

**CREACIÓN, APARICIÓN Y DESARROLLO DE IDENTIDADES EN LAS  
REDES VIRTUALES**

**Andrés Felipe Torres Russi**

**Valentina María Vega Cogollos**

Trabajo de grado para optar por el título de comunicador social

Periodista y Publicista

Luis Fernando Marín

Pontificia Universidad Javeriana

Facultad de comunicación social y lenguaje

Comunicación social

Bogotá 2009

Reglamento de la Pontificia Universidad Javeriana

## Artículo 23

“La Universidad no se hace responsable por los conceptos emitidos por los alumnos en sus trabajos de grado, sólo velará porque no se publique nada contrario al dogma y la moral católica y porque el trabajo no contenga ataques y polémicas puramente personales, antes bien, se vean en ellas el anhelo de buscar la verdad y la justicia”

Bogotá, Julio 31 de 2009

Doctor

**JURGEN HORLBECK B**

Decano Facultad de Comunicación Social

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA**

Ciudad

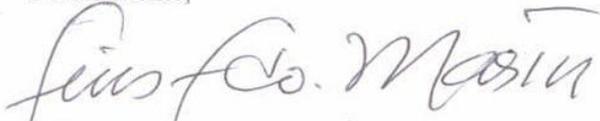
Apreciado doctor:

Como director del trabajo de grado “Creación, aparición y desarrollo de identidades en las redes virtuales”, elaborado por los alumnos, Andrés Felipe Torres Russi y Valentina Vega, queremos hacer entrega a usted del mismo, haciendo un reconocimiento por la forma como escogió, planteó y desarrolló el tema, producto de un proceso serio de investigación, análisis y creatividad, propios de una persona que, además, de los conocimientos académicos adquiridos en la Facultad, le imprimió su pasión por la profesión.

Por las razones anteriores y con todo respeto, considero que el trabajo que comento les permite a los alumnos optar por los grados de Comunicador Social y publicidad, Comunicador social y periodista.

Le agradezco de antemano la atención que le merezca la presente.

Cordialmente,



**LUIS FERNANDO MARÍN**

Bogotá, Julio 31 de 2009

Doctor

**JURGEN HORLBECK B**

Decano Facultad de Comunicación Social

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA**

Ciudad

Apreciado doctor:

Como estudiante de la Facultad de Comunicación Social, tengo el agrado de hacer entrega de mi trabajo de grado titulado "Creación, aparición y desarrollo de identidades en las redes virtuales".

Es motivo de gran complacencia y gratitud haber podido desarrollar este trabajo, como resultado de la preparación y formación recibida de la Alma Mater durante el transcurso de mis estudios en esta entrañable Facultad.

Reciba nuestros sentimientos de consideración y aprecio.

Cordialmente,



**ANDRES FELIPE TORRES RUSSI**



**VALENTINA VEGA**

## **Agradecimientos**

Es muy emocionante para nosotros llegar a esta etapa final de nuestras carreras y poder culminar con este trabajo de grado nuestros estudios con éxito y fascinación. A medida que íbamos elaborando este documento nos dimos cuenta de lo esencial que es la comunicación para nuestro diario vivir.

Primero queremos agradecer a Dios por habernos dado la oportunidad de poder incursionar y estudiar los diversos medios de comunicación. A nuestros padres Silvia, Víctor, Olga y Luis Carlos que con su fuerte apoyo incondicional han sido el motor para querer superarnos cada día. A nuestros hermanos Luis Carlos, Víctor y Mónica, por ser grandes testigos en la elaboración de este trabajo y por su intensa vinculación con el mismo. Por último queremos agradecerle a nuestros amigos, Juliana Quintana y Federico León que con sus muestras de ayuda hicieron para nosotros un camino ameno y alegre .

## TABLA DE CONTENIDO

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>7</b>
<b>1. CAPITULO 1: “Hacia la construcción de un concepto de identidad”.....</b>	<b>11</b>
<b>1.1 El yo romántico y moderno.....</b>	<b>16</b>
<b>1.2 Comunidades virtuales.....</b>	<b>23</b>
<b>2. CAPITULO 2: “Comunidades virtuales, hacia la construcción de facebook como medio permanente de la sociedad”.....</b>	<b>27</b>
<b>2.1 Red social = Facebook.....</b>	<b>30</b>
<b>2.2 Orígenes de Facebook.....</b>	<b>31</b>
<b>2.3 Estudio: Facebook como estilo de vida.....</b>	<b>36</b>
<b>2.4 Análisis de Gráficas.....</b>	<b>43</b>
<b>3. CONCLUSIONES.....</b>	<b>52</b>
<b>4. BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>56</b>
<b>5. ANEXOS.....</b>	<b>59</b>

## INTRODUCCIÓN

Sí se hace el ejercicio de definir en una palabra la era en la que vivimos, se podría afirmar que es la era de la *globalización*. Sin embargo, la palabra *globalización* abarca muchos significados. Aunque hay intelectuales y economistas que la definen como la era de la *Economía del Conocimiento*<sup>1</sup>, el término más adecuado es el de la era de la *información*, también conocida como *la sociedad de la información*. Según Manuel Castells, ésta comenzó a mediados del siglo XX

“... [Transformando] nuestro modo de pensar, de producir, de consumir, de comerciar, de comunicar, de vivir, de morir, de hacer la guerra y de hacer el amor...Una cultura de la virtualidad real, construida en torno a un universo audiovisual cada vez más interactivo, ha calado la representación mental y la comunicación en todas partes, integrando la diversidad de culturas en un hipertexto electrónico”. (Castells, 2004. 25-26)

Esta era de la información, cuyo mayor y más impactante desarrollo ha sido Internet, ha transformado no sólo las reglas de juego en la economía y la política, sino también las formas y rituales que comunican a la sociedad. Cada vez más, y generalmente en las generaciones más recientes, la socialización se hace a través de medios virtuales. No es exagerado afirmar que el contacto que tienen los jóvenes es más virtual que físico. Si antes, para cortejar a una mujer era necesario visitar a sus padres, conocer su casa y vestirse formalmente, hoy en día se hace a través de un mensaje a su celular. Este primer encuentro virtual puede llegar a establecer las bases de la relación.

---

<sup>1</sup> Según Castells (2000), la *Economía del Conocimiento* tiene tres características: “1). Productividad en información, apoyada a su vez en las tecnologías de la información;2). Tiempo real; conectividad global de flujos de capital, productividad, y gestión (no sólo referida al transporte internacional de mercancías), lo que sólo es factible gracias a la infraestructura tecnológica (Internet).3). Trabajo en red, o Networking; Internet está en el corazón de estas redes, pero es mucho más que una tecnología. La Economía del Conocimiento no es la economía de los que *proveen* Internet, sino la de quienes la *usan*.”

Los antecedentes de la era de la información se remontan a la creación del ferrocarril en la primera etapa de la era industrial. El ferrocarril tiene principalmente consecuencias económicas, por este motivo es el símbolo de la industrialización. Sin embargo, sus efectos van mucho más allá que esto. El ferrocarril, al unir a un país de un extremo al otro, contribuyó con la difusión de la información.

“El ferrocarril fue el elemento verdaderamente revolucionario de la Revolución Industrial, porque no sólo creó una nueva dimensión económica, sino que también modificó rápidamente lo que yo denominaría “geografía mental”. Por primera vez la historia, los seres humanos tenían verdadera movilidad. Por primera vez, los horizontes de las personas ordinarias se ampliaron”. (Drucker, 2006. 9)

Para Drucker, con el ferrocarril “la humanidad dominó la distancia”. Con el comercio electrónico, “la distancia se ha eliminado.” Es por esto que el ferrocarril es el primer precursor de la era de la información, una era en dónde no hay distancias, dónde la información y el conocimiento están disponibles permanentemente.

El teléfono, que se patentó en la segunda mitad del XIX poco a poco, ha sido reemplazado por la telefonía celular, contribuyendo a reducir aún más la distancia y a interconectar el mundo. La tecnología de las telecomunicaciones que se ha desarrollado con la aparición del telégrafo en la primera mitad del siglo XIX, se ha abierto hasta convertirse en una de las más importantes industrias de este siglo.

La rápida evolución del uso de Internet es uno de los más importantes fenómenos de la era de la información. Antes el uso de Internet era muy preciso, se navegaba para algo concreto. Hoy en día Internet no es sólo una herramienta sino un modo de vida; se usa en muchos campos como la economía, cultura, política entre otros. (Campaña del presidente Obama y convocatorias a marchas o sucesos importantes) Además no sólo nos ofrece información, sino que nos proporciona una plataforma para comunicarnos, conocernos, entendernos y relacionarnos.

Con la red, cómo se menciona anteriormente, las reglas de juego y los ritos se han transformado. En el campo de la política, por ejemplo, Internet es la herramienta más utilizada para difundir ideas. La campaña presidencial del presidente Obama, por ejemplo, se divulgó principalmente a través de la red y de la telefonía celular. La capacidad de Internet de llegar a todos en un tiempo muy reducido, casi inmediato, logró que los americanos se sintieran involucrados directamente con la campaña. Una vez elegido presidente, Obama envió un mensaje de texto que llegó a los celulares de todos sus votantes, agradeciéndoles y dedicándoles su triunfo.

Internet también ha transformado la forma cómo la sociedad conoce y forma su opinión sobre las guerras. Antes de la aparición de este, la información que llegaba a la sociedad provenía de los informes sesgados de las cadenas de televisión y radio. Hoy en día es posible ver la guerra más de cerca ya que este medio nos ofrece un espacio muy amplio.

Otro aspecto importante es que el exceso de información proveniente de tantas fuentes, a veces diametralmente opuestas, puede generar un cierto nihilismo frente a la veracidad de la información. Cómo todo puede ser verdad, todo puede ser ficticio. Internet es un medio escrito pero también audiovisual, y lo audiovisual también se manipula con mucha facilidad.

En términos socioculturales, Internet ha sido uno de los más importantes vectores en el desarrollo y la transformación cultural que vive el mundo en la actualidad. Esta es una herramienta para personas de todas las edades, pero en el caso de los jóvenes, como se menciona anteriormente, se está transformando en una plataforma para entablar relaciones y para darse a conocer. La red también se ha convertido en un factor influyente en el desarrollo de identidades, que muchas veces se quedan en el ámbito de lo virtual. Este es el caso de *Second Life*, un mundo virtual en el cual sus personajes viven literalmente una segunda vida; consiguen empleos, ganan

dinero ficticio con el que pueden hacer compras virtuales, se relacionan personal y profesionalmente con otros personajes de este entorno, etc. Cualquier persona puede ingresar a *Second Life* y crear y desarrollar una identidad virtual que en muchos casos es opuesta o diferente a la identidad real. Esto se da, porque en este tipo de mundos virtuales no rigen los mismos tabús ni las mismas reglas sociales.

En el caso de redes sociales como *Facebook*, *Myspace*, *Twitter* y *Messenger*, entre otros, se cumple de cierta manera con la misma función de *Second Life*; proporcionar un espacio virtual para la comunicación, difusión de ideas y creación de una identidad virtual. La diferencia que se puede apreciar es que en estas redes sociales el yo virtual no está desligado de una supuesta realidad. Por este motivo, ciertas de las reglas sociales rigen de igual manera. Lo que se puede apreciar a través de estas redes son los fuertes cambios en cuanto a las relaciones humanas; hoy en día, gracias a la Internet, los jóvenes están más conectados que nunca. Sin embargo, están conectados virtualmente más no físicamente. Sólo con analizar algunas de las estadísticas se puede llegar a la conclusión de que la presencia de los jóvenes en la red es excesiva, y cómo se menciona en algunos estudios, puede llegar a ser adictiva.

El propósito de esta tesis es analizar la importancia de este tipo de redes sociales en la creación y en el desarrollo de identidades en los jóvenes. Esto se hace a partir de un análisis que parte del significado y la importancia de la cultura en la creación de identidades. Esta introducción pretende ubicar este análisis en un contexto histórico que parte desde la era industrial con la creación del ferrocarril. A partir de este momento la distancia, en términos de información y conocimiento, comenzó a estrecharse hasta el punto en que nos encontramos hoy con Internet. Somos una sociedad que necesita y busca constantemente información y gracias a Internet la información está a nuestro alcance. Esto lleva a que nuestras formas socioculturales se transformen. Este cambio tiene consecuencias en el desarrollo de nuestra identidad. Nuestro propósito es analizar cuál es la función de Internet en este desarrollo y que tan determinante es.

## CAPITULO I

### Hacia la construcción de un concepto de identidad

A través de los años en infinidad de culturas han existido objetos que con el pasar del tiempo, cambian su significado y uso.

“Desde el punto de vista antropológico, no hay razones para pensar que un uso sea más o menos legítimo que otro. Con todo derecho, cada grupo social cambia la significación y los usos. En este punto los análisis antropológicos necesitan converger con los estudios sobre comunicación, por que estamos hablando de circulación de bienes y mensajes, cambios de significado, del pasaje de una instancia a otra, de un grupo a varios. En esos movimientos se comunican significados, que son recibidos, reprocesados o recodificados. También necesitamos relacionar el análisis intercultural con la relaciones de poder para identificar quienes disponen de mayor fuerza para modificar la significación de los objetos” (García Canclini, 2004. 35)

Podemos reconocer que cada grupo, movimiento y organización, da una diferente importancia a la nueva oleada de medios que se evidencian hoy en día. El fin de estos es el dar información, pero los fuertes cambios en las sociedades hacen que estos mecanismos de comunicación se reinventan generando diversas significaciones. Es de esta manera, como se crean y se inician nuevos mercados, necesidades de consumo y se dan a lugar identidades en medio de los nuevos grupos culturales.

Es importante resaltar el punto de la cultura como la sostenedora de toda identidad humana tanto individual como colectiva. “Los comportamientos en la humanidad se relacionan a cuestiones culturales, incluso podemos decir que las acciones asociadas con procesos naturales (como el nacimiento, muerte, el comer o el dormir) están impregnadas por una simbolización cultural que es aprehendida por los miembros de la sociedad y que las hace parte de la cultura misma” (García Canclini, 2004.58)

Cultura es la manera, las formas, las expresiones, los comportamientos, las costumbres, los modos de ser, las normas, las prácticas, de toda una sociedad que esta contenida en un espacio determinado. Es también todas las mínimas y máximas evidencias del ser humano. Esto lo podemos concluir de acuerdo con la Unesco, (organización de las naciones unidas para la educación la ciencia y la cultura) que define a la cultura como: "...que la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden" (UNESCO 1983, Declaración en México).

Cada individuo tiene inmerso en si mismo su propio sistema cultural que de una u otra forma, está supeditado a los comportamientos dentro de sus grupos sociales. El ser humano está ávido y dispuesto al cambio y toda ésta transición radica en sus comportamientos y sus modos de vida.

Hay que dejar como evidencia que la cultura no es una cuestión genética ni muchos menos se hace a partir del instinto, la cultura es fundamental, puesto que es parte de todo entorno social. Con base en esto, podemos enunciar dos corrientes antropológicas que hacen alusión a la problemática de la cultura como herencia y construcción. La primera es la que se denomina "la perspectiva esencialista", ésta asegura que la identidad es algo exclusivamente hereditario, transmitiéndose de generación en generación configurando una identidad cultural a través del tiempo. La segunda, "la perspectiva constructivista", es la que afirma que la identidad no se hereda, sino por el contrario, se construye. Por lo tanto la identidad es manipulable y variable.

Tomamos como referencia a Néstor García Canclini para construir un concepto de identidad, teniendo como punto de partida el significante de la cultura y los espacios sociales entre lo público y lo privado. Teniendo en cuenta que este autor nos muestra la noción de cultura como el entendimiento entre muchos significados y más como construcción de identidades. Las identidades culturales tienen gran importancia en cuanto a los cambios y la evolución en un estado de tiempo.

En el 2004, García Canclini enuncia 4 vertientes de lo socio material y lo significante de la cultura: (p. 34)

- 1. “La cultura como la instancia en la que cada grupo organiza su identidad” (García Canclini, 2004. 35)

Desde tiempos remotos, se ha venido investigando la relación de cultura en el proceso de formación y desarrollo de identidades. Hoy en día, nos encontramos en medio de una sociedad consumista, en donde estas identidades se reelaboran a través de las muchas culturas existentes. “...nos apropiamos de otros repertorios culturales disponibles en el mundo...” (García Canclini, 2004. 36)

En la actualidad nos encontramos en medio de un contexto globalizado en el cual se reconocen todo tipo de identidades y organizaciones políticas. Cada una de estas, está caracterizada por una fuerte homogeneidad, en donde se supone que sus ideales y sus géneros están arraigados de acuerdo a una tradición o una formación ya existente.

En la cotidianidad las personas llegan a ser parte de estas formas y estilos propios, que van variando o cambiando de acuerdo a sus modos de vida y en el contexto en el que se encuentren. En medio de todo esto, se presenta el problema de

la misma cultura y la noción de identidades, en donde cada una es una opción dependiendo de la situación.

- 2. “La cultura es vista como una instancia simbólica de la producción y reproducción de la sociedad” (García Canclini, 2004. 37)

El desarrollo de la cultura en medio de ésta producción y reproducción de la sociedad, se reduce en donde se vea arraigado un proceso de significación. Todo tipo de realización humana tanto individual como colectiva, está supeditada a los significados, es decir, cada cosa que concebimos en nuestra cotidianidad conlleva a una consideración que le da sentido y práctica.

Entonces, ¿de qué manera aparece la cultura como un proceso de ayuda en la producción y reproducción? “...la cultura es parte de todas las prácticas sociales” (García Canclini, 2004.37) Este momento de identificación se da a partir del mismo desarrollo de las situaciones o relaciones en sociedad, es finalmente el punto concluyente de ese intercambio y estrecha relación de los unos con los otros.

- 3. “La cultura como una instancia de conformación del consenso y la hegemonía; configuración de la cultura política y también la legitimidad” (García Canclini, 2004. 37)

Es en la cultura donde se ven representados los cambios en todos los procesos sociales (así como se expuso anteriormente, es la que marca la configuración de identidades). A partir de esta cultura que es la que maneja y simboliza las diferentes nociones de ideologías, se dan todas las pautas de poder y los diversos modos de organización social. Son los individuos los que deciden a través de si mismos y a partir de la influencia de su entorno.

La cultura como primera medida cumple con el papel de ser la precursora en la aproximación de los actores en los procesos sociales. De esta manera, sale a relucir lo percibido, adquiriendo sentido lo que se llama mirada particular o razonamiento individual, que de una u otra forma llegan a un sector o grupo determinado.

- 4. "La cultura como dramatización eufemizada de los conflictos sociales"  
(García Canclini, 2004. 38)

Se conoce que en las antiguas culturas primitivas se acostumbraba a realizar ritos y simbolizaciones que estaban representadas a través de cantos, bailes, oraciones entre otros. Se sabe que eufemismo es una palabra o expresión que en cierta forma reemplaza nombres, o revelaciones que no quieren ser divulgadas.

A partir de lo anterior, se puede connotar que en las antiguas culturas, se utilizaba estos mecanismos con el fin de evitar claramente los sucesos o conflictos dentro de una organización. En ningún momento se aluden los temas, se hace una mirada indirecta y velada de lo que ocurre en la vida en sociedad.

Desde el principio de los tiempos el hombre ha encontrado infinidad de posturas individuales, que de una manera explícita, repercuten en su mediación en sociedad. En medio de estas diferentes formas, surgen caracteres que desarrollan plenamente al ser humano. Esta misma conformación del individuo está marcada por las alteraciones que se evidencian en el mundo: alteraciones sociales, tecnológicas, geográficas, temporales y así mismo en el nivel relacional y emocional. Debido a esto, se crean nuevos estilos que se aprecian en nuestras riquezas y flaquezas como seres humanos. A través de los anterior, se genera la cuestión y el modo del saber comprender al ser humano, al "yo" y al momento de su aprendizaje y evolución en el mundo.

Basándonos en García Canclini, podemos deducir que las identidades culturales presentan un cambio, una evolución en un estado de tiempo, reelaborando y generando nuevos proyectos y sistemas sociales que de diferentes formas, van emergiendo en medio de las alineaciones de los individuos y en muchos casos, a través de las enseñanzas de nuestros antepasados que hoy por hoy, hemos puesto en práctica.

También es importante resaltar que las culturas se definen a si mismas en oposición a otras. Las personas que pertenecen a diversas comunidades se definen a si mismos a través de las normas y las estipulaciones que se dan en medio de la construcción y formación del concepto de identidad, pero esta iniciación sólo se revela mediante la confrontación con otras culturas. La cultura es un reto permanente que se forma a partir de la representación que cada uno se hace del otro. Un mismo individuo puede tener infinidad de identidades que parten de las diversas instituciones sociales que comparte en su diario vivir.

Ahora bien, deducimos que las identidades individuales se iniciaron con el yo romántico y el mismo concepto del desarrollo del hombre moderno. De esta manera acudimos a Kenneth Gergen, que nos habla del origen de un yo romántico en medio de las configuraciones sociales y del desarrollo de ese mismo yo, que se convierte en moderno debido a la inmensa evolución tecnológica.

### 1.1. El yo romántico y moderno

Es importante manifestar que antes del siglo XVIII, la concepción del yo y su significación no se evidenciaba en los hombres de la época. Estos se consideraban seres o miembros de una comunidad de la que se evidenciaba la religión, la clase, y los medios en los que se trabajaba (entre otros). Con la llegada

de ese nuevo siglo la sensibilidad y el modo de pensar de los humanos dio un giro en el ámbito racional y espiritual. La noción de ese yo, empezó a formar parte de la mente del individuo.

La idea del yo romántico significó, para el siglo XVIII y XIX, un cambio de las viejas nociones heredadas del mundo; una ruptura al orden anterior. (Es un nuevo enfoque, la impresión de un hombre que posee una libertad auténtica). Para países como España y Francia este romanticismo tiene una fuerte apariencia católica, a diferencia de Inglaterra y Alemania en donde el movimiento estaba influenciado bajo los ámbitos liberales y materialistas.

En 1992 Gergen dice que el lenguaje de los sentimientos morales, la solidaridad y el goce interior, deriva en buena medida de una concepción romántica del yo. (p. 41). Esta idea del yo romántico tiene fuerte influencia en el vocabulario de la comunicación personal. Este concepto se relaciona con la noción del término amor y su inmensa influencia en el periodo renacentista. Para muchos, “amor” era considerado como un peligro emocional, que de una u otra forma amenazaba el ámbito racional. A partir de esta idea del amor empiezan a aparecer diversas sensaciones como el dolor, la soledad y la amistad. De esta manera se inicia una cierta identidad o un seguimiento cultural. “Los diarios íntimos de la época revelan la fuerte tendencia a conservar incólume y omnipresente la imagen del muerto, y a comunicarse con él a través de la plegaria o sesiones espiritistas”. (Gergen, 1992. 45-46)

“la visión romántica del yo no se limitaba al discurso: era un apremio a la acción. Provocaba adhesiones, cambiaba la vida, precipitaba la muerte...la posibilidad de que un individuo se suicidara movido por el pesar, un elemento tan significativo, en verdad, de la cultura romántica que hasta podría llamárselo el mal du siècle, el mal del siglo, caracterizado por la angustia frente a la decadencia que entonces se experimentaba en los asuntos humanos y la búsqueda de la muerte” (Gergen, 1992. 46- 47)

Otro de los conceptos que según Gergen tiene fuerte influencia en el yo romántico, es la imaginación, ya que es a través de esta en donde se permitía escapar del mundo real, del supuesto exilio de la vida, de una inmensa cotidianidad que los emergía en las más profundas penas y desasosiegos.

En medio de este yo romántico se evidenciaron y se proyectaron cambios frente a las producciones artísticas de la época. Se dejaron de lado los detalles en el uso del color y la ilustración de los espacios del mundo, como paisajes y lugares, por un nuevo estilo que se determinaba a partir de la exteriorización de los sentimientos y el desfogue de lo interno. “La atención al detalle era sustituida por la expresión del contenido emocional” (Gergen, 1992. 47)

Se inicio pues, una era en donde la significación y la expresión emocional se tomaron como prioridad. Los artistas tanto visuales como plásticos tomaron como base sus sensaciones y emociones para representar su arte al mundo. Se buscaba ir más allá de la imaginación, el no permanecer en lo meramente explícito, sino ir a caminos más ocultos, que implicaban la exploración de la razón y lo simbólico. Así lo evidencia Gergen en 1992; obras como las del pintor alemán Casper David Friedrich, se apreciaba a las figuras con una mirada profunda y perdida. Los paisajes atraían la atención del observador hacía un punto que no es visible en sí mismo. Se buscaba recurrir a algo más para la identificación y entendimiento de las obras.

No hay que dejar de lado que los movimientos y estilos musicales germinaron en esos procesos racionales que se estaban gestando en el yo romántico del iluminismo. “Para Beethoven, la música era, en el caso ideal, un *ausdruck der empfindung*, una expresión del sentimiento (su sonata “Claro de Luna” fue dedicada “a mi amada inmoral”)” (Gergen, 1992.48). Artistas como Verdi, Chopin, Brahms, hicieron parte de este nuevo estilo musical, en donde expresaron de manera muy explícita el desenvolvimiento de los sentimientos más profundos. Pero es Wagner, el mayor representante de esta nueva generación de románticos. En

muchas de sus composiciones musicales, no solamente se expresaba sentimientos, sino que eran desfogues emocionales.

A medida que se iba desarrollando el siglo XIX, la idea del yo romántico se fue enfocando hacia un nuevo concepto llamado “producción en masa”. Con la llegada del siglo XX la oleada de las guerras y la necesidad de un cambio, hizo que se gestara una nueva colectiva con pensamientos modernistas. En medio de esta nueva colectiva, surgieron cambios que influenciaron la estabilidad de la sociedad. Así mismo, estos se vieron reflejados en el campo de la medicina donde las tasas de mortalidad disminuían y la salud mejoraba. La llegada de las nuevas tecnologías como : la luz eléctrica, el cine , la radio, los automóviles, y más adelante, los aviones, permitieron nuevas conquistas y una nueva visión del mundo. Todos estos nuevos mecanismos aumentaron las posibilidades de vida y el perfeccionamiento.

La nueva generación dio a lugar a “el yo moderno”, trayendo consigo el estudio del individuo a partir de las ciencias (las ciencia de la subjetividad). Este sujeto se caracterizaba por la afirmación y la esencia de su yo. La idea del amor en el yo moderno trasciende por la pasión y el amor en si mismo; es un yo ególatra que tiene como finalidad él y solo él.

"... las potencias de las pasiones es tal que sólo puede ser frenada y controlada por un impulso emotivo de calidad diferente, pero igualmente fuerte y capaz de contrabalancear el potencial destructivo. Mediante el temor a la muerte, el amor por sí mismo entendido como autoconservación se impone al amor por sí mismo como pasión, es decir, como gloria y deseo ilimitado de poder"<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup>. “EL YO MODERNO”, [http://www.elseminario.com.ar/Estudiantes/Vallone\\_El\\_yo\\_moderno.htm](http://www.elseminario.com.ar/Estudiantes/Vallone_El_yo_moderno.htm), Julio 2 de 2009.

El yo moderno se inició bajo los ámbitos del razonamiento. De acuerdo a lo anterior se tienen en cuenta las bases de la teoría de Darwin, “el origen de las especies”, en donde la búsqueda de la verdad era a través de la razón y la observación.. (Gergen, 1992. 53) La idea de razón y pensamiento individual de las personas evoluciona y así mismo, crece la fuerza en la toma de decisiones. “Gracias a la capacidad del individuo para la razón y la observación, como respuesta a una actitud científica, las utopías estaban ahora al alcance de la mano” (Gergen, 1992. 54)

Las ciencias y la filosofía tomaron un nuevo camino. Las ciencias se basaban en la noción de la razón y el observar, basándose en el uso de las observaciones detalladas y controladas, teniendo en cuenta el razonamiento deductivo. La filosofía, en un saber positivista, en donde la idea del saber tiene que estar estrechamente relacionada con lo objetivo.

En cuanto a la música, se percibe un estilo en el que se resalta un mundo de ideas, en donde se indaga en la armonía de la elaboración de los lazos armónicos y los acordes (es más como un análisis de tonos en medio de la obra o pieza musical). Artistas como Schönberg y Stravinsky son precursores de estos estilos. (Gergen, 1992. 55)

A medida que el yo va evolucionando en su vivencia moderna, el ser humano se desarrolla y con ello los medios, los mecanismos y las tecnologías que nos rodean. Por esta razón el mundo se ha venido convirtiendo en un sistema inmensamente social. Esta evolución ha estado sujeta a los fuertes cambios tecnológicos y es así como a continuación lo exponemos de acuerdo a lo que comenta Gergen en 1992. (p. 52)

La aparición del ferrocarril fue precursora en este proceso de conglomeración social. Es en medio de esta, donde se genera la transportación en masa. A partir de la década de los años 20 el medio masivo conocido como el automóvil generó una fuerte necesidad de consumo, construyendo una comunidad de grandes masas. Esta necesidad de evolución hizo que se empezaran a crear sistemas de comunicación, “vías de acceso”: autopistas, calles, carreteras y avenidas.

De acuerdo a la hipótesis de Gergen, el concepto de identidad parte del yo moderno y de la influencia de las nuevas tecnologías, donde se evidencia un yo con un nuevo simbolismo y nueva idea de identidad y su forma relacional es directa e inmediata. Así mismo, se inicia una colonización y saturación del yo donde la búsqueda del hombre se basa en su relación persona a persona y en las alteraciones del mundo globalizado y tecnológico. De esta manera sale a relucir la idea del individuo (yo) en medio de mundo virtual.

Este yo se encuentra en un mundo plenamente social que genera una saturación relacional que es en general un problema para el desarrollo del yo en cuanto a sus características y lenguajes. Se inicia una especie de fragmentación y multiplicidad, de donde recibimos infinitudes de yo que están impulsados bajo inmensas cantidades de direcciones que a la vez son incoherentes y que en cierta medida dejan al yo que conocemos, sin ser un yo real.

En medio de esta nueva oleada tecnológica también experimentamos cambios que trascienden en el yo propio y real; “Las tecnologías que han surgido nos han saturado de los ecos de la humanidad, tanto de voces que armonizan con las nuestras como de otras que nos son ajenas. A medida que asimilamos sus variadas modulaciones y razones, se han vuelto parte de nosotros, y nosotros de ellas” (Gergen, 1992. 26)

En la actualidad vivimos una encrucijada donde se están creando vínculos muy fuertes con el yo virtual y se dejando de lado al yo físico tangible. Este yo físico esta determinado por la concepción del “yo”; la idea de la pertenencia del yo en cierta identidad y de la vinculación de ésta en un mundo social. Es a partir del proceso social de la adolescencia, en donde se empiezan a crear esos pensamientos del yo individual.

La etapa decisiva para el inicio de esta formación de identidades es la adolescencia o juventud. Para esto acudimos a Feixa (1999.15); la adolescencia es como un segundo nacimiento en donde el cuerpo y la mente hacen cambios drásticos y determinantes para la adultez; es un estado determinante para el desarrollo humano. Dentro de esta fase se presentan infinidades de subculturas y estilos. Estos estilos juveniles están determinados por la creación de sus propios espacios, es decir, lugares que marcan como territorio propio; “espacios urbanos que distinguen con sus marcas: la esquina, la calle, la pared, el local del baile, la discoteca, el centro urbano, las zonas de ocio etc.” (Feixa, 1999. 96)

“Juventud es un significante complejo que contiene en su intimidad las múltiples modalidades que llevan a procesar socialmente la condición de edad, tomando en cuenta la diferenciación social, la inserción en la familia y en otras instituciones, el género, el barrio o la micro cultura grupal” (Margulis y Urresti, 1998. 4)

El yo físico está determinado por la propia autonomía del ser y por su capacidad de vivir con responsabilidad y desenvolvimiento en el mundo. “A los individuos se los considera más bien representantes de categorías sociales más generales, y es la categoría social la que cobra importancia en la vida cultural”. (Gergen, 1992. 28) Así mismo, este yo es el que se relaciona con los demás yo, cara a cara.

Hoy el mundo vive influenciado por la red y la comunicación virtual. Es en medio de ésta, en donde se está gestando infinidad de relaciones sociales de todo tipo. De esta manera sale a relucir el yo virtual, que poco a poco ha venido reemplazando lo físico y lo palpable de las relaciones humanas.

Tecnologías avanzadas como el aparato (blackberry) mantienen una conexión permanente a la red, lo que permite una comunicación virtual inmediata en ámbitos laborales, relaciones interpersonales y amorosas e interacción continua con personas que están lejos. Es a partir de esto que nos cuestionamos si la vida en cierto punto dejó de ser un medio social tangible.

La evolución de estas tecnologías y el estar en permanente conexión con la red ha ampliado los mecanismos sociales para la búsqueda de una noción de identidad mediante la creación de lo que hoy conocemos como “comunidades virtuales”.

## 1.2. Comunidades virtuales

Lo virtual hace referencia al “tu lo tendrás” (Lévy, 1999. 17). Es de este mismo concepto de donde proviene la palabra virtualización, que en 1999 Levy define como uno de los principales vectores de la creación de la actualidad.

Virtualización es una simulación digital que busca configurar identidades a partir de una realidad ficticia. Estas identidades son de fácil construcción puesto que no se ve en acto; todo es un anonimato. Este mismo concepto hace alusión al estar fuera, al no ser parte de. Es una especie de separación de lo tangible y no tangible. “Unidad de tiempo sin unidad de lugar” (Lévy, 1999. 22) Esto se origina principalmente en las conversaciones que se dan en tiempo real sin estar presentes, (a este tipo de relaciones se les conoce como los chats). A partir de esta virtualización, que hace referencia a la misma tecnología, se definen las relaciones

sociales de nuestra realidad cotidiana construyendo el concepto de “comunidades virtuales”.

La búsqueda de nuevas formas de comunicación y significados para encontrar la definición de una identidad y una red de conexiones, hace que la sociedad cree una serie de percepciones del mundo sin tener la necesidad de salir a conocerlo. Este nuevo medio de comunicación le otorga a las personas la posibilidad de encerrarse en su propio universo adquiriendo nuevos conocimientos y experiencias obtenidas a través de la red.

Las nuevas tecnologías como las cámaras de video, cámaras fotográficas, permiten la creación de ese nuevo universo reviviendo pensamientos, sentimientos y experiencias que se quieren recordar y que al tener contacto con la red muestran una realidad parcial de lo que las personas quieren exponer.

Se conoce como comunidad virtual al conjunto de individuos en donde se establece una relación no propiamente física que tiene a lugar afinidades comunes como economía, política, profesión entre otros. Algunas de las comunidades virtuales son; Facebook, Messenger, Cybersex, Hi5, yahoo Chat, youtube, flicker, entre otros. La finalidad de estas comunidades es crear valores a través del intercambio de ideas entre los miembros, compartir sugerencias, consejos o simplemente debatir un tema.

Este prototipo de comunicaciones hace que sus miembros adquieran una mayor fluidez en cuanto a sus relaciones personales, puesto que no necesitan de una presencia física o tangible. Simplemente hacen que las personas se sienten más cómodas y creen cierta afinidad entre sí. Dentro de este mecanismo social las relaciones sentimentales tienen una proyección más favorable y entusiasta, debido a que no se maneja una información certera y totalmente veraz entre los actores. “Los sistemas de realidad virtual transmiten algo más que imágenes: una casi presencia,

pues los clones, agentes visibles o marionetas virtuales que dirigimos por medio de nuestros gestos, pueden afectar y modificar a otras marionetas o agentes visibles e incluso acciones a distancia aparatos (reales) y actuar en el mundo ordinario” (Levy, 1999. 28-29)

En 1999, Levy expone el cuerpo virtualizado, no como un proceso de desaparición o desmaterialización, se analiza al cuerpo como un cambio de identidad en donde no es considerado como una desencarnización, sino como una reinención, en la cual este pasa de ser algo privado a algo público. (p. 32) Por esta razón al cuerpo se le abren un mundo de posibilidades para poder ser un hipercuerpo o ciborgs (ser, que es parte biológico y parte mecánico), que se extiende por las redes virtuales del mundo, dándole la oportunidad a este individuo de crear vínculos con otros sujetos o comunidades. (Estas no tienen que estar presentes en el mismo tiempo y espacio).

En medio de estos nuevos mecanismos de comunicación virtual, como el facebook y el Messenger, hay que reconocer que las conversaciones expuestas y vivenciadas dentro de estos sistemas, nos han alejado de una interacción oral, en donde se dejan de lado las fuentes de la comunicación verbal. Las cosas no se expresan a través de palabras completas o en medio de un discurso bien elaborado en donde se muestran sentimientos, puntos de vista o ideas. Estos elementos tecnológicos y la vivencia en un mundo globalizado, han generado complejidades en cuanto a la construcción de un concepto claro de identidad, y sus derivaciones.

De acuerdo a lo expuesto anteriormente, hemos visto que el desarrollo de un concepto de identidad está expuesto a la gran cantidad de cambios en todos los ámbitos. Hoy por hoy, la idealización simbólica de identidad esta sujeta a los procesos económicos y políticos que se han desarrollado a lo largo de las naciones y el mundo en general. “Lo local, entonces, especialmente desde el discurso del medio masivo, se observa como lo folclórico, lo histórico y patriótico, con estéticas que nos

enorgullecen cuando se convierten en fáciles mercancías de consumo o cuando entran en las lógicas propias del mercado y de cliché social” (Roveda Hoyos, 2008. 61)

Es muy difícil hablar de una identidad, ya que en la complejidad del ser humano existe una pluralidad de identidades que dependen de su contexto y su sistema de relación. Así lo comenta el escritor y sociólogo Erving Goffman, en donde usa el término fachada para describir la postura de cada uno de los individuos. Los seres humanos escogemos la apariencia más adecuada de acuerdo a nuestras necesidades, dejando de lado todo lo que la contradiga. Esta misma fachada tiene su fuerte implicación y uso en la idea de la relación del uno con el otro, en donde esta se utiliza como una máscara con el único fin de adquirir o tomar prestada ciertas de nociones de identidad.

En medio de esta nueva generación nos encontramos bajo un sistema de hibridación que ha venido trascendiendo de tiempos atrás, donde gracias a diversos mecanismos como los mitos, las leyendas, el cine y la radio de principios del siglo XX, han hecho posible la obtención de costumbres, modos de ser, vestir y hablar.

Este proceso de hibridación se ha dividido en dos modos: uno hacia la construcción de una identidad que es adquirida a través de un mecanismo tradicional y el segundo a través de derivaciones y uniones de paradigmas sociales. De esta manera y en muchas ocasiones, se ha presentado una especie de ruptura frente a las identidades provenientes de las diversas regiones y ciudades, puesto que nos enfrentamos a un mercado activo de lingüística, formación cultural y comunicación masiva. Es por esta razón que las identidades se ven forzadas a realizar su propia transformación, sin tener muy claro cual es el camino al que deben dirigirse.

## CAPITULO II

### **Comunidades virtuales, hacia la construcción de facebook como medio permanente de la sociedad**

Los avances tecnológicos y la Web han permitido un amplio avance en los nuevos conocimientos que en generaciones pasadas eran inimaginables. Internet se ha vuelto parte de la vida diaria de las familias, siendo así un mecanismo cercano que educa y responde cualquier pregunta si tener en cuenta la edad, el sexo, la religión, entre otros. (De esta manera se va creando un vínculo único y personal con este nuevo sistema de comunicación y de información).

Diferentes acontecimientos y hechos históricos nos llevaron a la idea y concepto de lo que conocemos hoy como Internet:

1. En el año de 1989 Tim Berners-Lee, científico informático del laboratorio europeo de física de partículas CERN de Suiza, inventa la World Wide Web. Esta es la famosa www, que es un medio de comunicación de hipertexto, gráficos y otros objetos que se revelan a través de Internet.
2. Amazon.com se funda en 1994 y se fijó como principal objetivo, ser la mejor tienda online. El modelo de Amazon, acaba siendo el estándar para las ventas en Internet, como libros, música y otros, ofreciendo servicios que los comercios tradicionales no pueden ofrecer. En medio de este sistema también se puede concentrar un mecanismo de sugerencias y opciones.
3. En 1998 los programadores de Stanford University crean Google, su algoritmo imita la lógica de Amazon, trata los enlaces como recomendaciones y a partir de este principio, echa andar el motor de búsqueda más veloz y efectivo del mundo. Actualmente se puede connotar

que google responde a un índice de más de 8168 millones de páginas web y a más de 200 millones de consultas al día.

4. En 1999 una punto com. llamada Pyra Labs, lanza Blogger. Ésta es una herramienta personal de ubicación, cuya importancia radica en la prestación de un servicio, basado en la creación de blogs que tienen la libertad de ser utilizados en la medida que se requiera o se quiera. Uno de estos blogs es Friendster, este aparece en 2002 haciendo que cientos de miles de jóvenes se abalancen para llenarlo con un catalogo increíblemente detallado de sus vidas, intereses y la conformación de sus redes sociales.
5. En el mismo año, Google lanza Google News. Este es un portal con enlaces, titulares, noticias y artículos que recopilan los acontecimientos y sucesos del momento. Existen diferentes versiones de la pagina web en más de 20 idiomas, en donde la actualización de cada tema dentro de las noticias generales se hace cada 15 minutos.
6. En 2003, Google compra Blogger ampliando sus factores positivos ya que consiguió las características Premium. Un año más tarde, Reason Magazin envía a cada uno de sus suscriptores una edición personalizada de la revista en la que se encuentra una foto satelital de su casa en su portada.
7. La llegada del 2004 trae consigo el lanzamiento de Gmail por parte de google. Este cuenta con el privilegio y la oferta de tener un almacenamiento de un gigabyte más grande que el de sus competidores yahoo y hotmail. Microsoft lanza Newsbot, un servicio de noticias sociales y Google compra Picasa, una herramienta para organizar imágenes que se

convierte en una gran ayuda para los bloggers, ya que introdujo la posibilidad de añadir imágenes y convertirse en un blogger veta.

Amazon lanza A9, un motor de búsqueda basado en la tecnología de Google, la cual posee la habilidad de buscar resultados de libros desde la base de datos de Amazon. Durante el mismo año, específicamente en agosto, las acciones de Google comienzan a transarse en el mercado versátil (un mercado que está al alcance de todo el mundo), inundándose así de capital fresco. La compañía compra Keyhole, un programa que hace un mapa del mundo, el cual tiene como objetivo ser visto satelitalmente, hoy es conocido como Google Earth.; adicionalmente Google comienza a digitalizar e indexar en las bibliotecas del mundo.

El Podcasting cuya aparición también es en 2004, es un archivo de audio digital que inicia la era de la radio personal. El contenido puede ser diverso y tienen la posibilidad de transmitir programas de conversación, música y sonidos ambientales directamente a los equipos musicales de los demás y en generalmente en formato MP3

8. En el 2005 en respuesta a los recientes movimientos de Google Microsoft compra Friendster. Apple lanza el Wifipod un reproductor de media portátil con cámara integrada que puede enviar y recibir Podcasts e imágenes sin cesar.
  
9. En el 2006, Google combina todos sus servicios en Google GMail, una plataforma universal que ofrece una cantidad limitada de espacio de almacenamiento y de banda ancha, para compilar y compartir medios de todo tipo. Cada usuario tiene la posibilidad de exigir su propio nivel de privacidad con el que puede recopilar el contenido personal de forma segura

y a la vez publicarlo para que todo el mundo lo vea. Nunca había sido tan fácil que la sociedad integrara su vida al ambiente mediático.

10. En 2007 Microsoft responde ante el creciente desafío de Google, con Newsbotster una red social de noticias y una plataforma de periodismo participativo. Newsbotster califica y resume noticias con base a lo que usuarios están leyendo y viendo y además permite, que todo el mundo comente sobre lo que se ve.

11. En el 2008 se materializa la alianza que competirá con las ambiciones de Microsoft. Google y Amazon unen sus fuerzas y forman Googlezon. Google aporta Google Grid y su tecnología de búsqueda inimitable, por lo que Amazon contribuye con el motor de recomendación social y su enorme infraestructura comercial. Juntos usan un conocimiento detallado de cada usuario, la red social, los datos geográficos, los hábitos de consumo y los intereses en la lectura, con el fin de ofrecer una personalización total del contenido y la publicidad. (Informe tomado de la agencia de publicidad Leo Burnett)

## 2.1. Red social = Facebook

Una red social es una herramienta cuya función es conectar individuos con afinidades particulares, es de esta manera como concluimos que Facebook encaja perfectamente en la definición siendo construido como un portal para crear una comunidad virtual, pero sin embargo sus límites se extendieron hasta lograr conectar gente de diferentes nacionalidades a través del mundo por su forma de pensar, actuar, vivir.

El Uso de Facebook ha alimentado el ambiente de consumismo de la sociedad de la cual somos parte. Donde hoy así como hace algún tiempo el combustible y el motor eran las tecnologías que día a día marcaban la pauta hacia donde debía dirigirse la sociedad, es un parámetro de estilo de vida que la evolución tecnológica nos presenta.

Las redes sociales sin embargo no se ven como simples tecnologías sino como constitutivas de mundos, géneros, sujetos y relaciones sociales. Esto si implica la presencia de un paradigma social, ya que genera la constitución de infinidad de identidades; existen tres escenarios, el cambio de la tecnología, el imperativo de la época y la influencia de esta tecnología en la adolescencia.

## 2.2. Orígenes de facebook

Hadi Partovi, presidente de iLike (sitio de intercambio de música) afirma que "en la historia de la computación, se creó la computadora personal, luego Windows, luego la Web y ahora la plataforma Facebook"<sup>3</sup>.

Facebook ha recibido la atención de infinidad de personas y medios de comunicación puesto que se ha convertido en una plataforma, en la que terceras personas pueden desarrollar aplicaciones, crear vínculos personales y al mismo tiempo, hacer negocios a partir de la red social.

El creador de facebook es Mark Zuckerberg un estudiante que en un principio creo un plataforma para tener comunicación con los estudiantes de su misma clase. Esta plataforma fue evolucionando permitiendo críticas y calificaciones para las páginas de

---

<sup>3</sup> "Facebook nuevo fenómeno"

[http://www.elpais.com/articulo/semana/Facebook/nuevo/fenomeno/elpepueccib/20070621elpciblse\\_1/Tes](http://www.elpais.com/articulo/semana/Facebook/nuevo/fenomeno/elpepueccib/20070621elpciblse_1/Tes), Julio 12 de 2009

la universidad. El mejor proyecto realizado por Zuckerberg fue en el 2004 con la llegada del Facebook un sitio web de redes sociales. Esta comunidad fue principalmente creada para los estudiantes de Harvard y se generó como una versión en línea de los “facebook”. Su principal objetivo era que los estudiantes de primer año tuvieran conocimiento de sus compañeros, nombres, fotografías y su perfil. Sin embargo el Facebook ha sido abierto para cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico. El haber dado esta posibilidad y a la vez oportunidad, hizo que se empezara a crear una comunidad en la cual la gente podía compartir sus gustos, sentimientos y al mismo tiempo encontrar personas afines y con las mismas cualidades.

Facebook hace que los seres humanos se sientan y hagan parte de una aldea global, que no solamente está destinada a conocer gente por medio de la interacción personal, sino que también existe una comunidad que les brinda la oportunidad de conocer personas alrededor del mundo. El hecho de socializar con los demás sin importar el idioma, la religión, lugar u ocupación, libra de impedimentos la interacción entre personas con los mismos gustos y en algunas ocasiones, con sentimientos e ideales parecidos.

En el primer mes de funcionamiento, Facebook contaba con la suscripción de más de la mitad de los estudiantes de Harvard, esto se difundió a otras universidades como MIT, Boston University y Boston College entre otras. El fenómeno continuaba extendiéndose y un año después de su creación, este contaba con más de un millón de adeptos reuniendo un promedio de 25 mil escuelas secundarias y 2 mil universidades, incluyendo algunas fuera de Estados Unidos, alcanzando un promedio de 11 millones de usuarios.

En el 2006 se introdujeron universidades extranjeras desarrollando nuevos servicios en su plataforma, tales como; Facebook Notes (una herramienta de blogging con tagging, imágenes y otras utilidades) o la importación de blogs de servicios como Xanga, LiveJournal o Blogger, entre otras opciones. Para el 2008 Facebook hizo versiones en francés, alemán y español, puesto que en el anterior año sólo se

encontraba en Estados Unidos, Canadá y Gran Bretaña. (Informe tomado de la agencia de publicidad Leo Burnet)

La mayor cantidad de usuarios de Facebook en Ibero América es Colombia; teniendo un público aproximadamente de 1.257.720. Esta cantidad de personas incluyen gente soltera, en una relación, comprometidos, casados e interesados en hombres o mujeres que hablen español. En otros países como Brasil, cuya cantidad poblacional es inmensa, la suma aproximada de personas suscritas son “91.420, México 606.020, y Argentina con un promedio de 650.000”<sup>4</sup>.

Este fenómeno genera una alta expectativa y extrañeza frente a las altas cifras de usuarios de Facebook, porque aparte de ser una comunidad que brinda la oportunidad de encontrar y conocer gente, también es una herramienta que en algunas ocasiones puede crear un supuesto de estilo de vida. Para entender este fenómeno de una mejor forma, hemos hecho una serie de encuestas, las cuales nos brindan un apoyo en nuestra investigación de comunidades virtuales y su influencia en la sociedad.

La elaboración de estas encuestas se hizo a partir de una segmentación en la cual tomamos en cuenta; ubicación: Colombia, ciudad: Bogotá, sexo: masculino y femenino, formación académica: estudios universitarios, ocupaciones laborales y edad: 21 y 25 años.

Escogimos esta nivelación de edades ya que en la evolución del yo romántico y el yo moderno se hace evidente un proceso de cambios de identidades, las cuales están marcadas bajo las tecnologías y las influencias de la época en la que se desarrolla. Es importante resaltar que en edades de 21 a 25 años, se cuenta con la fuerte influencia de los medios de comunicación tradicionales tales como radio, televisión y

---

<sup>4</sup> Disponible en: [www.facebook.com](http://www.facebook.com), 12 de julio de 2009

prensa. Esta fuerte autoridad ha generado y creado una formación cultural específica, y una supuesta creación de identidades. Sin embargo, con el paso de los años, y con la llegada de las nuevas tecnologías, las bases y valores originales fueron cambiando y transformándose, creando de esta manera diferentes estilos o aparentes identidades.

La primera nueva formación es la interacción física, en donde se resalta un yo romántico y la evolución del mismo en un yo moderno. Este yo no requiere de esta misma interacción, ni tampoco demostrar lo que realmente se es, simplemente en su desarrollo busca destacar los elementos más demostrativos y atractivos de uno mismo, los cuales son llevados a un universo virtual en donde nadie tiene por que saber realmente la realidad de lo que se es. Esto se convierte en una identidad que denominamos el yo virtual.

“Asistimos a la rápida desaparición de los lenguajes de las identidades y entramos al triunfo rampante y voraz de un lenguaje común, al universo discursivo de los medios masivos de comunicación, que en realidad tienden cada vez más a un universo cibernético e informatizado...”(Roveda Hoyos, 2008. 62) Podemos reconocer que la juventud ha absorbido estas formas de comunicación. Al hablar de formas de expresión, no sólo se hace referencia a ideas o pensamientos que tienen los jóvenes, sino también se refiere a cómo es manejado el lenguaje. No sólo se expresa lo que se siente, ni lo que se piensa a través de las palabras, se hace también por medio de imágenes y emoticones. Las palabras han perdido forma y estética, dejando de lado los viejos modismos y emergiendo hacia nuevos rumbos y cambios, que por así decirlo son virtuales.

“No es ya el sentido del texto lo que nos ocupa, sino la dirección y la elaboración de nuestro pensamiento, la precisión de nuestra imagen del mundo, el logro de nuestros proyectos, el despertar de nuestros placeres, el hilo de nuestros sueños. Esta vez el texto ya no esta arrugado recogido sobre si mismo en una bola, si no fragmentado, pulverizado, distribuido, evaluado según los criterios de una subjetividad que surge de si mismo” (Levý, 1999. 36)

Si decimos que podemos encontrar diferentes tipos de comunidades virtuales, hay que pensar y reconocer, en el por qué se forman este tipo de culturas. (Al hablar de comunidades virtuales, también se hablan de culturas y subculturas).

Evidenciamos que aunque los jóvenes estén más expuestos en un ámbito virtual que el real, siguen en la búsqueda de grupos y comunidades, los cuales tienen la necesidad de un espacio y a la vez un refugio. Esto sale a relucir debido a que los jóvenes tienden a tener la originalidad de crear espacios para expresar sentimientos, pensamientos, creación de movimientos, marchas y protestas, con el fin de dar evidencia a una imaginaria identidad que puede estar influenciada bajo los ámbitos políticos, religiosos, musicales, culturales entre otros.

Al hablar de lenguaje no sólo se está hablando de palabras, se refiere al idioma, y a las características internas de los seres humanos. En la época actual todo se vive de una manera más acelerada, inmediata e instantánea, donde se olvida y se pierde la noción del tiempo. Todo lo que va llegando a nuestras manos se va consumiendo, convirtiendo a nuestra vida en un cambio latente de identidades y estilos.

### 2.3. Estudio: Facebook como estilo de vida

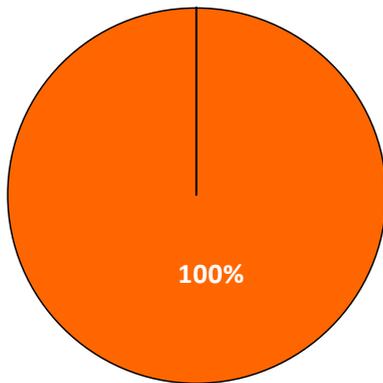
Un estudio realizado a partir de diversas encuestas evidencia la fuerte influencia de facebook en la comunidad bogotana juvenil de la actualidad.,



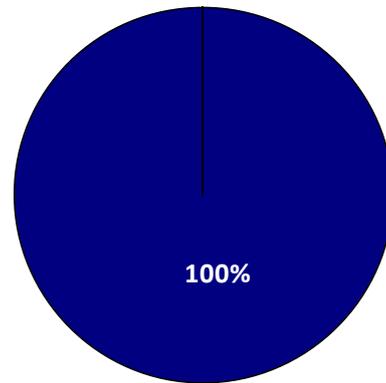
FICHA TECNICA	
Objetivo de estudio:	Indagar sobre la percepción general sobre el uso de Facebook y conocer la importancia que se le da a esta red social
Grupo objetivo:	Población general, de 21 a 26 años de edad y de los estratos 4,5 y 6
Realizado para:	Trabajo de tesis: "xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx"
Fuente de financiación:	Valentina Vega y Andrés Felipe Torres Russi
Realizado por:	Valentina Vega, Andrés Felipe Torres Russi, Juan David Vargas
Alcance	Bogotá
Muestra	31 entrevistas
Fecha trabajo de campo	Del lunes 6 hasta el viernes 10 de julio de 2009

# Percepción General de Facebook

Usuarios de redes sociales



Usuarios de facebook



# Percepción General de Facebook

Cuando Ud. piensa en redes sociales virtuales cuales son las redes en las que primero piensa...

El top of mind, es logrado por Facebook, siendo la página de redes sociales virtuales en la que primero piensan

Redes sociales	
Facebook	100%
Messenger	61%
Hi 5	29%
My space	22%
Flicker	13%
Otros	23%

1. Cuando Ud. piensa en redes sociales virtuales cuales son las redes en las que primero piensa... ENC: ROTE. Lea. RU

¿Qué tan de acuerdo o desacuerdo esta, siendo 1 TOTALMENTE DESACUERDO y 5 TOTALMENTE DE ACUERDO?

\* 1+2= Desacuerdo; 3= Neutral; 4+5= De acuerdo

Afirmaciones	SI	NO	NO SABE
Facebook puede crear nuevas relaciones de amistad	90%	10%	
Facebook es una distracción para su ambiente laboral o estudiantil	77%	3%	19%
Facebook puede crear nuevas relaciones de noviazgo	61%	6%	32%
Facebook es necesario para su vida en sociedad	55%	19%	26%
Facebook reemplaza los medios de comunicación tradicionales	52%	10%	35%

3. Por favor, dígame, para cada una de las afirmaciones, ¿Qué tan de acuerdo o desacuerdo esta, siendo 1 TOTALMENTE DESACUERDO y 5 TOTALMENTE DE ACUERDO?

¿Qué tan de acuerdo o desacuerdo esta, siendo 1 TOTALMENTE DESACUERDO  
y 5 TOTALMENTE DE ACUERDO?

\* 1+2= Desacuerdo; 3= Neutral; 4+5= De acuerdo

Afirmaciones	SI	NO	NO SABE
La identidad virtual que maneja una persona en facebook es la misma que tiene en su vida cotidiana o real.	48%	26%	26%
Facebook tiene su propia jerga, es decir, un lenguaje propio	45%	26%	29%
Facebook es una agenda personal para realizar sus actividades	42%	16%	42%
Facebook como indispensable para su vida	26%	10%	65%

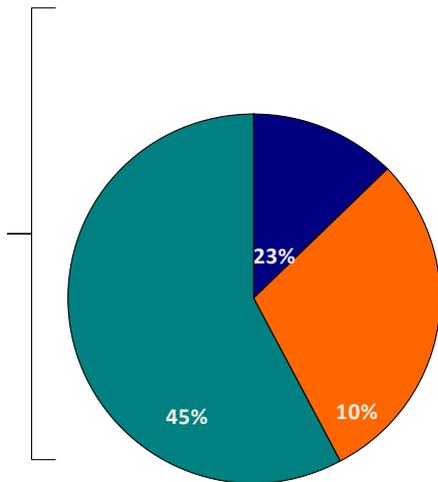
3. Por favor, dígame, para cada una de las afirmaciones, ¿Qué tan de acuerdo o desacuerdo esta, siendo 1 TOTALMENTE DESACUERDO y 5 TOTALMENTE DE ACUERDO?

## USOS DE FACEBOOK

The image shows a screenshot of a Facebook profile page for a user named Carol. The profile includes a profile picture of a smiling woman, her name 'Carol', and her location 'NoddaCorp, Stanford Alum, San Francisco, CA'. Below the profile picture, there are sections for 'Mutual Friends' (52), 'Friends in Other Networks' (Stanford 229, Facebook 137), and 'Favorite TV Shows'. The 'About Me' section contains a quote: 'Oh, look at me! I'm making people happy. I'm the magical man from Happyland in a gumdrop house on Lollipop Laaner' - Homer Simpson. The 'About Me' section also includes the text 'chortle loud, chortle proud'.

¿Con que frecuencia  
ingresa a facebook?

Frecuencia
Una vez al mes.
Cada 15 días.
Una vez por semana
De 2 a 4 días a la semana
Todos o casi todos los días



P4. ¿Con que frecuencia ingresa a facebook? P4A ¿Con que frecuencia al día

## TEMAS POPULARES ACTUALES

Al ingresar y conectarse a facebook Ud. espera usarlo para\_

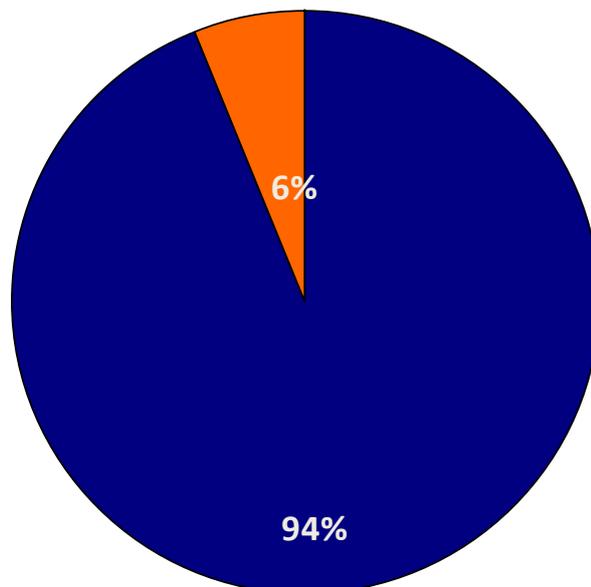
Afirmaciones	SI	NO	NO SABE
Compartir fotos, videos, etc.	100%	0%	0%
Como una agenda para recordar eventos, cumpleaños, reuniones, etc.	94%	6%	0%
Enviar mensajes a sus amigos, como bandeja de entrada, muro, stickers.	94%	6%	0%
Chatear con amigos	90%	6%	3%
Crear y promover causas, ideologías, fiestas, eventos, etc.	87%	13%	0%

## Al ingresar y conectarse a facebook Ud. espera usarlo para\_

Afirmaciones	SI	NO	NO SABE
Contactar viejas y nuevas amistades	77%	19%	3%
Investigar sobre lo que ocurre con la vida de los demás	77%	23%	
Aplicaciones como juegos, trivias, entretenimiento en general	58%	42%	
Conocer gente nueva	52%	45%	3%

5. Al ingresar y conectarse a facebook Ud. espera usarlo para\_

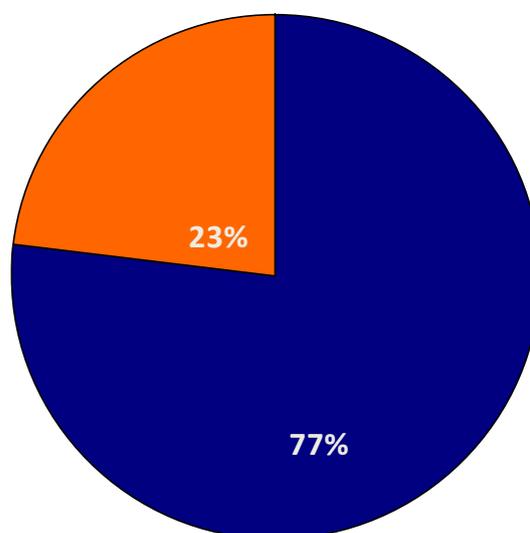
## Para Ud. Facebook es



## Hablando Porque razón cataloga a facebook como una

Razones	
Contactar gente	49%
Comunicar con los demás	23%
Herramientas de comunicación	16%
Nuevo medios de comunicación	12%

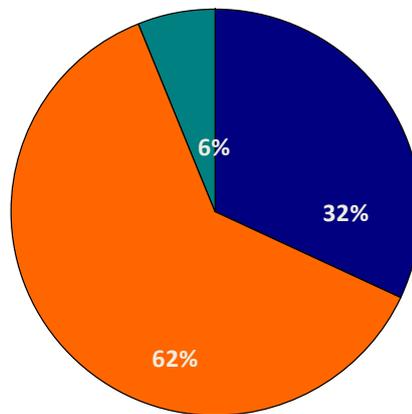
En su opinión, los colombianos en general con las redes virtuales somos \_\_\_\_



8. En su opinión, los colombianos en general con las redes virtuales somos: ENC: Lea.

Para terminar, en una escala de 1 a 10, donde 1 significa NADA, y 10 significa MUCHO ¿qué tan importante es para Ud. facebook actualmente?

\* Nada importante= 1+2+3; Ni poco ni mucho= 4+5+6+7; Muy importante= 8+9+10



9. Para terminar, en una escala de 1 a 10, donde 1 significa NADA, y 10 significa MUCHO ¿qué tan importante es para Ud. facebook actualmente? ENC: RU. |

#### 2.4. Análisis de graficas

En primera instancia se preguntó si el encuestado pertenecía a un tipo de red social, las respuestas positivas inmediatamente se remontaron al facebook como primera opción. De esta manera, facebook ha instaurado una saturación de información en medio de su comunidad, y así mismo, ha creado al público la necesidad de tenerse como primera opción y de llegar a posicionarse en el TOP OF MIND del consumidor.

Aunque también fueron nombradas otras comunidades virtuales, la única que pasó del 50% fue Messenger. Este dato es sorprendente debido a que Messenger fue una de las primeras comunidades virtuales que empezó a revolucionar los medios de comunicación. Sin embargo, se puede apreciar que estas tecnologías van evolucionando a una velocidad tan descomunal, que lo nuevo de hoy, para mañana es pasado.

Al cuestionar si Facebook puede crear nuevas relaciones de amistad, obtuvimos como respuesta que el 90% de los encuestados está de acuerdo dejando de lado un 10% en desacuerdo. Al analizar la respuesta, se observa que esta comunidad virtual cumple con el cometido para el cual fue diseñado, por lo tanto, observamos que las personas sí están construyendo otra forma de comunicación, sin la necesidad de una interacción personal. No podemos decir que facebook solamente nos da la oportunidad de buscar viejos amigos, si no por el contrario, también abre las puertas para encontrar personas nuevas que en muchas ocasiones no tienen la oportunidad de tener un contacto físico, pero a falta de éste, se puede compartir un ambiente virtual en el que se permiten manifestar gustos y sentimientos.

En segundo lugar se pregunta si Facebook es una distracción para su ambiente laboral y estudiantil. El 77% estuvo de acuerdo, mientras que el 3% fue neutral y el 19% estuvo en desacuerdo. Esto confirma que la segmentación que escogimos sí ha sido influenciada al cambio, ya que no solamente está concentrada en su trabajo si no que al mismo tiempo, se preocupa por observar y estar en conexión con esta comunidad. Es de esta manera donde se determina, que las personas prefieren estar indagando la vida personal de extraños, restándole atención a sus deberes estudiantiles y laborales. Al hacer esta pregunta, muchas personas dijeron que no les alcanzaba el tiempo, puesto que estar en permanente conexión con facebook generaba una fuerte distracción, lo que hizo que en muchas oficinas y establecimientos estudiantiles se prohibiera el uso de este medio de comunicación. Como punto de comparación en un estudio realizado por Nucleus Research acerca de la afectación de Facebook sobre estudiantes y trabajadores refleja que las empresas que dejan a sus empleados utilizar este sitio pierden en promedio, el 1.5% de productividad. Este trabajo se realizó en EE.UU por dicha consultora. Fueron encuestados 237 empleados y se comprobó que el 77% de los que tenía acceso irrestricto a Facebook, utilizaba este medio en algún momento de su jornada de trabajo. De esta manera, se demuestra que facebook si afecta las actividades laborales.

En la tercera pregunta, se investigo si Facebook puede crear nuevas formas de noviazgo. La respuesta que obtuvimos fue que el 61% estaba de acuerdo, el 6% neutral y 26% estaba en desacuerdo. Con esta respuesta se demuestra que las personas ya no necesitan conocer a alguien en un ambiente físico como un bar, discoteca, centro comercial o parque donde haya una cantidad mínima de personas, sino que ahora todo esto tiende a ser reemplazado con tan solo un click.

La nueva creación de perfiles donde se pueden publicar fotos, pensamientos y estados de ánimo, demuestra que los sentimientos y expresiones han cambiado de un lenguaje oral a un lenguaje escrito. El sólo pensar que los individuos ya no necesitan un contacto físico para enamorarse, evidencia la revolución y el cambio al que estamos sometidos.

La pregunta numero cuatro cuestiona si para los encuestados Facebook es necesario para su vida social. Como respuesta, el 55% de las personas está de acuerdo, el 19% tienen una posición neutral, mientras que el 26% esta en desacuerdo. El saber que más del 50% piensa que Facebook si afecta su vida social, indica que no sólo esta comunidad sirve para buscar contactos, sino que se ha vuelto indispensable en la sociedad permitiéndole a muchas personas que no tenían una buena capacidad de interacción social no sentirse relegada y crear un tipo de vinculo social.

La pregunta cinco, cuestiona si Facebook reemplaza los medios de comunicación tradicionales; como respuesta se obtuvo que el 52% estaba de acuerdo, el 10% neutral, y el 35% está en desacuerdo. Al conocer las respuestas se logra llegar a dos conclusiones; la primera muestra una evolución en cuanto a los sistemas de comunicación. Al hablar de evolución se hace referencia a las diferentes tecnologías como el celular que al tener acceso inmediato a la red permiten un contacto permanente con las redes sociales. Uno de los productos que está generando más vínculos con estas comunidades virtuales es el Blackberry, ya que este brinda la posibilidad de estar en línea convirtiéndonos en habitantes de una realidad virtual. Así mismo observamos que las personas que están en desacuerdo, piensan que las tecnologías tradicionales son la

base de información y de la comunicación para sus vidas y no ven la posibilidad de encerrarse en un mundo virtual, ya que al hacer esto, se están perdiendo de una parte muy importante de ellos mismos que es la interacción personal.

Entrando en la parte baja de la tabla, ¿la identidad virtual que maneja una persona en facebook es la misma que tiene en su vida cotidiana o real?, el 48% estuvo de acuerdo, el 26% fue neutral y el 26% en desacuerdo el resultado nos arroja que el porcentaje en desacuerdo piensa que la identidad real no se ve afectada por la identidad virtual debido a que este tipo de comunidades permite resaltar las virtudes y buenas conductas y hasta crear un falso perfil de un individuo. El porcentaje de las personas que son neutrales, tiende a tener una diferente significación con respecto a esa simbolización de creación de identidades, puesto que para ellos Facebook es una herramienta de uso esporádico que no repercute de ninguna forma en la creación de su propia identidad. El alto porcentaje de las personas que afirman utilizar su identidad real en medio del manejo de la red, demuestra que su primordial objetivo es poder interactuar y conocer personas ya sea a nivel laboral, amistoso o sentimental; es una herramienta de específico contacto e interacción.

¿Facebook tiene su propia jerga, es decir un lenguaje propio?, el 45% de las personas están de acuerdo, el 26% fueron neutrales, mientras que el 29% esta en desacuerdo. Esto pone en evidencia que las personas que están de acuerdo se adapta a un lenguaje ágil de emoticones, reglos y acortamiento de palabras para poder comunicarse de una forma más rápida y sencilla debido al alto número de miembros con los que se quieren comunicar. Estos son algunos ejemplos del degeneramiento de la expresión escrita en las comunidades virtuales a la hora de tener una conversación rápida:

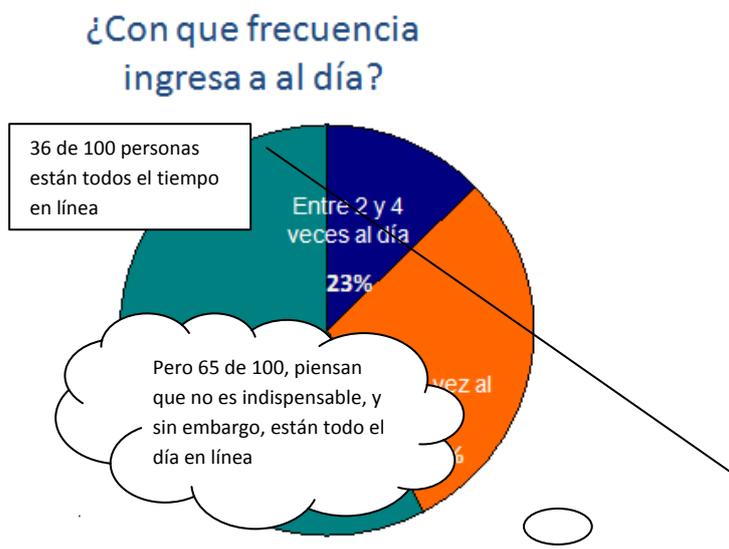
	A2 / Adiós
35P3RO / Espero	Acb / Acabé o Acabo
73 4M0 / Te Amo	Aka / Toy Acá Estoy

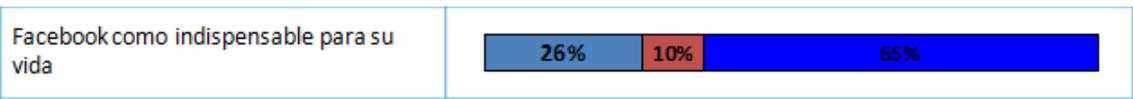
B / Bye	Mxas / Muchas
Bd / Buenos días	N And / (Y)
Bn / Bien	Pic / Fotos
C / Sé	Pk / Pico
C Rzn / Con Razón	Pk2 / Pecados
Caga2 / Cagados	Pra / Para
Cam / Cámara	Ps Pues
D105 / Dios	Q Acs? / ¿Qué haces?
Entons / Entonces	R2 / Recuerdo
Fcil / Fácil	Rk / Rock
h+ o - / Más o menos	Sa2 / Saludos
H014 / Hola	Spro / Espero
HBL / Hablar	Sto / Sto
Hvy / Heavy (Pesado)	T / Te
Ke / Que	Tb / Todo bien o También
Lgo / Luego	Tn Webo / Tiene huevo
Ls / Listo	Tq / Te quiero
Mamor / Mi amor	Vns / Vienes
Maso / Más o menos	Wapa / Guapa
Mk / Marica	Xq / Porque
Mrd / Mierda	Ya Toi / Ya estoy
Ms / Más	
Msj / Mensaje	

Se puede ver que existe un lenguaje con números que reemplaza las letras por su parecido pictográfico y además transformaciones como: Besho, Güeno o poeshito; existen emoticones que representan expresiones o estados de ánimo.

Por último lugar encontramos el siguiente cuestionamiento “¿Facebook es indispensable para su vida?” el desacuerdo es contundente frente al acuerdo, con un 65% sobre un 26% respectivamente. Esto nos genera una ambigüedad frente a las preguntas anteriores, ya que en ellas la respuesta arrojada nos dice que a través de facebook se buscan amistades, noviazgos y relaciones por el tipo de afinidades, que es revisado diariamente y afecta la vida cotidiana y laboral, pero en esta última que a través de toda la encuesta parecía ser obvia, se recibe la respuesta contraria; la gente dice que no es indispensable pero diariamente actúa en función del facebook.

En cuanto al uso de Facebook, se indagó sobre la frecuencia de utilidad, como resultado; el 3% cada 15 días, el 6% una vez por semana, el 13% de 2 a 4 veces por semana y 78% todos o casi todos los días. De este grupo, el 10% se conecta una vez al día, el 23% de 2 a 4 veces y el 45% todo el tiempo que se está en línea. Esto quiere decir que de 100 personas 36 tienen el hábito de conectarse a Internet y abrir Facebook en primera instancia. En contraste, de 100 personas 65 consideran que no es indispensable.





Conociendo la frecuencia de uso y el objetivo principal de facebook, se analiza la razón principal de su uso estando en la red.

En primer lugar se pregunta, ¿al ingresar al Facebook busca compartir fotos y videos?; obtuvimos como respuesta que el 100%, de los usuarios, suben fotos y videos para compartirlas en su red.

En segundo lugar se pregunta, ¿Facebook es usado como agenda?, un 94%, considera que Facebook reemplaza la agenda tradicional, puesto que en su sistema se ofrecen mecanismos tales como; fechas de cumpleaños, eventos, etc. Las personas la consideran como una opción para organizar su vida social, así mismo, usan el envío de mensajes en privado y al “wall” (pared). Concluyendo así, Facebook es un medio que facilita la organización y la recordación de sucesos. El 90% de las personas usan facebook para “chatear”, es decir, estar en contacto permanente con sus amigos de forma virtual y en tiempo real, superando programas que tienen mayor trayectoria como MSN y skype. Los individuos encuentran una forma de promoción de ideas, causas y eventos mucho más económicas a las tradicionales, y en ocasiones más efectivas, un ejemplo de esto son las marchas sociales vistas en los primeros meses en Colombia, con un 87%. Con el 77% encontramos el contacto de viejas y nuevas amistades, igual que el gusto por indagar sobre la vida de los demás, es decir, que en la misma proporción buscan amigos del pasado y están interesados en saber sobre su vida actual.

El 58% espera usar Facebook como una herramienta para tener acceso a juegos y trivias. Apoyando esta afirmación, facebook también es visto como un factor de distracción. En sus inicios esta no era su finalidad primordial, pero con el paso del tiempo, se crearon aplicaciones que adquirieron mayor popularidad.

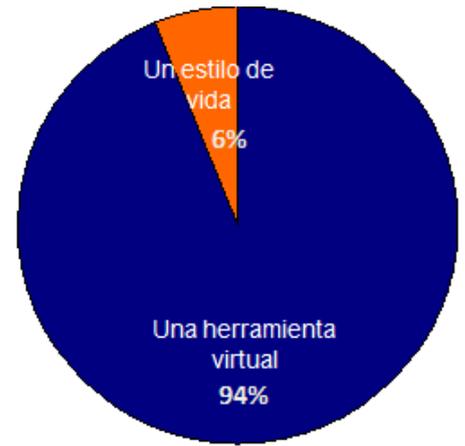
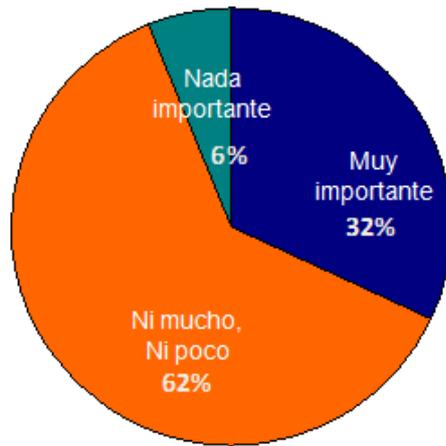
En último lugar con el 52%, los usuarios buscan conocer gente nueva que tengan sus mismas aficiones, gustos, etc.

Al indagar sobre que sienten las personas con respecto a lo que es facebook, encontramos que el 94% piensa que es una herramienta virtual, en oposición a un 6% que lo considera un estilo de vida. También podemos apreciar que el 79% que se conecta a diario lo usa como agenda y para promover ideas y opiniones.

Facebook quizá se convirtió en un estilo de vida que aun no pretendemos aceptar como parte de la realidad. Es de esta manera en donde se evidencia que el 49% la usa para contactar personas, el 23% para comunicarse con los demás, el 16% como una herramienta de comunicación, el 12% como un medio de comunicación y de esta totalidad, 80% lo usa como parte de su vida.

¿En general, los colombianos son desconfiados o confiados con las redes virtuales? Con el uso de este medio, el 77% son confiados y el 23% desconfiados. Sin embargo, el 48% piensa que se puede tener una identidad falsa, que se ve expuesta en medio de sus contactos.

Sobre la importancia del uso de facebook, sólo el 6% dijo que para ellos no era importante, mientras que el 62% ni poco ni mucho y 32% muy importante.



Nada importante = Un estilo de vida= 6%

Muy importante+ ni poco ni mucho = Herramienta virtual= 94%

## CONCLUSIONES

Después de haber analizado la influencia que un medio virtual puede tener en nuestro estilo de vida, concluimos que puede ser vista desde dos perspectivas: interferencia con la vida real o simplemente una deformación analizada desde otro punto de vista; el mundo virtual crea una nueva forma de socialización en un estilo de vida tan acelerado como el nuestro, es un escenario que permite conectarnos con gente cuando el tiempo impide una relación más cercana. Igualmente es una forma para conectarnos de manera inmediata y constante sin importar las distancias, sin dejar a un lado que la parte tangible de una relación desaparece.

Los entornos virtuales contribuyen a profundizar las problemáticas del individuo puesto así le permita al individuo una interacción mas rápida y eficaz con su ambiente también lo aleja de la realidad. Esto se evidencia al evaluar que en las diferentes redes sociales se propicia un entorno de conocimiento nunca antes visto así como el usuario se puede transportar a lugares inaccesibles

El protocolo que regula las relaciones virtuales es totalmente diferente al que regula las relaciones personales, esto se debe a la diferencia en tiempo y evolución que hay entre los dos entornos; dichos factores pueden ser vistos como un medio regulador de las relaciones sociales pero realmente actúan como un agente distorcionador de la realidad que sirve para fantasear, sin embargo es incapaz de reemplazar la presencialidad.

Al evaluar los medio virtuales como una herramienta para potenciar la realidad encontramos que son útiles para dinamizar grupos de individuos en situaciones como convocatorias a una marcha y revocatoria a un mandato entre otros. También pudimos encontrar que a largo plazo son un factor modelador de identidades al tener la capacidad de afectar los sentimientos.

## Construcción de identidades virtuales

En el mundo contemporáneo existe la influencia de diversos medios de comunicación, entre los cuales se encuentra la comunidad virtual teniendo el poder de la construcción de identidades, sin embargo la fuerza que estas tiene podría ser evaluada al recurrir a la supuesta desaparición de estos medios.

Teniendo en cuenta la importancia del medio virtual en nuestra sociedad es importante tener en cuenta que no se puede confundir como un reflejo de la realidad puesto que la informalidad que lo caracteriza conlleva a varios factores dentro de los cuales se puede incluir: falta de sinceridad, robo de identidad, deterioro del lenguaje, proliferación de mensajes inciertos; reflejados por la carencia de una educación integral lo cual es injustamente inculcado al desarrollo tecnológico.

La identidad es parte fundamental en el desarrollo de un individuo, esta se ve afectada por el entorno social en el que se desarrolle: las costumbres, sentimientos, familia, valores, creencias, gustos y los cambios que estos van teniendo a través del tiempo. Es de esta forma que al evaluar facebook como un avance en la tecnología, podríamos considerarlo como un sistema de gran importancia para la sociedad, puesto que día a día va atrayendo una infinidad de usuarios expectantes al cambio.

Teniendo en cuenta el impacto cultural que tiene dicha herramienta el ser humano se encuentra en un dilema moral dentro del cual debe analizar lo que implica pertenecer a una red social del alcance de facebook, donde lo privado se vuelve público; es importante que cada individuo considere los límites que tenga al decidir pertenecer a este entorno.

De igual manera se debe considerar el poder de las palabras e imágenes en estas redes sociales donde sin tener una visión global de la perspectiva se producen ideas falsas de una identidad creadas bajo un criterio que difiere del propio.

Es importante no dejar a un lado la influencia de las aparentes identidades frente a las relaciones sociales, sin excluir el impacto que estas tiene frente a las costumbres y valores adquiridos a través del tiempo. Es aquí donde relacionamos los procesos tecnológicos como parte de la realidad y no como un reflejo de esta, teniendo en cuenta las facilidades para disociarla del día a día. Aquí concluimos que un sistema de red virtual influye en la realidad y genera una especie de dependencia y necesidad.

Es por esta razón que podemos decir que en general las personas asimilan a facebook como una influencia semipermanente en sus vidas, pero esta relación es más en el ámbito de la distracción; es una especie de entretenimiento en donde se tiene la posibilidad de acceder a millones de mundos ficticios e ideales, que en varias ocasiones alejan la realidad.

La identidad de una persona ya viene marcada en medio de su propia filosofía y la interacción que mantiene con los demás actores. Facebook es una herramienta que permite tener un poco más de socialización con los demás, pero este contacto esta caracterizado por sus fundamentos novedosos y divertidos.

Las comunidades virtuales, para este caso facebook, nunca van a reemplazar lo que llamamos tacto o relación física que se da entre individuos, puesto que lo que más añora el ser humano es el contacto, la caricia y el sentir persona a persona.

También es importante resaltar que la identidad de un ser humano es algo que evoluciona día a día de acuerdo a los ámbitos sociales. Por lo que facebook podría llegar a ser parte de este cambio, pero nunca se va considerar como una identidad. Facebook es un medio más no una tradición.

A través de las comunidades virtuales se puede tener noción mediante evidencias y apreciaciones de lo que es otra persona, pero son estos mismos sistemas los que nos permiten reflejar lo que somos a simple vista, sin embargo en el mundo tangible, esto puede llegar a diferir totalmente demostrándonos una vez más que las comunidades influyen en nuestra identidad mas no son un factor determinante en la misma.

## BIBLIOGRAFÍA

**CASTELLS, Manuel.** *Hacia una economía del conocimiento*, Madrid: 2000.

**CASTELLS, Manuel.** *La Era de la Información. Vol. II: economía sociedad y cultura*, México, Distrito Federal: Siglo XXI Editores. 2001.

**DRUCKER, Peter F.** *Más allá de la revolución industrial*. Harvard: Deusto Business review. 2006

**FEIXA PÁAMPOLS, Carles.** *De jóvenes bandas y tribus antropología de la juventud*. Barcelona: Ariel. 1999

**GARCÍA CANCLINI, Néstor.** *Diferentes, desiguales y desconectados mapas de la interculturalidad*. Barcelona: 1 ed. ED. Gedisa. 2004

**GERGEN, Kenneth.** *El yo saturado: Dilemas de identidad en el mundo contemporáneo*. Barcelona: 1 ed. ED. Paidós Ibérica. 1992

**LEVY, Pierre.** *¿Qué es lo virtual?* Barcelona, Buenos Aires, México: Paidós. 1999

**MARGULIS, Mario y URRESTI, Marcelo.** *“Viviendo a toda”*: Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades, *Capítulo I Perspectivas conceptuales: La construcción social de la condición de juventud.* Bogotá Colombia: Siglo del hombre. 1998

**ROVEDA HOYOS, Antonio.** *“Identidades locales, lenguajes y medios de comunicación: entre búsquedas lógicas y tensiones,* en *Signo y Pensamiento*, num. 53, Vol. XXVII, Facultad de comunicación y lenguaje,- Departamento de comunicación-, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, julio-diciembre de 2008.

**UNESCO, Declaración en México:** *Sobre las políticas culturales (conferencia mundial).* México: 1983

#### **Referencias adquiridas de páginas de Internet**

##### **Direcciones Web:**

- <http://www.ale.uji.es/romuniv.htm>
- [http://www.elseminario.com.ar/Estudiantes/Vallone\\_El\\_yo\\_moderno.htm](http://www.elseminario.com.ar/Estudiantes/Vallone_El_yo_moderno.htm)

- [http://www.elpais.com/articulo/semana/Facebook/nuevo/fenomeno/elpeputeccib/20070621elpciblse\\_1/Tes](http://www.elpais.com/articulo/semana/Facebook/nuevo/fenomeno/elpeputeccib/20070621elpciblse_1/Tes)
- [www.facebook.com](http://www.facebook.com).

# ANEXOS