

**¿Mi perfil soy yo? : Acercamiento a las concepciones sobre la construcción de identidad en los servicios de redes sociales en internet**

***My profile defines me? Approach to conceptions of identity construction in social network sites***

**Autora:** MSC. Beatriz Pérez Alonso, Universidad de La Habana, nirvana\_cu@hotmail.com

**Resumen:** Los servicios de redes sociales en Internet y sus dinámicas propias han sido motivo de numerosos debates desde el punto de vista social y tecnológico, así como objeto de interés para más de una disciplina. La tendencia a dividir nuestra sociedad de hoy entre virtual y real, así como sobrevalorar las posibilidades de estas plataformas, plantea temas de análisis ligados, entre otros, a los procesos de formación de identidades tanto individuales como colectivas. Con el acercamiento a nociones en torno a esta temática el presente trabajo busca aportar al estudio y comprensión que, en estas nuevas circunstancias, atraviesa la construcción de identidad.

**Abstract:** Social network sites and its dynamics had been subject of many debates related to society and technology and also a matter of interest for more than one discipline. The tendency to divide our society into virtual or real, and overrating the possibilities of these platforms, leads us through analysis regarding the processes of

*¿Mi perfil soy yo? : Acercamiento a las concepciones sobre la construcción de identidad en los servicios de redes sociales en internet*

individuals and collective identities' construction. The approach to conceptions about these topics in the present study looks for a contribution to the study and comprehension that goes through the identity construction in these new circumstances.

**Palabras claves:** Identidad, construcción de identidad, servicios de redes sociales, Internet.

**Keywords:** Identity, identity construction, social network sites, Internet.

### **Tabla de Contenido:**

1. Introducción
2. Identidad. Nociones generales.
3. Identidad, construcción que nunca termina
4. El escenario *online* y el *nuevo* modelo de sociedad
5. Entre redes sociales y servicios de redes sociales en Internet
6. La plataforma en sí
7. ¿El perfil soy yo?
8. Identidades virtuales: ¿falsas, imaginadas, reales?
9. Mediación tecnológica: limitaciones y posibilidades
10. (In) conclusiones
11. Bibliografía

### **1. Introducción**

Entre los temas que más se debaten con respecto al funcionamiento y lógicas de interacción que se articulan en los servicios de redes sociales, más allá de los múltiples usos que se les da, están los comportamientos de las redes sociales que allí se estructuran, las estrategias de los nodos que las componen, las relaciones que se establecen entre los individuos y los grupos de individuos, así como *¿Mi perfil soy yo? : Acercamiento a las concepciones sobre la construcción de identidad en los servicios de redes sociales en internet*

los contenidos que se comparten, etc. Entre todos estos merece especial atención, puesto que atraviesa de una u otra forma todos los procesos anteriormente mencionados, la manera en que se construye la identidad de los sujetos (usuarios) tanto desde lo individual como lo grupal, ambas, expresiones de identidades sociales.

El análisis y comprensión de las identidades implica una mirada hacia las prácticas en las que estas se expresan y se van legitimando, donde las asociadas a la comunicación y la interacción ocupan un papel preponderante, así como son determinantes las relaciones de poder.

La utilización creciente de nuevos servicios y aplicaciones web, vistas no solo en un sentido instrumental sino desde la generación y construcción de otras posibilidades de comunicación, socialización, construcción de sentidos, modos de percepción y lenguaje, etc., requiere necesariamente una mirada desde la academia. El análisis de la expansión y las transformaciones de las redes sociales soportadas en Internet podría ayudar a comprender los nuevos fenómenos que van desde la configuración del individuo en este entorno, las modalidades de relación interpersonal, grupal y social, así como las incidencias en el espacio público, entre otros.

A fin de analizar algunas de las concepciones sobre la construcción de identidad en los servicios de redes sociales en Internet, fue necesario identificar los atributos generales que tipifican la identidad como concepto, precisar las características generales y específicas de los servicios de redes sociales en Internet y dar cuenta de las tendencias de construcción de identidad en las plataformas de redes sociales en Internet.

*¿Mi perfil soy yo? : Acercamiento a las concepciones sobre la construcción de identidad en los servicios de redes sociales en internet*

Asimismo se partió de definiciones fundamentales de **Construcción de identidad** como “proceso público que involucra esa “identidad declarada” por el individuo que la reclama y el “emplazamiento identitario” hecho por esos otros que aprueban y reconocen esa identidad reclamada, precisamente la “coincidencia entre la reclamación y el emplazamiento” es lo que establece la identidad” (Stone, 1981 en Zhao, Grasmuck y Martin, 2008); y **Servicios de redes sociales en Internet** como las plataformas digitales en las que las redes sociales en Internet pueden surgir, de forma tal que, como recurso indispensable para cobrar sentido, requieren de la inclusión y participación de grupos de usuarios que a partir de la creación de perfiles públicos o semipúblicos se presentan y conectan con otros. Estos servicios son además un reflejo paradigmático de la Web 2.0; ubican al usuario como destinatario, consumidor y productor de los contenidos al mismo tiempo, a la vez que incluyen una filosofía de interacción, colaboración, horizontalidad y participación.

De este modo se entiende por **concepciones sobre la construcción de identidad en los servicios de redes sociales en Internet** al conjunto de reflexiones y análisis en torno a los procesos públicos donde se reclaman y emplazan las identidades, mediados por las plataformas digitales en las que las redes sociales en Internet pueden surgir.

## **2. Identidad. Nociones generales.**

La manera particular en que planificamos el decursar de nuestras vidas, la imagen que queremos mostrar al otro y a nosotros mismos, el modo en que influimos, definimos y modificamos el ambiente que nos rodea, las áreas de desempeño profesional con las cuales nos

*¿Mi perfil soy yo? : Acercamiento a las concepciones sobre la construcción de identidad en los servicios de redes sociales en internet*

sustentamos económicamente, los valores, creencias e historias personales, incluso, la visión de futuro, así como la dinámica de nuestras relaciones interpersonales y grupales, se ven constantemente intervenidos por procesos identitarios vistos desde la individualidad tanto como desde la colectividad.

El sentido de pertenencia a una "gran identidad" (de la Torre, 2008) no supone la negación o abandono de otras. Más allá de la complejidad que ello pueda representar, no hay una relación excluyente, sino de diálogo, fácilmente ejemplificado en el caso de la "territorialidad: habanero, cubano, latinoamericano, ciudadano del mundo".

"La identidad es un límite que se construye a partir de diferencias y no solo de semejanzas" (Briones de Lanata, 1988, citado por de la Torre, 2001). Según de la Torre (2001) "Hablar de *la identidad de...* supone que una cosa es ella y no otra, que hay al menos cierto grado de conciencia de elaboración acerca de que esa cosa es ella misma y no otra, ya se trate de la identidad de un objeto particular, de una construcción, un barrio, un estilo, (de forma que un objeto, una construcción, un barrio, un estilo) puedan ser identificados (o de la identidad subjetiva de una persona, una familia, una etnia, una comunidad (de forma que una persona, una familia, una etnia o una comunidad puedan ser identificadas, no se confundan fácilmente con otras)".

"En su definición más simple, la identidad es la respuesta que damos a la pregunta *¿quién soy yo?* La identidad es el sentido que cada persona tiene de su lugar en el mundo, y el significado que asigna a los demás dentro del contexto más amplio de la vida humana." (Vander Zanden, 1986, citado por de la Torre, 2001).

*¿Mi perfil soy yo? : Acercamiento a las concepciones sobre la construcción de identidad en los servicios de redes sociales en internet*

### **3. Identidad, construcción que nunca termina**

El proceso de formación de identidad será, efectivamente, un proceso de construcción, puesto que no constituye un mero ejercicio de incorporación, sino un diálogo recíproco, un dar y recibir, un aceptar y rechazar, una afirmación o negación del otro con respecto al sí mismo entendido desde lo individual y al/los grupo/s a que se pertenece en cuestión. De ahí que de la Torre (2001) asuma que “la formación de las identidades tiene lugar en la actividad y la comunicación humanas mediante interacciones en las cuales, por muy fuertes que sean los mecanismos de poder, formación, creación, o seducción, unos y otros polos de la interacción reciben, ofrecen y cambian, unos y otros son activos”.

Por último Rizo (2004) afirma que “la construcción de identidades se fundamenta en sistemas de clasificaciones de los sujetos sociales, establecedoras de un *nosotros* frente a un *ellos*. Dichas construcciones requieren de interacciones entre sujetos, y la interacción es, en sí misma, comunicación. El acto de comunicación es, pudiéramos decir entonces, el facilitador de los intercambios donde se maneja información, cultura, roles, conceptos, es el testigo activo de la interacción, pero también la herramienta a la que las tecnologías, sobre todo las más actuales, han otorgado una poderosa y cada vez mayor influencia tanto en el individuo como en los grupos que conviven en un mundo cada vez más globalizado.

### **4. El escenario *online* y el nuevo modelo de sociedad**

La realidad social, económica, política, cultural y tecnológica en que vivimos desde mediados del siglo pasado ha sido denominada de múltiples formas, dígame sociedad de la información, sociedad informacional, sociedad red o sociedad del conocimiento. Símbolo de

*¿Mi perfil soy yo? : Acercamiento a las concepciones sobre la construcción de identidad en los servicios de redes sociales en internet*

un cambio estructural, un cambio de era. A decir de Castells (1990), "la era de la información".

Queda claro que Internet es más que una red de computadoras o de sucesivos adelantos tecnológicos que permitieron y permiten su evolución, conectando hoy a más de 3 mil millones de personas en el mundo. Analizar el impacto de estas tecnologías supone, desde esta perspectiva, empezar por ubicarlas en su justo lugar, donde más allá de las potencialidades de lo propiamente herramental a escalas antes impensadas, se complejice críticamente sobre los procesos que alrededor y más allá de ella se generan. De este modo, la comprensión de las mismas pasa por entender que no son neutrales, que no surgen de forma aislada, sino que representan y reproducen las ideologías de las fuerzas que hacen posible su nacimiento. La mayor parte de los contenidos es producida y distribuida desde los centros de poder, lo cual se ha visto potenciado por las TIC.

Estas plataformas, que están concebidas bajo un nuevo diseño visual, de interacción, estimulan la presencia de los usuarios, su interrelación con otros, hasta convertirse en una especie de "plaza pública" cuya existencia misma depende en primer lugar de los usuarios, de los contenidos que ellos compartan y las relaciones que establezcan.

## **5. Entre redes sociales y servicios de redes sociales en Internet**

Es determinante hacer de base una distinción entre lo que se entiende por Red Social, Red Social en Internet y Servicios de Red Social. En la actualidad, para hacer referencia a cualquiera de las anteriores, se utiliza indistintamente el término Red Social, con una tendencia creciente a identificarla de manera automática con plataformas como Facebook, YouTube o Twitter. Asociación esta que

*¿Mi perfil soy yo? : Acercamiento a las concepciones sobre la construcción de identidad en los servicios de redes sociales en internet*

evidencia una simplificación del uso del término, al ser representado en primera instancia por la plataforma tecnológica y no por los procesos de comunicación e interacción que en ella ocurren.

Las redes sociales pueden ser entendidas como estructuras dinámicas de relaciones que conforman y establecen vínculos entre grupos sociales a partir del intercambio, la interacción y/o la interrelación, provocando la generación de sentido.

Las TIC han impactado y reconfigurado las redes sociales, expresado entre otros, a través de las nuevas modalidades de interacción-comunicación. Las tecnologías en sí mismas no provocan el surgimiento de las redes sociales, aunque en estos nuevos escenarios pudieran ser entendidas como facilitadoras de su generación a partir, fundamentalmente, de sus potencialidades interactivas.

En este sentido, para la presente investigación, los servicios de redes sociales en Internet (SRSI) serán entendidos como las plataformas digitales en las que las redes sociales en Internet pueden surgir, de forma tal que como recurso indispensable para cobrar sentido, requieren de la inclusión y participación de grupos de usuarios, que a partir de la creación de perfiles públicos o semipúblicos se presentan y conectan con otros.

## **6. La plataforma en sí**

Los servicios de redes sociales, que también podrían ser entendidos por sitios de redes sociales o web de creación de redes sociales, hicieron su despegue a inicios del siglo XXI, alrededor del año 2004. En los últimos 10 años han ido marcando e incidiendo en la comunicación a nivel global, aun cuando la mayor parte de los usuarios permanece desconectada.

*¿Mi perfil soy yo? : Acercamiento a las concepciones sobre la construcción de identidad en los servicios de redes sociales en internet*

Estos servicios al igual que la WWW poseen diferentes tipologías aunque tengan características comunes en tanto espacios virtuales en los que se puede escribir y compartir contenidos multimedia con personas de intereses similares, gestionar contactos personales y profesionales hasta promover productos y servicios de empresas y grupos privados. Desde esta perspectiva, se pueden nombrar dos tipos fundamentales, las redes de ocio y entretenimiento y las redes profesionales.

Algunas de las más utilizadas y de mayor alcance en la actualidad son posteriores a 2002, es el caso de Fotolog (2002), LinkedIn (2003), MySpace (2003), Last.FM (2003), Hi5 (2003), Orkut (2004), Flickr (2004), Facebook (2004), YouTube (2005), Bebo (2005), Ning (2005) y Twitter (2006).

Datos aportados por sitios estadísticos como Alexa, reflejan las tendencias de uso de Internet por parte de los usuarios. En el ranking de las web más populares ubican lugares privilegiados los sitios de redes sociales, encabezado por Facebook en la segunda posición, solo detrás del motor de búsqueda Google. Y a la que sigue YouTube (3ra posición), Twitter (8va) y QQ (10ma).

Los perfiles son la forma básica a través de la cual los usuarios pueden estar en los sitios de redes sociales. Aunque en cada web tienen una forma particular, la generalidad muestra puntos de contacto. En general casi todas incluyen apartados para que el usuario ubique información básica sobre sí mismo, del tipo nombre y apellidos –puede venir complementado por la solicitud de elaboración de un nombre de usuario que pudiera ser entendido como apodo, en inglés *nickname-*, así como sexo, fecha de nacimiento, edad, situación sentimental, dirección, teléfono. Otras variantes bastante

*¿Mi perfil soy yo? : Acercamiento a las concepciones sobre la construcción de identidad en los servicios de redes sociales en internet*

comunes son los campos –referidos a espacios dentro de un formulario- en los que se pide al usuario que se presente a sí mismo, por lo general a modo de resumen y utilizando un número limitado de caracteres.

Junto a esta información, tiene un valor importante “la imagen de perfil”. Se trata de una imagen –por lo general una fotografía del rostro del usuario- ubicada en el área superior del perfil (a un primer nivel de lectura), usualmente ubicada a la izquierda o al centro.

Algunas de estas plataformas incluyen, además de los perfiles, la posibilidad de crear páginas y/o grupos, donde el perfil queda como espacio privilegiado del individuo, las páginas para las empresas, instituciones, proyectos, individuos que han alcanzado algún nivel de notoriedad pública –presidentes, artistas, deportistas, personalidades, etc.- y los grupos –para comunidades de usuarios.

El desarrollo de los dispositivos móviles y su empleo cada vez más extendido como vía de acceso a Internet no solo han facilitado sino potenciado el uso de los sitios de redes sociales. A los usuarios les es posible hoy comunicarse desde cualquier lugar y en cualquier momento, lo cual introduce nuevas dimensiones a la hora de comprender estos y otros sitios, así como los procesos que en ellos se generan.

## **7. ¿El perfil soy yo?**

“Con el salto a la web 2.0 se ha producido un cambio de paradigma en lo relativo a la representación personal en internet en dos vertientes: en primer lugar, por la extensión a un número exponencialmente mayor de usuarios; en segundo lugar, porque la relación en estos entornos se basa en el principio de que se opera

*¿Mi perfil soy yo? : Acercamiento a las concepciones sobre la construcción de identidad en los servicios de redes sociales en internet*

bajo el nombre real y no con seudónimo, abogando por una concepción de la autenticidad que tiene poco que ver con los primeros tiempos de la red, pese a que estas plataformas permiten no solo revelar, sino también ocultar, en la creación de un yo que es otro y es para los otros” (Vega, 2012).

El perfil se entiende como una de las expresiones más representativas de la construcción, sobre todo, de la identidad individual, pero también colectiva. Aunque otras acciones expresivas como la creación de blogs, páginas webs, comentarios en los foros, en los medios de prensa, son también evidencia de este proceso.

La construcción de identidad en estos escenarios supone también entenderla a través de la narración biográfica, respondiendo a las dinámicas estructurales específicas con que los servicios de redes sociales han sido diseñados. Los usuarios deben entregar información de sí y sobre sí, datos que se van acumulando en una línea del tiempo que permanece *online* eternamente, y es devuelta, contando o no con la anuencia del usuario y más, de acceso público, en una suerte de “biografía virtual” del sujeto. Allí donde existe la muerte natural, no existe la muerte virtual, puesto que los perfiles pueden permanecer públicos indefinidamente.

De todas formas, la práctica da fe de ello, el hecho de permanecer imborrables no elimina la posibilidad de abandonarlos y crear nuevos perfiles que se ajusten a las nuevas etapas de la vida. Es esta otra manera de reaccionar, tanto a los cambios personales, como al mundo inconstante en el que se está inmerso. “El presente, más que nunca, demanda de transformaciones gravitantes en el decurso personal y social. En ese cometido, la Red posibilita transitar por unas intervenciones relativizadas por el tiempo y el espacio, donde la

*¿Mi perfil soy yo? : Acercamiento a las concepciones sobre la construcción de identidad en los servicios de redes sociales en internet*

inmediatez se prolonga perpetuamente y lo distante se torna en proximidad; así, Internet representa el medio propicio para la (re)configuración identitaria” (Turpo, 2010).

Otra de las posibilidades que brindan estas plataformas es, no solo la selección de los sujetos con que se interactúa, sino clasificarlos según los puntos de interés en común, condicionando así la manera en que se muestra el yo ante cada uno de estos contactos según los escenarios elegidos para estar/interactuar. Desde este punto de vista la mismidad ya no constituye el centro, el yo se ajustará estratégicamente al discurso/diálogo/intercambio/negociación con ese determinado usuario que comparte ese espacio de interés común. A la misma vez se puede ser uno y muchos, y estar en varios lugares al mismo tiempo, por ejemplo, cuando se tiene más de un perfil en una red social, o varios perfiles en diversos sitios de redes sociales –conectados o no entre sí– que a su vez responden a intereses de ocio, profesionales o simplemente identidades que no se corresponden en su totalidad con la realidad del sujeto *offline*.

Contrario a lo que ocurría en las primeras variantes de espacios de intercambio–comunicación en Internet, como los chats, en lo que hoy son los servicios de redes sociales, por lo general los usuarios se encuentran ante otros usuarios más o menos conocidos, lo que exige de ellos, si lo que se busca, por ejemplo, es reconocimiento y/o futura ubicación profesional, una autorrepresentación orgánica.

Uno de los factores más importantes a la hora de otorgar credibilidad a los perfiles es el espacio destinado a la imagen que representa al usuario –por lo general una foto de la persona en cuestión. Ubicada en el centro de la atención dentro de la página personal, lo identifica también en los espacios comunes de interacción, en los perfiles de

*¿Mi perfil soy yo? : Acercamiento a las concepciones sobre la construcción de identidad en los servicios de redes sociales en internet*

otros, en los chats. La imagen seleccionada estará en función del objetivo que se persigue, de la cara de sí que se quiere mostrar u ocultar. Los retoques, la selección del "mejor ángulo", la decisión de no poner foto alguna o de representarse a sí mismo a través de un objeto, paisaje, caricatura, logo, o la imagen de una campaña, entre otras, son ilustrativas de la manipulación que se lleva a cabo para lograr una representación predeterminada de sí mismo.

En la conformación de ese perfil la plataforma propone al individuo autodefinirse en una frase, campo para el que están disponibles, por lo general, un número limitado de caracteres. De este modo hay un ejercicio de síntesis que obliga a resumirse a sí mismo en pocas palabras y que permanece visible, la mayoría de las veces, para cualquier otro usuario que visite el perfil buscando saber quién es la persona. En la conformación de ese perfil se llenan campos informativos donde se declaran intereses y gustos que definen al usuario desde el punto de vista del consumo. Información que es utilizada por los propios sistemas para "sugerir" páginas de productos y usuarios relacionados, que dejan escaso margen a valoraciones críticas de los mismos.

El origen reflejado en una página personal expresa la pertenencia, al menos nominal, a determinada identidad colectiva. Aun así, la dinámica de estas plataformas no establece fronteras reales, pero al ser atravesada por diversos flujos culturales desde múltiples procedencias y dirigidas a múltiples destinos, da paso a la generación de otro tipo de comunidades "desterritorializadas", que se comunican e interactúan virtualmente.

La manera en que se concibe el perfil condiciona tanto a la persona que se muestra como a los otros que acceden a él. Los datos que se

*¿Mi perfil soy yo? : Acercamiento a las concepciones sobre la construcción de identidad en los servicios de redes sociales en internet*

eligen para la representación propia, desde los gustos, la imagen, la información personal de tipo profesional y formativo, hasta el resumen, son indicadores de una selección de pequeñas identidades propias para uso virtual, como una justificación de quién quiero ser en la web. Por otro lado, esos otros que también buscan interactuar repasarán estos datos y se harán un concepto/idea/imagen de la persona virtual, la que se muestra en el perfil de esa manera que eligió previamente, pero que será enjuiciada, aceptada, negada a través de las "acciones de valor" del otro usuario (me gusta, comentar, compartir, seguir, retuitear, favorito, etc.). Estas acciones concretas legitiman esa identidad que busca su reafirmación.

Por lo tanto, el divorcio entre la realidad física y la realidad virtual constituye una limitante a la hora de analizar los vínculos y diálogos entre una y la otra. Como bien anuncia Castells (2013), "la vida en línea no es una vida separada de la interacción física. Ya no vivimos en un mundo físico o virtual, sino en un mundo híbrido. Todos están en la red pero no todos son solo en la red".

## **8. Identidades virtuales: ¿falsas, imaginadas, reales?**

El mayor uso que se le da a los perfiles en las redes sociales es positivo, presentando una versión tanto optimista como bastante realista del yo, en función de los objetivos que se persiguen con el mismo. Pero cabría mencionar también otros usos mediados por el empleo o no de un seudónimo, en qué magnitud se muestra y se oculta información, cómo se apropian del lenguaje publicitario, de las modas o los temas más polémicos de la actualidad para atraer atención, más allá de los posts entusiastas y la gran cantidad de contenidos altruistas que decantan sus votos hacia las causas más populares. Más que el narcisismo (como un *selfie*, la más de la veces,

*¿Mi perfil soy yo? : Acercamiento a las concepciones sobre la construcción de identidad en los servicios de redes sociales en internet*

construido para la web en un proceso consciente con el fin de mostrarnos de una determinada manera) que se advierte en primer lugar, sería saludable el análisis, un poco más a fondo, de esa causa probable de este actuar que podría ser lo que no se es en la vida real, la popularidad que quizá no se logra en el mundo físico pero es fabricable en el entorno virtual y que “también puede tener importantes efectos terapéuticos en colectivos susceptibles de exclusión social en otros ámbitos al permitirles dejar de lado sus estigmas” (Turkle, 1998, citada por Vega, 2012).

Otro de los ofrecimientos de las plataformas, desde el punto de vista del mostrar el sí mismo es el “estado”. Un campo disponible que viene acompañado generalmente por preguntas como ¿qué estás pensando? ¿qué estás haciendo? ¿qué quieres contar? y donde el usuario publica, comparte, hace público (en su red de amigos o para toda la red) links a informaciones publicadas en otras páginas, contenidos propios que se quieren publicitar, información afín, comentarios sobre determinados temas en circulación, imágenes de uno y de otros, pero también el estado emocional, que hoy en redes como Facebook viene acompañado de una lista de posibles “estados de ánimo” del usuario (me siento entusiasmado, triste, preocupado, alegre), que complementan el relato expuesto. Este constituye un ejemplo de cómo se le da participación al otro de lo que tradicionalmente había sido solo privilegio de lo privado. El inicio y ruptura de relaciones sentimentales, la irritación ante experiencias negativas que no se pueden cambiar, los viajes de vacaciones o de trabajo, las fases de un proyecto que se está realizando, la tristeza por la pérdida de un familiar, son ejemplos de asuntos cuya presencia había permanecido en el espacio de lo íntimo o del círculo de amigos más allegados y que hoy se exterioriza con total naturalidad, como le

*¿Mi perfil soy yo? : Acercamiento a las concepciones sobre la construcción de identidad en los servicios de redes sociales en internet*

llamó la antropóloga Paula Sibilia (2008) en su libro *La intimidad como espectáculo*, la "extimidad" que convierte en hábito la idea de hacer externa la intimidad.

Los análisis realizados por Sherry Turkle en su volumen *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet* (1995) dan algunas pistas para entender este fenómeno, sin obviar que muchas de sus interpretaciones se basaron en escenarios *online* por lo general anónimos. Asegura, por ejemplo, que "la construcción de la identidad en la cultura de simulación experimentada en Internet solo se puede entender como parte de un contexto cultural más amplio. En Internet se nos anima a pensar sobre nosotros mismos como fluidos emergentes descentralizados, múltiples, flexibles, y constantemente en proceso". La autora expone que muchos usuarios eligen construir una identidad *online* de una determinada manera no solo para llenar un vacío o insatisfacción sino también como ejercicio de libertad.

En las relaciones que se establecen en estos sitios, las personas en principio tratan de visibilizarse como individuos en particular, pero no solo se construye este yo, sino ese yo colectivo que se vincula a un grupo determinado respondiendo a intereses comunes. Asimismo también existen perfiles/páginas de estas, en efecto, comunidades virtuales que responden a identidades colectivas formadas por esos intercambios subjetivos. Estas comunidades pueden corresponderse con sus homólogas existentes ya en la realidad o terminar territorializándose, o bien pueden agruparse virtualmente y no tener representación/concreción en esa realidad.

En cualquier caso las expresiones de identidad tienen lugar sobre la base de la negociación; en la emisión de determinados contenidos el

*¿Mi perfil soy yo? : Acercamiento a las concepciones sobre la construcción de identidad en los servicios de redes sociales en internet*

individuo se enfrenta a los moldes de saberes culturales, étnicos, regionales, económicos, ideológicos, etc. del otro, que le dan sentido. Es una relación construida no únicamente desde las diferencias sino también desde las semejanzas. Así mismo, sobre la base del conocimiento de ese contexto y en un proceso por lo general consciente, él busca prever las reacciones ante lo emitido en el diálogo con el otro, de forma que no afecten la imagen de sí "construida" virtualmente.

Zhao, Grasmuck y Martin (2008), basados en un estudio de 63 cuentas de Facebook, identifican distinciones entre los múltiples yoes posibles. Asocian los conceptos de "yo real" y "yo virtual" en función de la mediación tecnológica, en otras palabras, el "yo *offline*" y el "yo *online*". Así mismo refieren otros conceptos asociados como el de "yo verdadero", que incluye lo que el yo desea, pero se mantiene oculto ante el temor de ser marginado; los "posibles yo deseados", entendidos como los yo socialmente deseables que al individuo le gustaría presentar a los otros. Estas últimas, identidades que aparentemente no han sido llevadas a hecho en la realidad *offline*. "Las identidades son aquello que llevamos a otros a pensar de nosotros, más allá de que ocurra en el contexto *online* u *offline*, o de que se salga de las normas o de lo socialmente deseable".

La propia lógica de estas plataformas, su esencia como "virtualidad real" no supone necesariamente mecanismos de verificación de el o los yo "construidos", en particular en su relación con el entorno *offline*. El sujeto virtual es y tiene sentido para los otros a partir de sus expresiones y "actuaciones", y la coherencia de estas, en el espacio *online*. Se trata de un proceso continuo, de cambios y transformaciones.

*¿Mi perfil soy yo? : Acercamiento a las concepciones sobre la construcción de identidad en los servicios de redes sociales en internet*

No obstante, en las relaciones establecidas en los sistemas de redes sociales, la identidad expresada necesita del reconocimiento del otro, a fin de reconocerse a sí misma. Sigue siendo una práctica social que responde a dinámicas también de tipo social, una relación muy estrecha entre el ser propiamente dicho y el deber ser que cada postura exige, resultado directo de la reformulación de sentidos, rupturas y nuevos puntos de convergencia que se suscitan sobre la marcha.

### **9. Mediación tecnológica: limitaciones y posibilidades**

Thompson (1998) citado por Cáceres *et al* (2009) apuntaba que “la relación directa, sin intermediarios y en situación natural, ha sido una de las características diferenciales, quizá la esencial, que separa los procesos de comunicación interpersonal de aquellos otros que se llevan a cabo con mediación tecnológica (la comunicación de masas). La introducción de tecnologías para salvar distancias en el espacio y en el tiempo permitió la transmisión de contenidos simbólicos a lugares alejados geográficamente y posibilitó el conocimiento de cualquier acontecimiento simultáneamente a su ocurrencia, creando nuevas formas de comunicación (comunicación mediática), de relación social y nuevas maneras de pautar el tiempo y el espacio que caracterizan la socialización, sensibilidad y construcción del yo del sujeto contemporáneo.”

Una de las más profundas transformaciones que está sufriendo nuestra sociedad se encuentra en las nuevas formas de circulación del saber mediadas por la tecnología. La escuela ya no es el único lugar donde se legitima el conocimiento, el saber, ya que hay múltiples saberes que fluyen a través de otros canales, llevando a un fenómeno cada vez más evidenciado de que los alumnos acceden a

*¿Mi perfil soy yo? : Acercamiento a las concepciones sobre la construcción de identidad en los servicios de redes sociales en internet*

cierta información que los maestros no poseen. Sin obviar estas potencialidades, y aún más, teniéndolas en cuenta, es que se hace un acercamiento crítico a las limitaciones que introduce igualmente la mediación tecnológica en la comunicación y en la construcción de las identidades, en este caso, los SRSI.

Si se analiza atentamente el sistema, las formas en que se visualiza la información y las posibilidades de expresión que se pueden ejemplificar en la existencia de cuestionarios, campos abiertos, botones con denominaciones y funciones específicas que modelan las formas en las que el usuario puede tanto compartir contenidos, como socializar y de forma general “actuar dentro de la red”, se encuentran también restricciones para la comunicación.

La tecnología como mediadora en la presentación del yo *online* trae consigo una “textualización de la subjetividad”, entendida como un “modo de auto-aprehensión en el que el yo se externaliza y se objetiva a través de medios visuales de representación y lenguaje, para poder interactuar en un determinado espacio de enunciación” (Illouz, 2001 citado por Vega, 2012). En este sentido, las habilidades desarrolladas por parte del usuario y su conocimiento de la plataforma en cuestión serán esenciales para encontrar e implementar formas más o menos creativas en la construcción de su identidad “virtual”. Así como, dependiendo toda vez de canales y recursos otros, ya no de la presencialidad física para mostrarse, expresarse, relacionarse, se complejiza la fidelidad y autenticidad de la representación. En cualquier caso, deberá tenerse en cuenta que el interés del usuario también aportará, en ese sentido, al resultado.

Analizar los SRSI incluye comprender la noción de interfaz, entendida como el “contexto mediador donde se hace posible la interacción de

*¿Mi perfil soy yo? : Acercamiento a las concepciones sobre la construcción de identidad en los servicios de redes sociales en internet*

los sujetos con los dispositivos tecnológicos” (Marrero, 2013 citada por Cabrera, 2014). Allí, “el texto se articula de tal forma que representa no solo una forma de acceder al sentido sino una serie de instrucciones pragmático-comunicacionales que el usuario debe aceptar, como si fuera un contrato de interacción, al acceder a un determinado ambiente hipermedial, estableciéndose un campo de interacciones posibles.” (Scolari, 2004 citado por Vega, 2012).

Estas modelaciones intrínsecas, restringen las posibilidades comunicativas del usuario, toda vez que también él, desde su carácter activo, puede decidir modificarlas en alguna medida u obviarlas en otras. Es el caso de los botones que solo permiten expresar simpatía hacia cierto contenido (en Facebook “me gusta”, en Twitter “favorito”) y que obvian la variante opuesta (“no me gusta”) o cualquier matiz posible (“me gusta mucho”). El usuario debe ajustarse a las estructuras propuestas hasta desde la denominación planteada por los creadores de la plataforma. Los campos asociados a la presentación del usuario, por lo general, en breves palabras, tipo resumen, implica una revisión del sí mismo y de su identidad (a través de procesos mencionados como la reflexividad<sup>1</sup>). Adecuándose a las normas establecidas por la plataforma, a la extensión permitida (Twitter, 140 caracteres), la originalidad mostrada por el usuario en su elaboración será un factor de éxito para lograr una mayor visibilidad en la red. Ello introduce una manera particular de presentar al yo ante los otros, que aunque bajo una estructura impuesta no significa que sea obligatoria ni que todos los usuarios hagan uso de ella.

Generar contenido no solo, ni necesariamente de calidad, sino también de alto impacto (por polémico, humorístico, etc.), es

---

<sup>1</sup> Capacidad para evaluar el pasado, modificar el presente y proyectarse hacia el futuro.

*¿Mi perfil soy yo? : Acercamiento a las concepciones sobre la construcción de identidad en los servicios de redes sociales en internet*

indispensable si el usuario, las empresas, o las organizaciones quieren ser “notadas” dentro de estas plataformas. Construir las identidades “virtuales”, más allá de las posibilidades o limitaciones de estos sitios, implica ciertas competencias y habilidades individuales y/o colectivas, así como descifrar los algoritmos internos que permiten que determinados contenidos, perfiles o páginas sean más visibles que otros en un momento determinado.

## **10. (In) conclusiones**

Después del análisis de las concepciones en torno a los procesos de construcción de identidad en los SRSI, se llega a las siguientes conclusiones que, hasta hoy, expresan determinadas tendencias con posibilidades de cambio:

Primero, que la construcción de las identidades virtuales están atravesadas por factores similares a las identidades construidas en los espacios físicos, y en ellas el sujeto también juega un rol activo, donde están presentes a su vez la articulación de *yoes*, la comunicación, la construcción de sentido y la relación con el otro en un contexto y tiempo determinados, así como el sentido de pertenencia, entre otros.

Segundo, que las diferencias básicas entre los procesos de construcción de ambas identidades, virtuales y reales, se pueden abordar a partir de la mediación tecnológica entendida desde las posibilidades y restricciones inherentes a los *settings* particulares de cada servicio de red social.

Tercero, que el divorcio entre la realidad física y la realidad virtual, al romper los vínculos y diálogos entre la una y la otra, constituye una limitante a la hora de analizar procesos como el de construcción de identidad.

*¿Mi perfil soy yo? : Acercamiento a las concepciones sobre la construcción de identidad en los servicios de redes sociales en internet*

Cuarto, que en el entorno virtual el perfil o la página (en dependencia de cada SRSI), es la representación básica tanto de la identidad individual como de la colectiva, cuya concepción se formaliza pasando por esa reflexividad donde el sujeto se piensa a sí mismo en función de unos determinados campos que deberá completar estratégicamente, según el objetivo específico del usuario. La construcción de esa identidad a partir de aquí estará entonces mediada por esa narración biográfica que irá acumulando en el tiempo y mantendrá pública o semipública indefinidamente, contenidos multimedia, interacciones, opiniones, en un proceso de negociación donde el yo es reconocido por sí mismo y por/desde los otros.

Quinto, que los SRSI ofrecen la posibilidad al usuario de crearse uno o varios perfiles, permitiéndole a este construirse una o varias identidades desde donde expresar múltiples yoes en función de sus objetivos específicos. Asimismo se nos permite "estar" en uno y muchos lugares a la misma vez, al ser representados por un yo virtual (o varios).

Sexto, que estos SRSI estimulan al usuario a presentar información verídica sobre sí mismo, a diferencia de lo que ocurría en plataformas anteriores (chats, juegos, etc.). Por lo general los contactos que se establecen, al menos en la fase inicial, reúne personas con las que se tiene vínculos en el entorno *offline*, condicionando así la autorepresentación.

Séptimo, que la construcción de identidad en los SRSI es un proceso de hibridación entre el yo *online* y *offline*, donde emerge el yo imaginado, que utilizando el lenguaje y los medios visuales de representación se construye desde el ocultamiento y/o la

*¿Mi perfil soy yo? : Acercamiento a las concepciones sobre la construcción de identidad en los servicios de redes sociales en internet*

reformulación de sí mismo, algunas dosis de narcisismo, así como la externalización de lo íntimo.

Octavo, que en el contexto de un nuevo modelo de sociedad los individuos tienden a construirse identidades en los SRSI de forma estratégica, pensadas y estructuradas jugando con las condicionantes propias de ese nuevo modelo de sociedad.

Noveno, que en los SRSI las identidades de los usuarios se construyen y cobran sentido a partir de sus expresiones y "actuaciones" *online*, creándose una imagen auténtica cuya veracidad no necesita ser verificada *offline*.

Décimo, que las interfaces de los SRSI posibilitan pero también restringen la comunicación, la interacción y de manera general los procesos de construcción de identidad en tanto modelan y estructuran en formatos particulares la objetivación de la autorepresentación y la interacción con el otro.

## **11. Bibliografía**

Barbero, J. M. (2001). *Reconfiguraciones comunicativas de lo público*. Revista Anàlisi, No. 26, 71-88.

Barbero, J. M. (2001). *Tecnicidades, identidades, alteridades: des-ubicaciones y opacidades de la comunicación*. Revista Diálogos.

Barbero, J. M. (2001). *De las políticas de comunicación a la reimaginación de la política*. Nueva Sociedad, No. 175.

Barbero, J. M. (2003). *Identidad, tecnicidad y alteridad. Apuntes para re-trazar el mapa nocturno de nuestras culturas*. Revista Iberoamericana, Vol. LXIX, No. 203.

*¿Mi perfil soy yo? : Acercamiento a las concepciones sobre la construcción de identidad en los servicios de redes sociales en internet*

Benhabib, S. (1995). *Fuentes de la identidad y el Yo en la teoría feminista contemporánea*. Conferencia ofrecida por la autora dentro del ciclo "Subjetividad y Género". Valencia.

Bernete, F. (2010). *Identidad e integración de los jóvenes en el mundo adulto en la era de la cultura digital*. Anuario Disertaciones.

Cabrera, P. (2014). *Lo posible cabe en 140 caracteres. Acercamiento a las prácticas de participación ciudadana expresadas por un grupo de usuarios cubanos en Twitter*. Tesis de Licenciatura. Universidad de La Habana.

Castells, M. (1997). *El poder de la identidad*. Editorial Alianza, Madrid.

Castells, M. (2004). *The Network Society. A Cross-culture Perspective*.

Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Editorial Alianza, Madrid.

Castells, M. (2013). *Entrevista concedida a Anthony Giron*. Disponible en [www.epoca.globo.com](http://www.epoca.globo.com)

Chen, G. (2009). *On Identity: An Alternative View*. China Media Research, 5.

Cobo, R. & Kuklinski, H. (2007). *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fastfood*. México, Uvic y Flaxo: 2007. Disponible en [www.planetaweb2.net](http://www.planetaweb2.net)

De la Torre, C. (2001) *Las identidades; una mirada desde la psicología*. Centro de Investigación y Desarrollo de la Cultura Cubana, Juan Marinello, La Habana.

*¿Mi perfil soy yo? : Acercamiento a las concepciones sobre la construcción de identidad en los servicios de redes sociales en internet*

De la Torre, C. (2008). *Identidad, identidades y ciencias sociales contemporáneas; conceptos, debates y retos*. Disponible en <http://www.psicologia-online.com/articulos/2008/05/identidad-identidades-y-ciencias-sociales.shtml>

Cáceres, M. D., Ruiz, J. A., Brändle, G. (2009). *Comunicación interpersonal y vida cotidiana. La presentación de la identidad de los jóvenes en Internet*. Cuadernos de Información y Comunicación (CIC), Vol. 14, 213-231.

Ellison, N. & Boyd D. (2007) *Social network sites: Definition, history, and scholarship*. Journal of Computer Mediated Communication, 13 (1), article 11.

Farquar, L. (2012). *Performing and interpreting identity through Facebook imagery*. Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, 19(4), 446-471. Samford University.

Fernández, S. (2008) *Redes sociales. Fenómeno pasajero o reflejo del internauta*. Revisa TELOS. No. 76.

Galindo, J. (2009). *Redes sociales y tecnología. Ingeniería de la Comunicación social, Comunicología y Cibercultura de la vida social en el siglo XXI*. Vallejo.

García, A., Beltrán, P. y Nuñez, S. (2010). *Una aproximación al concepto de frontera virtual. Identidades y espacios de comunicación*. Revista Latina de Comunicación Social, No. 55, 214-221.

García, L. & Díaz, D. (2009). *Web 2.0 y periodismo: del yo-rey al nosotros-red*. Tesis de Licenciatura. Universidad de La Habana.

*¿Mi perfil soy yo? : Acercamiento a las concepciones sobre la construcción de identidad en los servicios de redes sociales en internet*

Haythornthwaite, C. (2005). *Social Networks and Internet Connetivity Effects*.

ITU (Unión Internacional de Telecomunicaciones) (2003). *Digital Access Index: World's First Global ICT Ranking. Education and Affordability Key to Boosting New Technology Adoption*. Ginebra. Disp. [http://www.itu.int/newsarchive/press\\_releases/2003/30.html](http://www.itu.int/newsarchive/press_releases/2003/30.html)

Lozare, C. (1996). *La teoría de redes sociales*.

Mattelart, A. (2003). *La Sociedad de la Información: El Enfrentamiento entre proyectos de Sociedad*. Exposición en la VI Conferencia Internacional "Los retos de México ante la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información", celebrada en el Senado de la República del 28 al 30 de mayo de 2003.

Mercado, A. & Hernández, A. (2010). *El proceso de construcción de la identidad colectiva*. Revista de Ciencias Sociales Convergencia, No. 53, 229-251.

Molina, F. (2000). *Educación, multiculturalismo e identidad*. Departamento de Sociología. Facultad de Ciencias de la Educación. Universidad de Lleida, España.

Nieto, A. (2014) *Las 30 redes sociales más utilizadas*. Disponible en [www.webempresa20.com](http://www.webempresa20.com)

Ortega, S. & Gacitúa, J. C. (2008). *Espacios interactivos de comunicación y aprendizaje. La construcción de identidades*. Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC), Vol. 5, No. 2.

Recio, M. (2006). *Periodismo digital. El límite de lo posible*. Editorial Pablo de la Torriente, La Habana.

*¿Mi perfil soy yo? : Acercamiento a las concepciones sobre la construcción de identidad en los servicios de redes sociales en internet*

Reig, D y Fretes, G. (2011). *Identidades digitales: límites poco claros*. Cuadernos de Pedagogía, No. 418.

Rendón, A., Malheiro, A., Suaiden, E., Urra, P. Garcés, R. (2013). *Sociedad de la información: un simposio*. Revista Temas, No. 41, 4-12, La Habana.

Rizo, M. (2004). *La comunicación como base para la interacción social. Aportaciones de la comunicología al estudio de la ciudad, la identidad y la migración*. Revista Contemporánea, No. 3.

Rodríguez, A. (2012) *Artesanía de sentidos. Acercamiento a las concepciones sobre las prácticas emergentes de ciudadanía en plataformas de comunicación en red*. Tesis de Maestría en Ciencias de la Comunicación Social. Universidad de La Habana.

Romeo, A. (2009). *Società "Connesse". Come i Social Network hanno modificato la vita quotidiana*. Actas del VII Congreso Internacional ULEPICC. Políticas de cultura y comunicación: creatividad, diversidad y bienestar en la Sociedad de La Información. Volumen 1. Mesa 1.

Ros-Martin, M. (2009). *Evolución de los servicios de Redes Sociales en Internet*. El Profesional de la Información, Vol. 18, No. 5, 552-558.

Rubilar, L. (2000). *Identidad latinoamericana: bases epistemológicas y proyecciones éticas*.

Rueda, R. (2006). *Apropiación social de las tecnologías de la información: Ciberciudadanías emergentes*. Instituto de Estudios Sociales Contemporáneos, IESCO. Universidad Central.

Sibilia, P. (2011). Nota de prensa sobre su libro *La intimidad como espectáculo*. Revista Nueva.

*¿Mi perfil soy yo? : Acercamiento a las concepciones sobre la construcción de identidad en los servicios de redes sociales en internet*

Sierra, F. (2009). *Economía política de la comunicación y teoría crítica. Apuntes y tendencias*. Revista Científica de Información y Comunicación, 6, 149-171. Universidad de Sevilla.

Parra, D. (2008). *De Internet 0 a Web 3.0: un reto epistemológico para la comunidad universitaria*. Revista Anàlisi 36, 65-78.

Turkle, S. (1995). *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet*.

Turpo, O. (2010). *Socio-dinámicas de las identidades en red*. Cultura digital y vida cotidiana en Iberoamérica: Una revisión crítica más allá de la comunicación, Razón y Palabra, No. 73.

De Ugarte, D. (sin año) *Breve historia del análisis de las redes sociales*.

Vega, (2012). *Identidad y redes sociales: construcción narrativa del yo hipertextual*. Austral Comunicación, Vol. 1, No. 1, Buenos Aires.

Vélez, G. (2008). *Exploración entre redes sociales y comunicación*. Revista Razón y Palabra, No. 61.

Vélez, G. (2006). *El cambio en las redes: una aproximación a las relaciones sociales desde el lenguaje, la representación y la institucionalización*. Revista Redes, Vol. 10, #6.

Vidal, J. R. (2000). *La clave está en el conocimiento*. Revista Temas, No. 20. La Habana.

World Internet Stats. (2014) *World Internet Users and 2014 Population Stats*. Disponible en [www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com)

*¿Mi perfil soy yo? : Acercamiento a las concepciones sobre la construcción de identidad en los servicios de redes sociales en internet*

Zhao, S., Grasmuck, S., Martin, J. (2008). *Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships*. Department of Sociology, Temple University. Elsevier, Vol. 24, Issue 5.

Zarpelon, F. (2009). *Inter-relações entre identidades culturais e mídias na construção de cidadania*. Visão Global, Joaçaba, Vol. 12, No. 2. 215-230.