICOS

Las publicaciones clasificadas dentro de esta categoría ocupan la mayor parte de todas las publicaciones en Facebook de la red social investigada. Dentro de esta categoría se encuentran declaraciones explícitas de los usuarios acerca de quiénes son o creen ser, con qué cuestiones están de acuerdo, qué es importante para ellos, entre otros.

Objetos entrañables

La subcategoría “Objetos entrañables” fue la de menor presencia, con 6.3%. Dentro de ella se clasificaron objetos que tienen un valor especial para el usuario, aunque se buscó objetos que parecieran desagradables o que el usuario intentara ridiculizar, no se encontró nada de este tipo, por el contrario, todos los objetos de los que hacían uso al posar para la foto eran para presumirse de una forma que los distinguía de los demás.

Caracterológicos

Con 13.9%, esta subcategoría se constituye de elementos que indican que la publicación es de tipo extrovertida o introvertida, debido a que se pretende ubicar el tipo de personalidad del individuo. Como podría esperarse, casi el solo hecho de publicar refleja a una persona extrovertida, por lo que las publicaciones que forman parte de esta subcategoría revelan alguna cuestión un tanto íntima o una opinión atrevida en relación con diversos temas personales.

Estilos de vida

Con 14.38%, “Estilos de vida” es una de las subcategorías más presentes en la categoría a la que pertenece. Dentro de esta subcategoría se clasificaron publicaciones que denotaban características que el usuario vive en su cotidianidad, como los estilos de vida culturales, de prácticas deportivas y de oficios laborales, entre otros. Para que las publicaciones fueran tomadas en cuenta como parte de “Estilos de vida” se tomaron en cuenta aquellas publicaciones en las cuales por medio de imágenes o prosa expresaran algunas preferencias por escuchar ciertos generos de música, hacer o ver ciertas disciplinas deportivas o los logros laborales y escolares.

En la red analizada con frecuencia se describieron estilos de vida sanos y no sanos, como cuando en una publicación un usuario al contestar un cuestionario prediseñado y compartido por sus amigos en la red declara que fuma todos los días; otro de los casos repetidos fue el de los avisos de que ya se van al *gym*, que es hora de ir a entrenar, entre otros. Se encuentran también publicaciones tan banales como “me voy a bañar... regreso”. Este tipo de publicaciones conforma esta subcategoría.

Relaciones íntimas

Con 17.92%, esta subcategoría es la segunda más frecuente en todas las publicaciones clasificadas, y la primera dentro de la categoría a la que pertenece: “Elementos idiosincráticos”. Con “Relaciones íntimas” no sólo se hace referencia a las relaciones íntimas eróticas, como las relaciones de noviazgo o matrimonio, sino también a aquellas pu-

blicaciones donde se declara tener una relación estrecha con ciertas personas, que pueden ser de amigos o familiares con los que socializa de manera constante y por decisión propia. Se clasificaron expresiones en las cuales se declaró un aprecio erótico o de amistad hacia alguien, ya fuera que mencionaran el nombre de la persona implicada o lanzaran la declaración sin que hubiera un receptor explícito. Por ejemplo, en una publicación el usuario declara de manera textual “quien me gusta” y menciona el nombre de otra usuaria en su red, luego, continuando con la misma publicación añade: “última persona que pretendí”, donde se vuelve a referir a la usuaria citada.

NARRATIVA BIOGRÁFICA

Es una categoría que estuvo medianamente presente en las publicaciones de los jóvenes, donde destacan los eventos anecdóticos de la vida cotidiana entre las personas con las que socializan habitualmente en espacios físicos, aunque también se encontraban las narraciones de episodios en la vida con personajes que no están siempre con ellos, sucesos desagradables o chistosos.

Historia de vida

Esta subcategoría hace referencia a anécdotas narradas por el usuario que publica, regularmente insinuando la iniciación de una conversación con los demás implicados en la anécdota, ya sea en lo que parece ser un código secreto, una historia incompleta o mediante preguntas concretas en relación con lo vivido; por ejemplo, en la publicación en la que una usuaria narra un incidente vivido ese día junto con otros usuarios en su red; en esta publicación, los comentarios se vuelven interesantes y reveladores pues se exponen posibles complicidades; se cita el fragmento a manera de ilustrar la explicación:

Publicación inicial:

L1: “ahah y los luchadores grecorromas del code ;3”

G1: “tssss! jajaja”

G1: “jajaja tus ojitos así G1”

G1: ay bien boladotes m dejam su tarjeta aw q según para practicar con ellos jajaja”.

Vemos como algo personal se vuelve público, y de nuevo se implica a alguien que vivió lo que fue narrado a través del muro de Facebook, quizá para respaldar que lo que cuenta la usuaria realmente sucedió.

Las anécdotas positivas y graciosas son muy comunes, pero son más frecuentes las anécdotas que el usuario experimentó de manera solitaria y con una connotación negativa, es decir, narran alguna decepción, expresan desacuerdo con tareas o consejos que les han hecho o algunas injusticias que han pasado, posiblemente como una forma de buscar apoyo en los usuarios de su red.

De manera explícita o implícita, ya sea con imágenes o texto, los usuarios narran quiénes creen ser ellos mismos. De esta manera, hacen explícita la forma en que quieren ser reconocidos y aun cómo creen ser reconocidos por los demás, como cuando adoptan adjetivos que les han puesto personas con las que se relacionan en la vida real o en la red virtual, de acuerdo con sus prácticas en la vida cotidiana. Es así como el muro de Facebook se vuelve una reconstrucción o afirmación de su identidad personal.

Contar anécdotas y declararse como un individuo con características específicas, es de las publicaciones más frecuentes en los elementos analizados, ya que fue la subcategoría que mayor número de veces se repitió, con 22.87% del total de las subcategorías.

Trayectoria social

Para completar la narrativa biográfica que refieren los usuarios en Facebook se ha tomado en cuenta de manera específica cuando publican su recorrido a través de instituciones educativas, lugares a los que han viajado y con quiénes se relacionan a su paso por esos trayectos. “Trayectoria social” no es de las más mencionadas, pues representa sólo 3.53% entre las subcategorías. Dentro de esta subcategoría se encontraron en un número un tanto mayor datos relacionado con lo académico, como narrar o demostrar experiencias que tengan que ver directamente con la trascendencia escolar, así como manifestar opiniones de sucesos académicos que fueron importantes de manera positiva o negativa en su vida cotidiana.

En relación con la parte social y cultural, se encontró un gran número de publicaciones la demostración de lugares que visitan, así

como relatos y fotos de personajes con quienes se relacionan en su vida cotidiana o de manera extraordinaria; es importante destacar que la intención de publicar fotos con ciertos personajes es obtener más popularidad gracias al encuentro con dichos protagonistas.

ACEPTACIÓN DE LA IDENTIDAD ANUNCIADA

Esta categoría no depende propiamente de las publicaciones del usuario, sino de la aceptación, el reconocimiento o apoyo de los demás para con la publicación de su “amigo”, pues algunos de los autores que se han citado en la parte teórica de la investigación sustentan que la identidad se construye también por el reconocimiento, por parte de los demás, de la identidad anunciada por el sujeto. Se consideró contar dentro de esta categoría cualquier publicación que tuviera diez o más *likes*, por considerar que en cierta forma los demás usuarios, amigos de los implicados en publicaciones que tienen diez o más *likes*, exponen la aceptación o el acuerdo con la persona que se está presentando a través de sus gustos, creencias, desacuerdos e historias propias a través de la publicaciones en su muro de Facebook.

Aceptación por parte de los demás

La “Aceptación por parte de los demás” fue tomada como tal a partir de que los usuarios daban cierta cantidad de *likes*, a partir de diez *likes* para ser exactos, a la publicación del usuario que está contemplado dentro de la presente investigación. Esta subcategoría, que es en sí la misma categoría por no haber más subcategorías, está considerablemente presente en las publicaciones de la mayoría de los usuarios.

Esta categoría se encuentra regularmente vigente en usuarios que parecen ser más populares y tienen muchos amigos en Facebook. Resulta interesante analizar qué tan importante puede ser la aceptación, dimensionado con los *likes*, para que el usuario siga siendo o sea aceptado dentro de su red social en Facebook y, a la luz de que la mayoría de los informantes tienen entre sus contactos a conocidos en la vida real, es importante destacar cómo estos usuarios, en ocasiones, ponen en tela de juicio algún cambio de *look* entre sus “amigos” en Facebook, pues ellos están muy atentos al número de *likes*

que les puedan dar o a las sugerencias que puedan recibir para acabar de tomar una determinación en la forma en que se verán.

También en esta subcategoría predominan imágenes donde aparecen las mujeres de una manera atractiva o linda a la vista y algunas imágenes que al parecer han sido retocadas o modificadas por algún programa de computadora con la intención de verse mejor; estas imágenes se incluyen en esta subcategoría debido al interés de los que o las que publican, con ciertos retoques o que al parecer se arreglaron mucho para la foto, o en su defecto capturaron su imagen justo cuando parecían más atractivos, debido, a su vez, al aparente interés o la necesidad de ser bien aceptados por los que conforman su red social en Facebook.

CONCLUSIONES

La importancia de las redes sociales virtuales, específicamente Facebook, reside en el impacto cotidiano que tiene como un medio para socializar de una manera constante en las nuevas generaciones que cursan el bachillerato; es otra ventana donde los jóvenes posiblemente se pueden sentir más libres de expresar lo que sienten y piensan en relación con temas que para ellos son relevantes. La necesidad y el objetivo de estar dentro del juego novedoso que es la constante presentación de su persona en Facebook, es parte de la nueva manera de socializar entre ellos y en donde se conjugan varias situaciones que, según los autores en los que se ha basado la presente investigación, son las maneras de ir construyendo su propia identidad social. La identidad social personal se construye, por un lado, por lo que cada uno de los usuarios en la red social en línea dice ser; por ejemplo, dentro de lo que se visualizó en el análisis de los perfiles, la categoría que más veces se presentó fue la de “Elementos idiosincráticos”, con elementos expuestos aquí como subcategorías, los cuales fueron: “Objetos entrañables”, “Caracterológicos”, “Estilos de vida” y “Relaciones íntimas”; estos dos últimos de los más presentes, por lo que se puede deducir que los jóvenes exponen con quién se relacionan y en qué circunstancias, así como sus modos de vida; estas dos cuestiones son la expresión de lo que los va conformando como personas, es decir, de quienes dicen ser.

Por otro lado, tiene gran relevancia la manera en que buscan el reconocimiento de los demás usuarios, puesto que exponen sus ideas y pensamientos para ser aprobados por los demás e incluso buscan un reconocimiento a sus esfuerzos y hasta algún consejo que pueda impactar en su vida personal; esto se refleja en los *likes* y en los comentarios mencionados por los demás usuarios en relación con la publicación inicial del usuario en cuestión. Estos elementos: la presentación o exposición de lo que dicen ser y la aprobación o no por parte de los demás, son las características que conforman la identidad social; por tanto, Facebook, con las herramientas que contiene, permite estas interacciones sociales.

Es así como el uso de Facebook por parte de los jóvenes bachilleres no se puede declarar a la ligera como mera distracción, es importante tomar en cuenta que Facebook brinda una nueva manera de socializar con sus iguales a través de la pantalla, quizá como una necesidad de socializar en una época en la que la comunicación virtual es de suma importancia para integrarse como un individuo en la sociedad, como una forma de identificarse ante los demás individuos que comparten su tiempo y espacio.

BIBLIOGRAFÍA

- Altheide, D.L. (2000), "Identity and the Definition of the Situation in a Mass-Mediated Context", en *Symbolic Interaction*, vol. 23, núm. 1, pp. 1-27.
- Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) (2014), "Hábitos de los usuarios de Internet en México", México, AMIPCI, documento disponible en <https://www.amipci.org.mx/estudios/habitos_de_internet/Estudio_Habitos_del_Internauta_Mexicano_2014_V_MD.pdf>, consultado el 22 de marzo de 2014.
- Ávalos, J. (2012), "Las conversaciones juveniles en los intersticios del aula", en *Jóvenes y bachillerato*, México, ANUIES, pp. 97-124.
- Berners-Lee, T.; J. Hendler y O. Lassilla (2001), "The Semantic Web", en *Scientific American*, vol. 284, núm. 5, p. 34.
- Berger, P. y T. Luckmann ([1968] 2003), *La construcción social de la realidad*, S. Zuleta (trad.), Buenos Aires, Amorrortu.

- Bolaños, L. (2007), ¿Cómo se construyen las identidades en la persona?, en *RaXimhai*, vol. 3, núm. 2, pp. 417-428.
- Bourdieu, P. (2002), “La ‘juventud’ no es más que una palabra”, en *Sociología y Cultura*, México, Grijalbo/Conaculta, pp.163-173.
- Boyd y Ellison (2008), “Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship”, en *Journal of Computer Mediated Communication*, núm. 13, pp. 210-230.
- Ellison, N.B.; G. Steinfield y C. Lampe (2011), “Facebook as a Toolkit: A Uses and Gratification Approach to Unbundling Feature Use”, en *Computers in Human Behavior*, núm. 27, pp. 2322-2329.
- Giménez, G. (1994), “Apuntes para una teoría de la región y de la identidad regional”, en *Estudio sobre las Culturas Contemporáneas*, vol. 7, núm. 6, p. 18.
- (1999), “La investigación cultural en México: una aproximación”, en *Perfiles Latinoamericanos. Revista de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales*, México, vol. 15, pp. 119-138.
- (2000), “Territorio, cultura e identidades. La región socio-cultural”, en R. Rosales (coord.), *Globalización y Regiones en México*, México, UNAM, pp.19-53.
- (2002), “Globalización y cultura”, en *Estudios Sociológicos*, vol. 58, núm. 20, pp. 23-46.
- (2004), “Culturas e identidades”, en *Revista Mexicana de Sociología*, núm. 66, pp. 77-99.
- (2005a), *Teoría y análisis de la cultura*, México, Conaculta, vol. I.
- (2005b), “Identidades Sociales”, en *Teoría y Análisis de la Cultura*, México, Conaculta, vol. II.
- (2005c), *La cultura como identidad y la identidad como cultura*, México, Conaculta.
- Goffman, E. (1989), *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Buenos Aires, Amorrotu.
- Guerra, M. y M. Guerrero (2012), “¿Para qué ir a la escuela? Los significados que los jóvenes atribuyen a los estudios de bachillerato”, en *Jóvenes y bachillerato*, México, ANUIES, pp. 33-62.
- Hernández, J. (2012), “Amistad y noviazgo en el bachillerato”, en *Jóvenes y bachillerato*, México, ANUIES, pp. 151-180.

- Reguillo, R. (2012), *Culturas juveniles. Formas políticas del desencanto*, Buenos Aires, Siglo XXI.
- Rosenberg, M. (1986), *Conceiving the Self*, Malabar, Florida, Krieger Publishing.
- Stone, G. (1981), "Appearance and the Self: A Slightly Revised Version", en G. Stone y H.A. Farberman (ed.), *Social Psychology through Symbolic Interaction*, Nueva York, Wiley, pp. 187-202.

*Comunicación, cultura y educación.
Nueve aproximaciones al estudio
de las tecnologías digitales*

se terminó en noviembre de 2015
en Imprenta de Juan Pablos, S.A.

2a. Cerrada de Belisario Domínguez 19
Col. del Carmen, Del. Coyoacán
México, 04100, D.F.
<juanpabloseditor@gmail.com>

1 000 ejemplares

