

Universidad de Lima
Facultad de Comunicación
Carrera de Comunicación



**NO TAN DIFERENTES:
APROPIACIÓN DE FACEBOOK EN
NATIVOS E INMIGRANTES DIGITALES
DESDE UNA APROXIMACIÓN
COMUNICACIONAL**

Trabajo de investigación para optar la licenciatura en Comunicación

LAURA ADRIANZEN SANDOVAL

Código 20090014

Asesor

Julio César Mateus Borea

Lima - Perú

Junio – 2016





**NO TAN DIFERENTES:
APROPIACIÓN DE FACEBOOK EN
NATIVOS E INMIGRANTES DIGITALES
DESDE UNA APROXIMACIÓN
COMUNICACIONAL**

Resumen

El presente estudio contrasta el efecto que genera Facebook en nativos e inmigrantes digitales peruanos, durante la interacción con el otro y en la construcción de su identidad virtual. Durante el proceso de investigación se conversó con dieciocho jóvenes y doce adultos a través de entrevistas a profundidad y grupos focales; y se descubrió que Facebook se presenta como una plataforma que logra uniformizar la apropiación de esta red social en dos generaciones estereotipadas como opuestas, al estar separadas por una brecha tecnológica. Vemos que la brecha va desapareciendo y la digitalización de la identidad, dentro de Facebook, sienta sus propias reglas de juego cuando nativos e inmigrantes pertenecen a un mismo contexto social y comparten un estilo de vida.

Palabras claves

Redes digitales, ecología de medios, comunicación, brecha digital, generación mediática

"El Facebook es el libro de la vida cotidiana, de la vida descartable, un diario compartido, un espejo múltiple que se refracta en muchas direcciones"

(Cueto, 2012, p. 105)

1. Introducción

Las plataformas de información y las redes sociales virtuales se expanden de manera acelerada en todo el mundo. Para hacer un panorama rápido: de la creación de Hi5 a la creación de la red social Snapchat han pasado tan sólo siete años. Hi5 nace en el año 2003, el mismo año en que se crea MySpace; ambas redes sociales se presentan como plataformas para las masas, donde cualquier usuario que disponga de acceso a internet puede tener un perfil virtual. Es importante mencionar que antes de las redes sociales ya existían espacios de interacción virtual dentro de la web. Un claro ejemplo son los foros de internet, donde usuarios compartían opiniones sobre temas específicos. A inicios del siglo XXI las redes sociales rompen con la segmentación básica creada por los foros, e inician una aglomeración masiva de usuarios en internet, que se diferencian no sólo por gustos en común, sino por elementos relacionados directamente con su identidad. El presente estudio nace de la curiosidad hacia una de estas redes sociales: Facebook. La red social más popular del mundo -creada en el año 2004- logró alcanzar 1,654 millones de usuarios activos en el primer tercio del año 2016. (Statista, 2016).

De la población total del Perú, el 31% está conectado a redes sociales virtuales. Y de estas 9'795,285 personas el 95% cuenta con un perfil virtual en Facebook. Los usuarios que pertenecen a los niveles socio económicos más altos ingresan a las redes sociales en un 61% a través de su Smartphone. Más que cualquier otro sector socioeconómico. (Ipsos Marketing, 2015) Tenemos que Facebook está en todos los niveles socioeconómicos de nuestro país y capital, pero la posibilidad de acceder de manera constante a través del Smartphone es mayor en los niveles socioeconómicos más altos.

Para complementar: Según las estadísticas, el “Smartphonero” y usuario de redes sociales virtuales usa en su mayoría el celular durante reuniones con amigos y os

participantes de este estudio, dentro de la red virtual; y podrá comparar sus propias experiencias con las manifestadas en la investigación.

Los objetivos específicos son (i) analizar las **formas de interacción** social por parte de ambos grupos a niveles amical, íntimo y familiar; (ii) entender cómo **construyen su identidad virtual** en esta red social y (iii) comprender cómo la velocidad de las plataformas virtuales, hoy en día, afectan en la creación de esta identidad.

Fue relevante realizar esta investigación -desde una perspectiva comunicacional bajo una comparación generacional que contara con temáticas transversales- ya que existen muy pocos estudios que ahonden en un panorama más amplio sobre interacciones, construcciones y opiniones en Facebook.

Esta investigación propone que el usuario virtual se ha empoderado durante la apropiación de Facebook. Es un participante activo a la hora de entender la plataforma virtual, no sólo describe los comportamientos y efectos por los que transita sino también explica un estado de conciencia sobre el impacto que el medio tiene sobre él. El usuario pasa a ser coautor y su subjetividad es la pieza principal.

2. Estado del arte

La generación digital ha sido estudiada bajo diversas líneas de investigación desde inicios del S. XXI, relacionadas con las habilidades tecnológicas, las diferencias cognitivas y la alfabetización informacional. (Cabra-Torres y Marciales-Vivas, 2009, p. 329) Es decir: qué tan bien manejan las tecnologías nativos e inmigrantes, qué cambios han generado en la forma de pensar y aprender; y qué tan favorable es el manejo del lenguaje virtual-digital para estos actores.

La primera se ha preocupado básicamente por llevar a cabo descripciones sobre el tipo de tecnología a la cual acceden los estudiantes, qué tanto la usan y para qué; los estudios más relevantes son de Australia y Estados Unidos. Uno de estos estudios

concluye que estudiantes empezaban a usar las tecnologías digitales sin identificar el potencial que éstas tienen para su aprendizaje, logrando más bien potencializar una educación informal. (Trinder, Guiller, Margaryan, Littlejohn y Nicol, 2008).

Un resultado similar se puede ver en un estudio peruano que analiza el impacto - en alumnos de primaria y secundaria de colegios públicos- al implementar las TIC en el sistema educativo. La conclusión primordial del estudio es que las habilidades adquiridas por la tecnología no necesariamente los prepara para procesar bien la información. Al estar fuera del entorno escolar los usos de la tecnología con fines educativos son bastante limitados: “se trata de búsquedas simples, sin contraste ni validación de la información, del copiado y pegado literal, sin procesar, contrastar, verificar ni resumir la información” (Ames, 2014, p.166) El empoderamiento del usuario está lejos de ser una realidad ya que la forma en que se usa la tecnología tiene efectos limitados en el aprendizaje real. La autora concluye que existe “una generalizada visión positiva con respecto a la tecnología y poca conciencia de sus potenciales efectos perjudiciales o limitantes” (p.166)

A esta conclusión se suman Cabra Torres y Marciales Vivas(2009), quienes mencionan que se está sobreestimando el impacto de las tecnologías en los jóvenes y se está subestimando su efecto. (p. 331) Para las autoras, el campo de la investigación ha dado prioridad al impacto inmediato y cuantificable que tienen las TIC (el uso de la tecnología y para qué) en los actores y no se está midiendo en el efecto real que tiene en la persona a nivel cognitivo - emocional.

Similar carencia se ve en las investigaciones relacionadas con la línea de aprendizaje, al hacer comparaciones entre nativos e inmigrantes digitales, se ha dejado de lado las variables del desarrollo evolutivo, el orden histórico y social llevando a los artículos de investigación a conclusiones generalizadas que no terminan por aportar al entendimiento de subjetividades.

Por último, las investigaciones sobre competencias informacionales nos entregan una paradoja, la cual afirma que estas competencias no se han desarrollado en paralelo a la habilidad para manejar las tecnologías por parte de los nativos digitales; es

decir, el uso hábil de la tecnología no ha otorgado a los nativos un manejo adecuado de ellas en favor del conocimiento. (p. 332)

Respecto a los métodos de investigación utilizados, en los últimos cinco años Facebook ha motivado diversas investigaciones (Leman Pinar, 2012; Frison y Eggermont, 2015), desde un enfoque psicológico, usando en su mayoría una metodología cuantitativa a través de encuestas y en menor cantidad, estudio de casos.

La pregunta recurrente, en el campo de la psicología, es si Facebook es una plataforma positiva o negativa para el desenvolvimiento de las emociones, afecciones, motivaciones y el desarrollo de la autoestima.

Una mirada optimista afirma que el efecto creado al verse a uno mismo como un objeto (OSA)² en Facebook, no toma la condición negativa que solía tomar en el mundo no-digital, ya que el usuario no se compara con estándares sociales inalcanzables sino más bien con parámetros sociales creados por uno mismo, que permiten elevar el autoestima. (González y Hancock, 2011, p. 81) A través de un estudio experimental realizado a jóvenes universitarios se descubrió que la presentación selectiva que ofrece la red social es una herramienta clave para que el usuario pueda crear su “yo ideal”.

En contraste, estudios relacionados con adultos han tenido otro tipo de resultados. Personas que sufren de apego emocional ansioso³, por ejemplo, son propensas a pasar más tiempo en Facebook para buscar aprobación dentro de la red y, hasta cierto punto, sentirse populares. Esto cuando sienten emociones negativas. (Oldmeadow, Quinn y Kowert, 2012, p. 1146) En cambio, para adultos que sufren de desapego emocional⁴ Facebook no se presenta como una plataforma para sentirse mejor con ellos mismos, tampoco la encuentran del todo positiva, pero, aun así, existe un grado de preocupación por cómo otros los ven dentro de la red social.

² La teoría del *Objective Self Awareness* (Duval y Wicklund, 1972) presume que el ser humano se experimenta tanto como sujeto y objeto. Cuando somos sujetos no estamos conscientes de nuestras experiencias diarias, tan sólo existimos. Nos volvemos objeto cuando tomamos autoconsciencia, centramos la atención en nosotros mismo y nos comparamos con estándares sociales. En este proceso, dichos estándares se pueden presentar como inalcanzables degenerando en efectos negativos y una baja en el autoestima. [Traducción propia]

³ Ansiedad por estar solos, sensibles a las críticas de otros, necesidad de aprobación y confort por parte de su entorno.

⁴ Son muy independientes, no les gusta compartir emociones y no confían fácilmente en los demás.

En el plano romántico, adultos jóvenes tienden a desenvolver patrones de inseguridad dentro de Facebook al exacerbar las dificultades, preexistentes, relacionadas con la confianza. (Nitzburg y Farber, 2013, p.1184). Aún para las relaciones más estables, Facebook puede crear tensión debido a que las parejas tienen rituales adicionales que cumplir que impone la red social.

En los estudios relacionados con nativos e inmigrantes digitales se tiene una tendencia a la generalización y una falta de consideración a la subjetividad que influye en los usos de las tecnologías digitales. Así mismo los estudios centran sus esfuerzos en las generaciones jóvenes y no se ahonda en los inmigrantes. Otro problema está en el excesivo uso de metodologías tradicionales de investigación como son las encuestas. El campo de la psicología es el que más ha estudiado el fenómeno Facebook centrado sus esfuerzos en la descripción de patrones de comportamiento como resultado de la exposición a esta red social, por distintos actores. El tono de las investigaciones sigue más bien una línea médica y no se ahonda en el medio en sí mismo. Aún más importante, no se encuentra en los resultados de estas investigaciones la opinión que los participantes tienen sobre ellos mismos, o si se encuentran concientes de estos patrones.

Es así, que el presente estudio busca ahondar de manera transversal en nativos e inmigrantes digitales que comparten un estilo de vida y un mismo acceso a las tecnologías, cuestionarlos bajo los mismos temas sin darle importancia a la brecha temporal; y buscando abrir una conversación sobre el medio en sí mismo: Facebook.

3. Marco teórico

3.1 Generaciones: nativos e inmigrantes digitales

La apropiación de Facebook y la construcción de la identidad virtual son trabajadas desde un debate generacional. Conversamos con dos generaciones separadas

por una de las brechas tecnológicas más significativas: la brecha digital⁵. Fue necesario contrastar las interacciones comunicacionales de ambas generaciones en Facebook para luego entender la construcción de su performance virtual y finalmente concluir si hay similitudes o meramente diferencias entre ambas generaciones durante la apropiación de esta red social.

La terminología presentada para ambas generaciones parte de la investigación de Prensky, quien acuñó los términos de nativo e inmigrante digital en el año 2001 debido a los nuevos retos en la educación y la enseñanza. Otorgó los nombres de nativos e inmigrantes digitales para alumnos y profesores, respectivamente. La principal diferencia está en que los inmigrantes son una generación que nace sin el código binario, dentro de un espectro análogo y que debe adaptarse a las nuevas formas de interacción comunicacional que internet ha generado. Los nativos son aquellos sujetos que se encuentran insertos en el lenguaje digital desde siempre.

Un año antes, Howe y Strauss [2000] acuñaron el -ahora muy popular- término *Millennials* para referirse a “la generación de jóvenes que han cambiado su visión de la tecnología y experimentan mayor confort, uso y empatía con entornos digitales y, concretamente se refiere a los nacidos entre 1982 y 1991” (Cabra-Torres, Marciales-Vivas, 2009, p. 324)

Mientras que Howe y Strauss otorgan un límite de edad para esta generación, Prensky no se centra en edades específicas. Lo cual permite usar su terminología desde una perspectiva temporal más amplia. Mientras que los *Millennials* migraron a la red social Facebook durante la adolescencia, los adolescentes de hoy en día han tenido acceso a un perfil en esta red desde la infancia. Son estos actores quienes representan los nativos digitales para este estudio y son los inmigrantes digitales aquellos usuarios de Facebook que, repitiendo a Prensky, nacieron sin el código binario.

⁵ Para Prensky la brecha digital se convierte en una ruptura generacional como ninguna otra: “una ruptura, un desfase, una brecha digital y generacional que no puede ser ignorada ni aceptada sin propósito firme de cambio para intentar paliarla o solventarla”. Y tiene su importancia en la advenimiento del mundo digital: “nos referimos a algo mucho más complejo, profundo y trascendental: se ha producido una discontinuidad importante que constituye toda una “singularidad”; una discontinuidad motivada, sin duda, por la veloz e ininterrumpida difusión de la tecnología digital, que aparece en las últimas décadas del Siglo XX” (Prensky, 2001, p. 8)

En el 2001 Prensky, también, acentuó las diferencias entre ambas generaciones presentando evidencia científica de cómo el cerebro de los nativos viene cambiando debido a los nuevos estímulos que se dan debido al crecimiento alrededor de la computadora, creándose así un cerebro con capacidad neuroplástica. “Aún así, hambriento de interactividad, el nativo digital parece perder una habilidad en el proceso de re-programación cerebral: El proceso reflexivo” (Prensky, 2001, p. 5)

Curiosamente ocho años después, Prensky afirmó que la distinción entre nativos e inmigrantes digitales llegaría a ser cada vez menos importante cediendo el paso a un nuevo concepto: “sabiduría digital”⁶ (p. 1), referido al cuerpo de conocimientos que empieza a repartirse equitativamente para quien quiere conseguirla.

Con una perspectiva similar a la última planteada por Prensky en el año 2009 tenemos a Howard Gardner(2013), quien ve la generación actual como una sola forjada por la tecnología, una generación que sentará las bases para brechas generacionales cada vez más cortas entre sí, debido al constante avance y progreso de las tecnologías y la consecuente inmersión de los usuarios en ellas. (p. 49) Para Gardner, antes de la era tecnológica las generaciones se distinguían por un principio biológico donde una generación abarcaba el tiempo transcurrido desde el nacimiento hasta el momento en que se tienen hijos. Hoy, las generaciones no solo se asocian con el nacimiento sino que el concepto cobra un nuevo significado que abarca no solo la duración de la generación sino cómo se ve afectada su conciencia. Una generación predecesora de una serie de generaciones aún más cortas y definidas por la tecnología. (p. 49)

En síntesis, nativos e inmigrantes digitales están, para estos autores, cada vez más cerca el uno del otro. Entonces, para los usuarios nativos e inmigrantes digitales de Facebook que participaron en este estudio: ¿existe una homogeneización en las formas, durante la apropiación del medio y la construcción de la identidad?

3. 2 Apropiación de Facebook durante la interacción virtual

⁶ “El sabio digital busca los casos en que la tecnología mejora su pensamiento y su comprensión. Ser sabio implica no sólo mejorar nuestras capacidades naturales con las tecnologías existentes, sino también identificar áreas adicionales. Investigar y evaluar tanto los aspectos positivos como los negativos de las nuevas herramientas.” (Prensky, 2009, p. 6)

Para la Real Academia Española (2016), apropiarse significa: “hacer algo propio de alguien o tomar para sí alguna cosa, haciéndose dueña de ella”. Al momento de tener una cuenta en Facebook esta pasa a ser propia del usuario.

Para no tener tan solo una definición de la RAE es necesario dar, también, una definición académica al término apropiación. Desde el plano sociocultural tenemos la aproximación terminológica de Vigotsky y la Escuela Rusa que plantean que cualquier creación artificial de los seres humanos y su posterior apropiación están en función de crear instrumentos mediadores que los hagan más competentes socialmente. (Fernández Morales y McAnally Salas, 2015, p. 7) Es decir, durante la apropiación de redes sociales como Facebook, estos soportes instrumentales y sociales externos van constituyendo en los individuos una estructura mental que es fundamentalmente social. Se puede decir, entonces, que la apropiación es la interiorización consciente y controlada de estos soportes que empiezan a formar parte de la mente humana.

Extendiendo sobre lo anterior, tenemos una de las teorías de mayor relevancia para esta investigación: la visión ecológica de los medios. Planteada en la década de los 60 por autores como Marshall McLuhan, esta visión plantea que el estudio de los medios es de igual o mayor relevancia que el estudio de los contenidos dentro del medio. “McLuhan no se cansaba de insistir en que los medios forman un ambiente o entorno sensorial (un médium) en el cual nos movemos como un pez en el agua; no nos damos cuenta de su existencia hasta que, por algún motivo, se vuelven visibles” (Scolari, 2015, p. 23) A esto le agregamos que McLuhan sostenía que los efectos de la tecnología “no se producen a nivel de las opiniones o conceptos, sino que alteran los ratios del sentido y los patrones de percepción de manera constante” (McLuhan, 1964, p. 31; citado en Scolari, 2015, p. 29).

Es relevante mencionar que la teoría McLuhiana estaba aplicada a la era eléctrica, aquella dominada por la televisión, pero esta investigación encuentra sus supuestos aún aplicativos al estudio tecno-sociocomunicacional de la actualidad. A esto se adscribe Scolari cuando afirma que “la obra de McLuhan ha entrado en un proceso de reinterpretación en clave digital que no ha hecho más que incrementarse en los últimos años” (p. 24)

La relevancia del medio, para McLuhan(1969), está en el impacto que induce al sujeto en un estado de hipnosis. “yo llamo a esta peculiar forma de auto hipnosis: narcosis narcisista”, un síndrome donde el hombre se mantiene ignorante a los efectos psicológicos y sociales de su nueva tecnología” (p. 5) Pero el efecto del ambiente que genera el medio en el sujeto eventualmente es descubierto. Para llegar a esto el sujeto pasa por mucho dolor y una pérdida de identidad que puede ser aminorada tan sólo a través del entendimiento de las dinámicas del medio.

Durante la apropiación de la red social, el efecto se convierte en bidireccional.⁷ El sujeto o usuario se apropia de la red social y la red social se apropia del sujeto o usuario. Es cuando el usuario ha sido expuesto por un tiempo determinado en el medio que encuentra consciencia de sus efectos en él mismo

Entonces, durante la apropiación de Facebook ¿han pasado los usuarios por la narcosis narcisista de McLuhan al interactuar en la red social, para luego volverse concientes del efecto que tiene Facebook en ellos y a su vez, en los usuarios con los que interactúan?

3.3 Construcción de la identidad

El efecto del medio en el sujeto afecta no sólo sus interacciones sociales sino también el desarrollo de su identidad virtual; es decir, qué tantas pinceladas dan los nativos e inmigrantes digitales a su perfil personal en Facebook.

“Parece ser que vivimos en un mundo donde la tecnología toma el trabajo del auto monitoreo a otro nivel” (Turkle, 2007, p. 176). La preocupación máxima del individuo es estar conectado con las tecnologías que ofrecen las nuevas plataformas para el desarrollo del yo-virtual; es más, la autora propone que existe, ya, un nivel de ansiedad exponencial que el individuo sufre al no estar conectado, por lo que se desarrolla un proceso de alienación de la experiencia real.

⁷ Psicológicamente, el hombre en el uso normal de la tecnología (o la extensión de su cuerpo variado) está siendo perpetuamente modificado por ella y en retorno el hombre encuentra nuevas formas de modificarla a ella. (McLuhan, 1964, p.53)

La creación de la identidad a través de las redes; en el caso del adolescente conectado, vive una nueva dependencia. Debido a que encuentra un nuevo espacio para compartir sus emociones, sus gustos e ideas con sus pares, la costumbre de compartir los pensamientos puede convertirse en la necesidad de hacerlo, la vida emocional puede pasar de “tengo un sentimiento”, “quiero llamar a un amigo” a “quiero tener un sentimiento”, “necesito hacer una llamada”. (p. 180)

Y no sólo parece ser una acción de jóvenes: la exposición desmedida de la privacidad empieza a afectar a todos aquellos que se encuentran en las redes interactivas, donde el más pequeño acontecimiento de nuestras vidas trata de ofrecerse como el mayor suceso. (Sibilia, 2008, p. 35-45)

Al forjar la identidad a largo plazo (en el caso de los jóvenes) y de mantener una (en el caso de los adultos) tenemos que hay un factor que influye directamente: El tiempo. Alonso Cueto atribuye a la cultura generacional de los nativos digitales el nombre de “cultura de la fugacidad”: “Cuando uno compra un objeto tecnológico nuevo, compra la ilusión más importante de los tiempos modernos: la ilusión de la velocidad y de la ubicuidad” (Cueto, 2012, p. 101) Una cultura donde el tiempo y el espacio han desaparecido y la identidad de los jóvenes se ve fragmentada.

Las redes sociales como Facebook son espacios que sirven para construir y de construir inmediatamente. Los usuarios se apropian del espacio y crean elementos propios de identidad, donde comentan y cuentan sobre su cotidianidad para pronto desaparecer en olvidos masivos debidos a la misma plataforma en la cual se compartieron. (p. 106-107) Entonces, un cuestionamiento que se adjunta a esta sección es: ¿Cómo afecta esta nueva cultura en la formación de la identidad de estos actores (tanto nativos como inmigrantes)?

4. Metodología

Para responder nuestras preguntas de investigación, se aplicó una metodología cualitativa, de corte etnográfico, utilizando las técnicas de entrevista a profundidad y

grupos focales donde se abordó a los sujetos de estudio sobre sus interacciones comunicacionales en la red relacionadas principalmente con las amistades, el amor, la familia y las publicaciones. Por otro lado, se conversó sobre la construcción de la identidad virtual, basada en la creación de la foto de perfil y de portada y la relación de éstas con el reconocimiento y el paso del tiempo. El punto de mayor relevancia en las conversaciones eran las opiniones de otros y uno mismo sobre las temáticas, y si habían cambiado o no su forma de proceder en la red social. Las herramientas estuvieron en función de siempre analizar desde el debate generacional y la perspectiva ecológica de los medios, buscando en los resultados comparar las respuestas de jóvenes y adultos.

La investigación fue de tipo descriptiva ya que buscó especificar propiedades, características y rasgos importantes de un fenómeno particular, para luego describir las tendencias de dicho grupo o población. (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p. 80)

4.1 Técnica de Muestreo

La muestra estuvo constituida por 18 jóvenes entre 15 y 18 años pertenecientes al sector socioeconómico A y B a través de dos grupos focales y nueve entrevistas a profundidad. Se realizó, en principio, grupos focales para poder comparar las opiniones de los jóvenes entre sí y ver si habían coincidencias en los usos de la red social. Después de este proceso se consideró pertinente usar los insights encontrados para modificar las preguntas del grupo focal y trabajarlas con la técnica de entrevista a profundidad con los nativos digitales. Después de este proceso, usando la misma técnica, se conversó con 12 adultos entre 40 y 60 años también parte del mismo nivel socioeconómico.

	Técnica	Nombre	Edad
Nativo	Grupo focal	Franco	16
		Adrián	16
		Joan Manuel	16
		César	16
		Sebastián	16
		Melissa	16
		Gianella	16
		Alexia	15
	Isabella	15	
	Entrevista	Alejandro	17
		Mateo	16
		Juan Diego	17
		Fabrizio	17
		Simón	15
		Paloma	17
Ginger		18	
Diana	16		
Silvana	17		
Inmigrante	Entrevista	Hugo	56
		Javier	48
		Jorge	59
		Manuel	53
		Pierre	44
		Rimaneth	44
		Lucy	50
		Lourdes	43
		Elsa	60
		Patricia	53
		Laura	43
		Silvia	51

El muestreo se realizó con sujetos a los cuales se tuvo acceso disponible. Muestreo dentro de la investigación cualitativa considerado como muestreo por conveniencia (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p. 401) La selección de los participantes se dio dentro del nivel socioeconómico (A/B) y se realizó dentro de este estrato social debido a que, como vimos en la introducción, son el segmento que más utiliza Facebook gracias al constante acceso a través del Smartphone.

El levantamiento de la información duró dos años. De 2014 a 2015.

4.2 Ejes temáticos

Las preguntas que se trabajaron durante el levantamiento de información se organizaron bajo dos ejes temáticos.

Un primer bloque es sobre la apropiación de la red social durante las interacciones comunicacionales de los usuarios. Los participantes comentaron sobre las relaciones con sus contactos en Facebook y los filtros que usan para aceptar a alguien o no como amigos. También se desarrolló el tema del amor como fuente de enamoramiento, celos y cortejo en Facebook, así como la publicación de la relación. Se conversó sobre la familia y cómo afectaba al desenvolvimiento de los actores en la plataforma virtual y por último, se debatió sobre lo apropiado y no apropiado a contar en Facebook, tanto en imágenes como en texto.

El segundo bloque está ligado a la construcción de la identidad. Las preguntas abordaron el tema del reconocimiento de uno mismo dentro de la red. Los usuarios contaron qué parámetros siguen a la hora de subir una foto de perfil y de portada, y qué tan relevante es el “me gusta” al momento de cambiar estas fotos. Se habló sobre el término “Stalker” como característica inherente de la red social y para finalizar se debatió cuánto tiempo se pasa en Facebook, cuánta tolerancia hay en la espera de un mensaje, si revisar la red social podía darse en tiempos espaciados o era constante y se planteó la situación hipotética de si Facebook desapareciera.

4.2.1 APROPIACIÓN – INTERACCIÓN

- Amistades/contactos: amigos en Facebook
- Amor: Cambio de estado en Facebook, enamoramiento y celos, formación de una relación dentro de la red y cortejo.
- Familia
- Estados en el muro y publicaciones.

4.2.2 CONSTRUCCIÓN – IDENTIDAD

- Reconocimiento: Foto de perfil y portada, la búsqueda del “me gusta”, “Stalker en Facebook”.

El tiempo: tiempo que se pasa en la red social, notificaciones, dejar “en visto”, longevidad de la red social.

5. Resultados

A continuación organizamos los resultados de acuerdo a los ejes temáticos presentados en el punto 4.2.1 y 4.2.2. Se presentan, sobre todo, los puntos en común entre los participantes jóvenes y adultos.

5.1 Apropiación: Interacciones comunicacionales

- Amistades/Contactos: un amigo equivale a un “me gusta”.

Para los nativos, una amistad en Facebook puede ser con alguien que han visto alguna vez o no necesariamente conocen personalmente, *“sé quiénes son todos pero no es que conozca, personalmente, a todos”* (Paloma, 17). Paloma cursa su primer año en la Pacífico y tiene entre 600 y 800 amigos en Facebook y dice interactuar con 30 de ellos. *“Todos sé quiénes son pero algunos hasta ni siquiera les he hablado en persona”*

(Simón, 15). Simón cuenta con 1300 amigos en Facebook y dice interactuar con 200 de ellos.

Los nativos reconocen que este comportamiento podía ser peligroso y ahora son más precavidos: *“me dio una etapa en que aceptaba a cualquier persona”* (Diana, 16). *“Ya se me quitó esa manía de agregar a cualquier persona o por amigos en común, sentía que me exponía mucho”* (Fabricio, 17).

Lo mismo sucedió con los inmigrantes -a pesar de ser en menor medida- quienes reconocen tener a personas en Facebook que no han conocido personalmente: *“tengo dos personas en el extranjero con las que siempre me comunico pero no las conozco”* (Manuel, 53), o no son realmente amistades: *“de vez en cuando hago purgas porque me doy cuenta que nunca fue cercano y ya no tenemos nada en común”* (Pierre, 44).

Los nativos e inmigrantes que comparten sus pasiones en Facebook aceptarían sin temor en su red social a personas que comparten su pasión así no los conozcan. Ginger (18) es vegana y muy activista dentro de su red social, *“si es una persona que busca información sobre el vegetarianismo, sí los acepto”*. Javier (48) es tecnólogo, pero su pasión es la fotografía y acepta a compañeros que comparten lo que a él le gusta.

Para los nativos e inmigrantes el tener muchos amigos en Facebook es una consecuencia de la búsqueda de popularidad. *“Pienso que están haciendo una red simplemente para ser populares”* (Elsa, 60). En su mayoría son los nativos quienes están al frente de esta tendencia, pero ésta empieza a afectar también a los inmigrantes.

- Amor: Tener una relación pública en Facebook genera nuevos parámetros para la relación.

Empezando por hacer pública una relación dentro de la red social. Para los nativos e inmigrantes varones publicar su relación en Facebook no es del todo atractivo: *“para qué ostentar mi relación si solo es mía”* (Alejandro, 17). Pero aún así se han visto obligados a hacerlo ante la presión de su pareja: *“habrá sido un mes después... para empezar yo no quería ponerlo, son cosas más personales”* (Fabricio,17). Ya que para

ellos no es importante contar públicamente su vida personal: *“fue más a pedido de ella... es que no me interesa contar mi intimidad, pero a ella sí”* (Hugo, 56).

Por otro lado las mujeres nativas no se alejan de la opinión de los varones: *“fue la primera vez que publiqué algo así, porque él me lo pidió”* (Ginger, 18).

Al poner una relación pública en Facebook la expectativa de que la relación puede acabar es la misma para nativos como para inmigrantes digitales: *“Me daría roche cuando terminemos, cómo quitarlo”* (Diana, 16); ya que para los participantes nada es certero: *“porque todo puede acabar y no quisiera estigmatizar a la persona o a mí mismo, a través de una relación cortada”* (Manuel, 53).

A pesar del miedo, hay un claro disfrute al hacer una relación pública en Facebook: *“Sí la puse alguna vez y es bonito, porque sientes que te prestan atención y todo el mundo comenta”* (Lourdes, 43). La atención y la celebración es esperada y deseada por la pareja una vez que publican su relación para la red: *“para llamar la atención, para que la gente lo likee”* (Simón 15).

Sobre expresar, pública y extensamente, sentimientos de pareja en Facebook, tenemos que hombres (tanto nativos como inmigrantes) y mujeres nativas concordaron que este aspecto de la intimidad amorosa debería permanecer en un ámbito más personal. Se le preguntó a Jorge (59) si conocía parejas que expresaban efusivamente su amor en Facebook, su respuesta fue *“aj, sí”*; muy similar a la opinión de Isabella de 15 años: *“me parece horrible”*.

Estas expresiones grandilocuentes de amor generan incomodidad: *“me parece muy cursi... en mis amigos conozco como tres parejas que hacen eso, constante, con fotos y texto”* (Javier, 48); ya que lo ven poco auténtico: *“se dicen te amo, así, y se conocen hace una semana”* (Juan Diego, 17).

Y hacerlo público genera cuestionamientos: *“me parece que exaltar algo tanto, para que los demás lo vean es porque realmente no lo sientes...yo tengo muchos amigos que se demuestran el amor de la vida en Facebook pero la realidad de lo que*

viven son problemas” (Ginger, 18); Aún así estas publicaciones reciben mucha atención y “me gusta” en la red social: “like, 50 likes, 100 likes” (Silvana, 17).

Las inmigrantes no tomaron una posición cuestionadora sobre las expresiones efusivas de amor en Facebook, más bien opinaron que este tipo de expresiones eran agradables.

Los celos y el control, dentro de Facebook, se han convertido en una realidad para la mayoría de inmigrantes digitales: “por qué crees que tengo esa foto (se refiere a su foto de perfil, la cual es con su esposo), por él, él es súper celoso...él no quería que tuviera Facebook” (Lucy, 50).

Estos temores nacen porque se han visto situaciones de infidelidad a través de Facebook: “o lamentablemente descubrir infidelidades entre parejas como una mujer que ha descubierto que tiene un amante (su esposo)” (Manuel, 53).

Estas interacciones pueden escalar y volverse públicas: “pone en su Facebook: con mi esposito adorado en Miami, y todo el mundo sabe que ella y su esposo se sacan la vuelta todo el tiempo” (Elsa, 60); “A veces he visto gente que pone like a cosas y me da vergüenza ajena por lo que puede estar sintiendo su pareja” (Pierre, 44). Razón por la que Facebook se convierte en una plataforma de control para las parejas: “eso pasa mucho en parejas de mi generación... una plataforma para controlar” (Elsa, 60).

Existe tan sólo un inmigrante que no ve Facebook, en temas de celos y control, como sus pares: “no, porque yo publico fotos con amigas, con amigos, abrazados, tomando un trago, riéndonos, porque yo tengo mi privacidad y ella tiene la suya” (Javier, 48).

Mientras tanto para los nativos digitales los celos y control en Facebook también se encuentran presentes sobre todo por las interacciones públicas con otras personas: “por likes, es absurdo, ella me decía yo la conozco, me hacía un mundo y al final yo tenía que pedir disculpas” (Alejandro, 17). Pero lo mismo le pasaba a él, cuando le reclamaba a su novia. “Me hacía ideas de por qué le ha comentado, tal vez conversan, tal vez se han encontrado”. Cuando se trata de cortejo dentro de la red

social. Las nativos digitales tienen mayor conocimiento de cómo usar la red social a su favor.

Cuando se trata de alguien que les gusta, para las nativas, el hombre es el que debe acercarse si está interesado, agregarla a Facebook: *“no me gusta ser yo la que inicia la conversación ni la que agrega a Facebook”* (Paloma, 17). Y si son ellas las que están interesadas y lo agregan para cortejarlo entonces *“ahora él te tiene que hablar”* (Gianella, 16).

El ritual debe continuar conversando por Facebook chat y ponerle “me gusta” a algo que pueda subir al muro. *“Empezaría a poner like en sus publicaciones”* (Diana, 16). Cuando se trata de conversar por el Messenger, “el visto” es un factor importante a considerar durante el cortejo: *“así no piensa que estás tan interesada, si te deja en “visto”, entonces tú también lo haces”* (Isabella, 15). Esta acción afecta a los varones: *“a veces pienso que si te dejan en visto es porque ya se aburrió de hablarte”* (Simón, 15).

- Familia: la relación entre jóvenes y adultos es cada vez más cercana.

Para los nativos digitales, el uso que le dan sus padres a la red social, es uno que puede llegar a molestarlos. Una de las situaciones que no disfrutan y consideran bochornosa es cuando uno de sus familiares como tíos o abuelas comentan uno de sus estados o fotos. *“me estresa cuando mi abuelita me comenta una publicación con mayúsculas, por qué con mayúsculas”* (Diana, 16). El tener como contacto a un miembro de la familia era algo que se trataba de evitar: *“antes me importaba más, antes no quería tener a mi mamá en Facebook”* (Paloma, 17).

Mientras tanto los inmigrantes varones ven la interacción en las redes sociales con sus familiares; sobre todo, con sus hijos, como una ventana para conocerlos más. *“Me ha permitido confirmar o descubrir cosas nuevas de ellos”* (Hugo, 56).

Para Rimaneth (44) el perfil de su hijo en Facebook lo ha ayudado a entenderlo o ver cosas que de repente no veía antes, *“a veces ha subido fotos como si las hubiera posado... sí me da varias cosas para darme cuenta de cómo es él realmente”*.

- Publicaciones: hay una tendencia hacia publicar menos en la red social.

Durante este estudio se descubrió que nuestros participantes cuentan con amigos que publican dos tipos de contenido en su red social. Lo más intrascendente y lo más personal. No se aprueba cuando personas ponen cosas triviales como “fotos de comida”. Que alguien suba fotos o comentarios constantes de lo que están haciendo genera desaprobación por parte de ambas generaciones. Los consideran “*pesados*” (Gianella, 16) porque “*no me interesa saber lo que estás haciendo todo el día*” (Isabella, 15). “*Me parece un exceso, estoy en la playa, quiero tomarme foto y que todo el mundo sepa... tenía un amigo, martes de parrilla, jueves de parrilla, sábado de parrilla, ay ya*” (Jorge, 59).

Aún así estas publicaciones consideradas intrascendentes reciben “me gusta” por parte de las inmigrantes digitales: “*normalmente le pongo like porque sé que para eso lo han puesto, casi para consentir*” (Laura, 46); “*Mi mamá me dice por qué no le pongo “me gusta” si para eso lo han puesto*” (Alexia, 15).

Son las inmigrantes digitales las únicas de este estudio que aceptan abiertamente que ponen el “me gusta” a veces por cumplir con el contacto en su red social y no porque realmente les gusta. Asimismo, las publicaciones muy personales -introspectivas o trágicas- también, incomodan a los participantes. Aún así aceptan que esas publicaciones tienen muchos “me gusta” en la red social. “*Tengo un amigo que dice, si pones algo grave o trágico vas a recibir mucha atención*” (Lourdes, 43).

“*Yo tuve un accidente hace poco, le dieron pérdida total a mi carro y no lo compartí. Quizás otras personas que yo conozco, de hecho que lo harían... que se accidentaron, la foto del carro*” (Javier, 48).

Las publicaciones introspectivas son para nativos e inmigrantes poco adecuadas para una red social como Facebook: “*me di cuenta que las emociones por las que yo pasaba eran mías y si yo quería manifestarlas ese no era el medio correcto*” (Alejandro, 17).

Estas reflexiones son vistas como un método para llamar la atención: *“solo quieren que se enteren los demás... para qué tú pondrías algo en una red social donde todos están ahí, si en verdad necesitas ayuda te irías a otro lado”* (Mateo, 16).

Muchas veces estas publicaciones son resultado de la soledad o la indignación ante alguna situación, *“una sola vez hice una publicación personal dramática... porque me sentía indignada y sola y te juro que me levantaron porque fueron como 150 me gusta y como 40 comentarios, me sentí mejor”* (Elsa, 60).

Y la respuesta de la red puede ser positiva al poner muchos “me gusta” pero no necesariamente sincera: *“yo le estoy poniendo like porque soy buenita”* (Rimaneth, 44).

A diferencia de los inmigrantes, para los nativos digitales el “me gusta” es un factor relevante a la hora de decidir si publicar o no un estado de ánimo o algún texto reflexivo. Para los nativos digitales la aprobación está en el “me gusta”, si se arriesgan a poner un estado que sea auto reflexivo, que no involucra a nadie más y no reciben el “me gusta” entonces *“lo borro”* (Isabella y Alexia, 15).

Es así que la mayoría de nativos digitales de este estudio tratan de mantenerse al margen cuando se trata de publicar, ya que saben que están bajo la mirada de todos: *“no me gusta, no me gusta publicar nada... veo que la gente publica demás, que a mí no me interesan leer entonces digo porque voy a publicar cosas que a otras personas no les van a interesar leer”* (Silvana, 17).

Los inmigrantes digitales también son conscientes de que sus publicaciones los pone en una situación de escrutinio: *“hasta cierto momento postí cosas, pero el Facebook, como mucha gente lo ve, te vuelve muy vulnerable”* (Pierre, 44); pero aún así no son tan pasivos cuando se trata de publicar, siempre y cuando no se relacionen con lo intrapersonal o lo trágico: *“pongo cosas relacionadas con la biblia, que me gusta leer o cosas que me hacen pensar a mí, y creo que le pueden servir a las personas que conozco”* (Manuel, 53).

5.2 Construcción e identidad

- La foto de perfil: conlleva una construcción minuciosa en función de la aprobación del otro.

Los nativos digitales de este estudio reconocen que, dentro de la red social, para que una foto sea exitosa uno debe salir bien *“porque todo el mundo la va a ver”* (Isabella, 15) y *“tengo que salir bien, sino no la pondría, porque es como la primera impresión”* (Juan Diego, 17).

Para la mayoría de nativos digitales hay una preocupación clara por la estética y calidad de la foto de perfil en Facebook y están al tanto de ello: *“sí he visto que chicas, nada que ver, se van a hacer sesión de fotos y las suben de fotos de perfil”* (Silvana, 17).

Pero no siempre queda en tan solo verse bien. La foto de perfil debe decir algo sobre ti mismo. En esto juegan las descripciones: *“cry a river, built a bridge and just get over it... no tiene relación con la foto ya, pero esa frase me encanta y para mí, define bastante como soy”* (Diana, 16). Las descripciones o frases son importantes para los nativos porque: *“me gusta transmitir algo”* (Adrian, 16). Aún así este comportamiento es criticado y tildado de ridículo: *“a veces nos burlamos con amigos de mi colegio de chicos que son huecos que ponen frases de Ghandi... es para hacerse los inteligentes”* (Juan Diego, 17).

Para los inmigrantes digitales, la representación de uno mismo en la foto de perfil no se relaciona con la estética ni la calidad, ni tampoco con la descripción. Es la imagen en sí misma y la experiencia vivida detrás de ella: *“esa foto tiene un significado, me la tomó mi ex esposo en Australia, y dije, voy a sonreír como si todavía estuviéramos casados”* (Elsa, 60).

- “Me gusta”: Motor y motivo de la red social.

Después de la selección y publicación de la foto de perfil viene el “me gusta”. Factor de principal relevancia a la hora de seleccionar y publicar una foto de perfil para los nativos digitales. Hay una preocupación por llegar a un número específico de “me

gusta” en la foto de perfil. En este estudio se descubrió que llegar a tres cifras en el conteo de los “me gusta” en la foto de perfil era lo ideal y de no llegar a esto “*la cambio*” (Adrian, 16; Gianella, 16; Melissa, 16).

Para llegar a las tres cifras, los nativos saben cuándo es que deben publicar su foto de perfil de Facebook: “*ni viernes ni sábado ni domingos, porque ahí la gente está afuera y no revisa su Facebook... de hecho es bien penoso que sepamos esto*” (Adrián, 16). Así mismo, no dudan en pedirle a sus amigos que los apoyen con un “me gusta”: “*hay amigos que sí son así: oe mira, tengo tantos likes y mandan solicitudes de amistad, aceptan a cualquiera*” (Mateo, 16).

La búsqueda del número ideal de “me gusta” está en el sentimiento negativo que se genera al no llegar a dicha cifra ideal: “*no me encantaría la idea (tener 20 “me gusta” en lugar de 100)*” (Paloma, 17).

Los nativos digitales reconocen que esta preocupación por el me gusta está relacionada con la superficialidad: “*creo que piensan que el like define qué tan popular eres o qué tan bonita sales*” (Diana, 16). Y aceptan que se sienten bien cuando consiguen el número ideal de “me gusta” pero que son conscientes de que es poco importante: “*es un concepto inmaduro y mientras vas creciendo te das cuenta de que no importan*” (Simón, 15).

Mientras tanto para los inmigrantes no se trata de conseguir un número específico de “me gusta” sino más bien lo importante está en el mero hecho de recibirlo: “*hay gente de mi edad que cambia y cambia su foto de perfil, parecen jóvenes... sobre todo son más mujeres*” (Manuel, 53).

A pesar de que las mujeres inmigrantes se sienten muy bien cuando reciben el “me gusta”, “*sientes mucha satisfacción ¿no? es bonito sentirte tomada en cuenta*” (Patricia, 53), están al tanto de que el cambiar la foto de perfil constantemente para recibir el deseado “me gusta” puede ser una señal de otra cosa: “*me da la impresión que cuando cambio algo, es para llamar la atención*” (Elsa, 60). “*No me gusta estar cambiándola tanto porque también es fastidioso para las personas que están viéndote*” (Lourdes, 43).

Los inmigrantes varones de este estudio recalcaron que no estaban buscando el “me gusta” cuando subían una foto de perfil, que ese no era su fin último, pero que se sentían bien cuando lo conseguían sin esperarlo. “*No estoy pensando en conseguir el like, es simplemente para expresarme...si lo hacen qué bien, si no lo hacen no me perturba*” (Javier, 48). “*En realidad no importa, es todo un juego*” (Pierre, 44). El participante reconoce que la búsqueda del “me gusta” termina siendo algo irrelevante.

- Foto de portada: representa con mayor claridad a los participantes.

La foto de portada en Facebook se presenta para los nativos, también, como un elemento para significarse más allá de su imagen personal. Hay más libertad en la elección de la foto de portada porque no tiene que salir uno mismo en ella.

Alejandro (17) tiene un águila en forma de nube en su foto de portada, cuando se le pregunta qué quería dar a entender nos cuenta: “*que me gustaría poder volar*”. Sobre su foto de portada: “*siempre dice algo de mi, que solo yo sé y que pocas personas han podido decir por qué es que puse la foto*”.

“*Todas mis portadas para mí tienen significado... son como pequeñas imágenes que hay en tu cabeza*” (Ginger, 18).

Sea para poner una foto simpática que encaje panorámicamente o para expresar un lado más personal de ellos mismos, en la foto de portada recibir “me gusta” no es relevante para los nativos. “*Para qué tener likes en la foto de portada*” (Fabricio, 17). “*Mi foto de portada no me importa tanto que le pongan like*” (Diana, 16).

Las inmigrantes están, también, al tanto de que la portada es una extensión del yo virtual en Facebook: “*me da la impresión que la portada es eso, nadie me lo ha dicho*” (Elsa, 60). Su foto es un paisaje donde no sale ella, solo se ven árboles meciéndose con el viento: “*refleja tranquilidad, verdor, naturaleza*”.

La mayoría de varones inmigrantes de este estudio no habían puesto mayor análisis a su foto de portada.

- Stalker (Acosador): la connotación negativa del término desaparece en Facebook.

Acosar, por definición, es apremiar de forma insistente a alguien con molestias y requerimientos (RAE, 2016). “Acosar” a alguien en Facebook para el nativo digital puede presentarse de dos formas. (Las formas han sido atribuidas por esta investigación, ante las características que han presentado los participantes).

El *stalker* pasivo, quien revisa el perfil de otra persona de manera exhaustiva y prolongada. La idea es que esa persona nunca se entere, así que se tiene que hacer con extremo cuidado. “*Obviamente él no se dio cuenta de que yo lo stalkeaba porque me veía hasta su última foto*” (Silvana, 17). “*Nada me detiene cuando estoy stalkeando personas*” (Fabricio, 17).

Y tenemos el *stalker* activo. Ninguno de los nativos de este estudio se reconoció como uno. Pero nos contaron que todos reconocen a este tipo de *stalker* en su red social. “*Entran y ven sus publicaciones, buscan información y lugares donde siempre están, a qué fiestas van a ir y van a esa fiesta*” (Diana, 16); “*Determino el grado de stalker de las personas que likean cosas de 2010*” (Ginger, 18).

Sólo dos inmigrantes digitales reconocieron el término cuando se les preguntó por él. Para Pierre (44): “*te metes a ver perfiles de gente y te pones a ver todas sus fotos y te pones a ver amigos de quiénes son*”. Y para Lourdes (43): “*cuando conversas con tus amigos y dices oye sí, está persona es una stalker... siempre hace muchos comentarios, siempre está siguiendo, a veces dice un comentario que no va*”. Ambos participantes reconocen que han sido Stalkers pasivos.

Al resto de inmigrantes se les explicó el término y dos varones, se reconocieron como tales. Javier (48) reconoce que los comentarios en las fotos de su hija eran constantes. “*Entonces yo creo que fui stalker (con mi hija) hasta que me dijo, sabes papá yo creo que te voy a tener que sacar del Facebook*”. Para Manuel (53) fue lo mismo: “*papá stalker, me dijo, porque estaba viendo sus fotos y comentando*”

Ser un stalker pasivo es mejor visto para los participantes que ser alguien que no demuestra tapujos en la red social cuando “stalkea” a alguien.

- El tiempo: la paciencia no es una virtud en Facebook.

Es en este segmento que los inmigrantes y nativos poseen mayores diferencias. En promedio, los inmigrantes digitales de este estudio, pasan alrededor de dos horas al día en Facebook. Entre que revisan notificaciones, hacen alguna publicación o ven sus “noticias”. Tratan de guardar el momento de entrar a Facebook para las noches, y los que son más allegados a su smartphone entran a la aplicación cada vez que tienen algo de tiempo libre del trabajo.

Para los nativos la cifra es diferente. En promedio pasan más de 8 horas al día. Entre el uso de computadora y Smartphone: “*la mitad del tiempo que estoy despierto*” (Fabricio, 17); “*Más de 10 horas, definitivamente*” (Silvana, 17).

Pasan más tiempo participando pasivamente que activamente: “*gran parte de mi tiempo... paro revisando las publicaciones*” (Alejandro, 17). Para dos de nuestros participantes nativos esto les ha generado angustia porque sienten que están perdiendo el tiempo. Alejandro (17) cerró su Facebook dos días antes de conversar con él. Él sentía que estaba prestando atención a cosas que no le eran útiles: “*ahora voy a tratar de salir a caminar*”. Mateo (16) siempre ha querido cerrarlo porque, realmente, no le importa lo que ve. “*He pensado varias veces en cerrar mi Facebook, no sé, desactivarlo*”.

Se conversó sobre las notificaciones en Facebook y el tiempo que podían tomarse los participantes para revisarlas. En el caso de los inmigrantes que participaron en este estudio, no representa mayor angustia o molestia no revisar inmediatamente la notificación, pueden dejarlo para el día siguiente o incluso para el fin de semana. Aún así, Rimaneth (44) nos contó que “*tiene amigos que no pueden dejar pasar el ver alguna notificación*”.

Los nativos, en cambio, tienen una tendencia a no dejar pasar más de un día para revisar sus notificaciones y la prioridad está en la notificación que los relaciona con su

imagen: “yo sé que probablemente va a ser de algún juego o algo tonto pero igual entro a ver” (César, 16). “Si sale que me han etiquetado en una foto, ahí si la veo al toque” (Juan Diego, 17).

La mensajería en Facebook permite, ahora, que los usuarios puedan ver si la persona con la que están conversando ya vio el mensaje mandado. Tanto nativos como inmigrantes, en su mayoría, no disfrutan cuando alguien los deja “en visto”: “eso no depende de la edad, les pasa a todos, hasta yo le he preguntado: ¿estás molesta?, cuando no me ha contestado y ya lo vio” (Rimaneth, 44).

Esperar por una respuesta en la mensajería de Facebook, después de haber sido dejado “en visto” está relacionado con sentir rechazo por parte de la otra persona: “por qué me has dejado en visto, decía, me hacía preguntas. Me provocaba ansiedad. Pero ahora me doy cuenta que no, razones tendrán y no puedo ir contra ellos” (Alejandro, 17).

El hecho de quedarse esperando por una respuesta genera molestia y reacciones negativas en los participantes, unas un tanto radicales: “yo no, pero a mi sí me han dejado en visto. Me llega, los odio... y antes pude yo haber eliminado a algunas personas de Facebook por eso” (Lourdes, 43); u otras más pasivas: “de repente me quejo para mí misma el por qué no me responde, pero no se lo pongo en el inbox” (Melissa, 16). A la mayoría de participantes no les gusta que les hagan perder el tiempo esperando por una respuesta.

Se preguntó a los participantes sobre el futuro de su red social, ninguno se había cuestionado cuánto tiempo más permanecería en Facebook o la longevidad de la red. “Toda la vida, no se me ha ocurrido ponerle plazo” (Elsa, 60).

Lo que sí está claro para los nativos digitales es que la red social, eventualmente, va a desaparecer: “no creo que la gente siga usando Facebook hasta años, de hecho en algún momento va a morir” (Paloma, 17)

En el caso hipotético de que, de un día para otro, Facebook desapareciera los participantes que lamentaron la pérdida del perfil fueron las mujeres en tendencia: “me

afectaría porque tendría que ver cómo reemplazar” (Lourdes, 43). Para Alexia (15) esta sensación no es ajena. Describió que se sentiría como en otro mundo porque Facebook ya es parte de su rutina y se ha acostumbrado a ver lo que hacen los demás.

Los varones en cambio no sintieron mayor pesar al imaginar el panorama, más bien lo encontraron un tanto positivo: *“uh, sería bestial, volvería uno a tener más contacto personal”* (Jorge, 59); y *“me daría felicidad porque sería un apoyo más de alguien, que tiene el control de todo eso, en dejarlo”* (Alejandro, 17).

6. Discusión

6.1 Conclusiones

- a. En Facebook, la brecha digital en función del manejo de contenidos entre nativos e inmigrantes digitales está en un proceso de acortamiento debido a que la red social genera un efecto de homogeneización. Aquí se confirma la teoría planteada por Ciufolli y López en el año 2010, donde la red social se convierte en una plataforma que empieza a limar diferencias entre los usuarios.
- b. 2. El medio en sí mismo es una plataforma que permite entender las prácticas comunicacionales de sus participantes ya que el efecto es bidireccional y la plataforma termina de construirse con y a través del sujeto. La ecología de los medios planteada en la década de los sesenta por Marshall McLuhan se ve aplicada directamente durante la apropiación de Facebook por parte de los participantes.
- c. 3. Los participantes de este estudio cuentan con un panorama muy claro sobre cómo Facebook los afecta a ellos y a los demás. Aunque en principio no entendían el efecto que el medio tenía sobre ellos, la etapa de la narcosis narcisista, (McLuhan, 1969), llega a un quiebre y el sujeto cobra conciencia.

- d. 4. El “me gusta” como retribución positiva se ha convertido en un elemento clave durante la construcción de la identidad virtual, retribución que se antepone en cada etapa del proceso. Aún así, los participantes saben que muchos de estos “me gusta” son otorgados por cumplir y en muchos casos carecen de sinceridad; pero a pesar de estar conscientes de esto celebran cuando lo reciben.
- e. 5. A los jóvenes se les hace difícil evitar pasar mucho tiempo en Facebook, situación que los agobia y angustia. Aunque los adultos pasan menor tiempo en la red social afirman que están entrando gradualmente al mismo proceso por el que pasan los jóvenes.
- f. Tanto para nativos como inmigrantes la exposición desmedida de los sentimientos amorosos en Facebook genera cierto desagrado ya que termina por ser considerado como poco verdadero debido a que muchos de estos comportamientos se repiten en las personas que suelen cambiar de pareja frecuentemente.
- g. Facebook se ha convertido en una herramienta para el control entre parejas. Tanto jóvenes y adultos están al tanto de que esta red social propicia inseguridades y puede desencadenar infidelidades y problemas de pareja.
- h. La exposición de la intimidad dentro de Facebook tiene connotaciones cada vez menos positivas dentro de la red, sobre todo en el caso de reflexiones introspectivas y/o publicación de hechos y sucesos trágicos. Ante esto, las publicaciones de jóvenes y adultos cada vez son menos recurrentes.
- i. 9. Aunque el término contiene peso negativo; en Facebook el acosador es aquel que está detrás de una pantalla y se presenta a través de una notificación o un comentario continuo, razón por la que ser “Stalker” en Facebook es un común denominador para los participantes, por lo que la mayoría se reconoce como uno.

6.2 Discusión

Bajo el acceso y la constancia en Facebook tanto nativos como inmigrantes digitales pueden tener la misma capacidad para mediarse a través de la red social. Y no sólo de forma instrumental sino a través del contenido publicado y las opiniones que se forman al largo plazo durante las interacciones comunicacionales en la red. Jóvenes y adultos comparten más que menos en la red social.

Es así que vemos como la sabiduría digital enmarca un atributo que permite a las generaciones separadas por la tecnología y el tiempo encontrarse en un campo común donde las herramientas y plataformas digitales son usadas en favor del sujeto. “Investigar y evaluar tanto los aspectos positivos como los negativos de las nuevas herramientas, y la forma de lograr el equilibrio que las convierte en herramientas potenciadoras de la sabiduría” (Prensky, 2009, p. 6) Sin distinción de edad los participantes propusieron de manera similar cuáles eran los factores nocivos de una red social como Facebook.

Es más, la brecha no sólo se relaciona con publicaciones y opiniones compartidas sino más bien con el directo compartir en la red social. Esto se puede ver en cómo los adolescentes están más propensos a compartir directamente con gente mayor en Facebook cuando antes era algo que desaprobaban. Es así que podemos acordar con la perspectiva generacional planteada por Gardner(2014), donde podemos pensar en las generaciones en función de los medios de comunicación dominantes, así como de las costumbres cognitivas, conductuales, de presentación de uno mismo y de relación con los demás. (p. 63)

Esta evolución generacional en función de los medios de comunicación puede entenderse, también, en la tesis planteada por Marshal McLuhan allá en el año 1964. McLuhan afirmaba que los humanos hacemos nuestros los instrumentos de comunicación, pero, al mismo tiempo, ellos se apropian de nosotros sin que seamos conscientes de ellos en primera instancia; ¿Y por qué en primera instancia?, porque para McLuhan el sujeto eventualmente cobra conciencia del efecto que el medio genera en él y lo sobrepasa (McLuhan, 1964, p. 51) Situación que se ha visto, ya reproducida, en la mayoría de -sino en todos- los casos estudiados durante esta investigación.

Nuestros participantes afirman que en sus primeras interacciones con la red social cumplían ciertas acciones que hoy consideran innecesarias. Como agregar personas que no conocían para eventualmente conseguir más “me gusta” en diversas publicaciones. El “me gusta” representa un efecto directo que el medio genera en los participantes, creando una ansiedad por conseguirlo a través de lo que se publica. Lo interesante está, en que los participantes están al tanto del efecto y saben que esta ansiedad está relacionada con la búsqueda de popularidad y es consecuencia de una superficialidad personal.

Si hablamos de la foto de perfil, los participantes concuerdan en que uno siempre debe salir bien y esa conclusión puede ser considerada como natural. Son los elementos alrededor de la foto de perfil que construyen una identidad virtual en función de la red social y los participantes dentro de ella. Tomemos el caso de “la descripción”. Una foto de perfil, una foto con amigos, una foto con la pareja. Los jóvenes plantean una reflexión supeditada a la imagen a través de la descripción, pero lo peculiar es que lo que se quiere “transmitir” viene después, buscando frases en otras redes sociales que puedan sintetizar algo profundo y certero de su esencia. Como menciona Turkle(2007): “Cuando los intercambios de uno mismo se reducen a un puñado de emociones emoticones, las preguntas como quién soy, y quién eres tú se reformatean para la pantalla pequeña y se aplanan en el proceso” (p. 180) La construcción de la identidad en Facebook tiene su consecuencia en la edición ideal del yo. El proceso de edición de una foto de perfil para conseguir el anhelado “me gusta” se traslada también a la descripción textual de la foto. Ya no se trata tan solo de la imagen sino el pensamiento y/o idea que la acompaña.

Para los participantes, tanto jóvenes como adultos, la presentación textual de la vida personal en Facebook ha ido cambiando a medida que se ha dado la apropiación del medio. La retribución del “me gusta” estaba tanto para panoramas positivos como negativos. Tomemos el ejemplo de la muerte de una persona y la publicación textual de su fallecimiento por parte de un familiar, una vez en la red social la historia adquiere matices de espectáculo que han llevado a los participantes a considerarlas como inapropiadas o fuera de lugar. Para Sibilia(2008) esta situación está relacionada con la ficción. “Espectacularizar el yo consiste precisamente en eso: transformar nuestras

personalidades y vidas (ya no tan) privadas en realidades ficcionalizadas con recursos mediáticos” (p. 223)

Los participantes de este estudio aceptan que muchos cayeron en la ficcionalización de la vida personal pero que eventualmente llegaron a un punto de entendimiento, donde Facebook se convirtió en un espacio público que no permite la exposición sentimental privada debido al posterior escrutinio de la red sobre ellos. Nuevamente, tenemos que el sujeto cobra conciencia del efecto que el medio generó en él despertando de la narcosis narcisista de McLuhan.

La experiencia de Facebook se repite día a día, minuto a minuto. Y las reglas que se empiezan a compartir por nativos e inmigrantes se solidifican a través de la longevidad de la red social. Cambiar la foto de perfil se convierte en un efecto cíclico donde la espera del “me gusta” es la misma. La lectura de una publicación personal de un contacto en el muro se repite continuamente generando la misma sensación. Las conversaciones empiezan y cesan de la misma manera. Estas experiencias afectan tanto a nativos como inmigrantes que interactúan y comparten en la red. Los participantes acceden casi en misma medida a la red social debido a la facilidad que les ofrece su Smartphone. Y este constante acceso genera un deseo eventual de desconexión, desconexión que algunos de los participantes han podido lograr y otros no. La cultura digital que propicia una red social tan extensa como Facebook es una que tiene atascados por igual a jóvenes y adultos en el constante presente. “La lección esencial que extraemos de la cultura del Facebook es que vive bajo el imperio del presente. Ni la carga del pasado ni la responsabilidad del futuro, que son tiempos densos, pueden interrumpir el contacto fugaz del Facebook.” (Cueto, 2012, p. 106) Y es en el presente en donde siempre se encuentran los sujetos durante su paso por Facebook, una plataforma que permite la desconexión emocional con el pasado y el futuro y permite una centralización en el yo inmediato.

Para un futuro estudio se recomienda profundizar en Facebook como plataforma transversal para otras redes sociales. Instagram y Snapchat representan nuevas plataformas de construcción de la identidad, cuyos resultados eventualmente terminan en Facebook. Los sujetos no solo se presentan a través de la imagen sino también en video, disponiendo de más herramientas para presentar su yo virtual.

Referencias

Ames, Patricia. (2014). Niños y adolescentes frente a las nuevas tecnologías: Acceso y uso de las tecnologías educativas en las escuelas peruanas. *Revista Peruana de Investigación Educativa*, (6), 145-172.

Cabra Torres, Fabiola., y Marciales, Vivas. Patricia. (2009). Mitos, realidades y preguntas de investigación sobre los nativos digitales: una revisión. *Universitas Psychologica*, 8(2), 323-338.

Ciuffoli, Clara., y López, Guadalupe. (2010). Facebook como paradigma de la alfabetización digital en tiempos de barbarie cultural En A. Piscitelli: Proyecto Facebook y la Posuniversidad. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje (pp. 111- 128) Barcelona: Ariel.

Cueto, Alonso. (2012). Una cultura de la fugacidad. *Quehacer*,(185), 101-111.

Duval, S. Wicklund (1972). A theory of objective self-awareness. New York: Academic Press.

Frison, Eline., y Eggermont, Steven. (2015). The impact of daily stress on adolescents' depressed mood: The role of social support seeking through Facebook. *Computers in Human Behavior*, 44, 315-325.

Fernández, M. Katuska y McAnally, S. Lewis. (2015). Apropiación tecnológica: Una visión desde los modelos y las teorías que las explican. *Perspectiva Educativa, Formación de Profesores*, 54 (2), 109-125

Gonzales, Amy. L., y Jeffrey, T. Hancock. (2011). Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 14(1-2), 79-83

Hernández, Roberto., Fernández, Carlos., y Baptista, Maria Del Pilar. Metodología de la investigación (5ta ed.). México: Mcgraw Hill.

Howe, N. & Strauss, W. (2000). *Millennials rising: The next greatest generation*. New York: Vintage Books.

Ipsos Marketing (2015). *Perfil del usuario de redes sociales*. Lima: Ipsos Marketing.

Ipsos Marketing (2013). *Perfil del Smartphonero 2013*. Lima: Ipsos Marketing.

Gardner, Howard. (2014). *La generación App*. Barcelona: Paidós.

Tosun, L. (2012). Motives for Facebook use and expressing “true self” on the Internet. *Computers in Human Behavior*, 28(4), 1510-1517.

McLuhan, Marshall. (1964) *Understanding media: The extensions of man*. [versión PDF] Recuperado en http://cdn.robbybacken.com/text/nw_research.pdf

Nitzburg, George. C., y Farber, Barry. A. (2013) Putting Up Emotional (Facebook) Walls? Attachment Status and Emerging Adults' Experiences of Social Networking Sites. *Journal of clinical psychology: In session*, 69(11), 1183-1190.

Oldmeadow, Julian. A., Quinn, Sally., y Kowert, Rachel. (2013). Attachment style, social skills, and Facebook use amongst adults. *Computers in Human Behavior*, 29, 1142–1149.

Prensky, Marc. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. Part I. *On the horizon*, 9(5), 1-6

Prensky, Marc. (2001) Digital Natives, Digital Immigrants, Part II: Do they really think differently?. *On the horizon*, 9(6), 1-6

Prensky, Marc. (2009) H Sapiens digital: from digital immigrants and digital natives to digital wisdom. *Innovate*, 5(3), 1

Scolari, Carlos. (2015). *Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones*. España: Gedisa.

Sibilia, Paula (2008). La intimidad como espectáculo, Buenos Aires: Fondo de cultura Económica.

"The Playboy Interview: Marshall McLuhan, Playboy Magazine" (March 1969 © , 1994 by Playboy. *Communication and Technology*. Recuperado de: <http://www.digitallantern.net/mcluhan/mcluhanplayboy.htm>

Turkle, Sherry. (2007) Can you hear me now? *Forbes*, 179 (10), 176-182.

The Statistics Portal. (2016) "Number of monthly active Facebook users worldwide as of 1st quarter 2016 (in millions)" Recuperado de: <http://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>

Trinder, K., Guiller, J., Margaryan, A., Littlejohn, A. & Nicol, D. (2008). Learning from digital natives: Bridging formal and informal learning. Research project report. Glasgow: The Higher Education Academy. Recuperado en: <http://www.gcu.ac.uk/media/gcalwebv2/academy/content/ldn/LDNFinalReport.pdf>