

**Una Mirada hacia la identidad de los jóvenes a través de las redes Sociales:  
Facebook.**

**Eje temático: CIENCIA TECNOLOGÍA Y COMUNICACIÓN**

Autores:

Dra. Ma Alejandra Rocha Silva.

Javier González Hernández

Karla Marcela Pérez Magaña

Javiergh290791@gmail.com

**Resumen:**

Esta es una investigación que pretende desarrollar una mirada hacia la identidad de los usuarios de Facebook realizada en el marco de los trabajos de la asignatura de Nuevas Tecnologías que cursamos en el séptimo semestre de la Licenciatura en Comunicación.

La metodología utilizada fue mixta, dado que se hizo una parte con redes semánticas naturales, así como etnografía digital con observación dirigida. La población analizada fue de 5 usuarios jóvenes de Colima. Los perfiles fueron revisados por 3 personas que no los conocían y después respondieron un cuestionario sobre este. Además se les pidió que anotaran 5 palabras con las que relacionaban a la persona revisada y finalmente que redactaran la percepción en general del usuario. Los usuarios crean su propia identidad, su yo on line, pero el resto lo percibe de acuerdo a estructuras sociales.

[www.panam2013.eci.unc.edu.ar](http://www.panam2013.eci.unc.edu.ar) | [www.eci.unc.edu.ar](http://www.eci.unc.edu.ar)

Tel.: +54 351 4334160 int. 103.

Av. Valparaíso esq. Los Nogales. Ciudad Universitaria. Córdoba, Argentina.

El objetivo era comprobar si lo que sucede en la vida cotidiana off line, se reproduce en línea en las redes sociales y específicamente en el Facebook.

El principal hallazgo fue que se confirma la hipótesis, ya que los instrumentos para recoger la información/percepción de la identidad de los usuarios de Facebook por otros usuarios de la misma red social mostraron que entre los revisores de los perfiles perciben una identidad que se parece a la vida real.

### **Ponencia**

Estamos viviendo una etapa, en donde pocas personas escapan al uso de las Redes Sociales. Se han convertido en una fuente de información que refleja aspectos de nuestra vida y personalidad.

*Todo lo que escribimos, expresamos y comentamos en Internet; todos los contenidos que cargamos en distintas plataformas abiertas; todo lo que dicen los demás de nosotros, configuran la proyección de nuestra imagen en el ciberespacio (Rodríguez, 2012).*

Las redes sociales permiten hacer una versión de nosotros mismos en un terreno digital. En este sentido Rodríguez (2012) plantea que han surgido nuevos conceptos como la “identidad mosaico”, que hace alusión a cómo se dibuja nuestra personalidad en las redes a través de los fragmentos de contenido, propio o ajeno, que seleccionamos, exponemos y combinamos en nuestros distintos espacios públicos digitales.

De acuerdo a los contenidos que los usuarios deciden poner los otros desarrollan una percepción de su identidad con el simple hecho de observar su perfil, incluso puede

construir esa imagen sin siquiera conocer al usuario personalmente. Los mensajes o información proyectados en las redes sociales pueden ser identificados y percibidos de un sinnúmero de maneras de acuerdo con el contexto en el que se pongan en la misma red y también de conformidad con una serie de constructos socioculturales de quien percibe.

La importancia e innovación de las redes sociales en el ámbito de la comunicación, no puede pasar desapercibida para los estudiantes de comunicación en lo general, por lo que en la Facultad de Letras y Comunicación de la Universidad de Colima, se realizó un estudio con el objetivo de desarrollar una mirada hacia la identidad por medio de las Redes Sociales, específicamente en el Facebook.

La pregunta generativa de la investigación fue ¿De qué manera es percibida y construida la identidad que proyectan los usuarios de la red social Facebook, ante las personas que visitan su perfil?

***Como Objetivo General:***

Identificar de qué manera es percibida la personalidad que proyectan los usuarios de Facebook, ante las personas que visitan su perfil.

Los objetivos específicos:

- Identificar la construcción y la proyección de la identidad en el ciberespacio por los usuarios elegidos.
- Estudiar el fenómeno que se expone al ver la identidad reflejada en la tecnología.

- Determinar si es válida la construcción de la identidad del sujeto con base en su perfil en las redes sociales, y hasta donde llega esta construcción.
- Identificar cómo es el proceso de interpretación de la identidad de los usuarios por parte de las personas que revisan su perfil.
- Percibir patrones de comportamiento e interpretación de la información que expone el objeto de estudio en la red social Facebook.
- Analizar los resultados obtenidos y comparar para encontrar una línea de acción.

La identidad digital no sólo la construye el mismo usuario, sino las interpretaciones que los demás hacen de la información que se coloca en las redes sociales, se crea la percepción de una identidad online. Es esta construcción la que interesó como objeto de estudio para lo cual se diseñó una estrategia metodológica que ayudará a comprobar la hipótesis inicial.

La metodología fue mixta (cualitativa y cuantitativa). Se seleccionaron 5 perfiles de la red social Facebook considerando a usuarios que tuvieran una actividad constante en la red social (publicaciones y actualizaciones diarias y constantes, sobre varios aspectos de su vida), para cada perfil escogimos a 3 personas que no los conocían en la vida real, ni en línea. Esas tres personas revisaron los perfiles y después contestaron un cuestionario. Utilizamos una red semántica en donde el encuestado escogía 5 palabras con las que relacionara al usuario para posteriormente hacer una descripción de la identidad que reflejaba.

Para la sistematización de los datos cuantitativos de la encuesta se realizó un concentrado de toda la información en una base de datos en Excel, por medio de una tabla (una por usuario) que recopilaba toda la información básica del contacto, que los encuestados pudieron identificar extraída de la red social Facebook.

Por otro lado para las preguntas abiertas, se utilizó la *Matriz de Doble Entrada* o también conocida como *Matriz de Datos*, técnica cualitativa de análisis y sistematización de los datos, que consiste en el concentrado de las respuestas de cada uno de los encuestados respecto a cada una de las preguntas realizadas dentro de una tabla para su comparación, analizando las similitudes y diferencias que ayudaron a sacar resultados óptimos para la investigación.

### Matriz de datos, captura de resultados

Tabla 1.1

#### Perfil 1: DEIzYDuck

Información de Perfil	
Usuario	DEIzYDuck
Edad	22
Sexo	Femenino
Ciudad donde vive	León
Ciudad de origen	Colima
Nivel de estudios	Licenciatura
Escuela a la que pertenece	Instituto Tepeyac de León
Familia	14
Estado civil	Divorciado
En intereses tiene:	No tiene
No. de fotografías	577
Imágenes de ilustraciones y frases	si
Cantidad de amigos	258

Variable	Observador 1	Observador 2	Observador 3
Apartado "información sobre..."	ND (no hay datos)	ND	ND

En la mayoría de sus fotos sale con...	Sale ella pero también tiene fotos con otras personas	Amigos	Familia y amigos
En la mayoría de sus fotos se ve que esta	Contenta	Contenta	Contenta
Manera de vestir	Informal	Se ve bien, se viste sencillo y elegante	Elegante y a la moda
Tipo de eventos a los que asiste	Sociales, culturales y reuniones Familiares	Sociales	Culturales y muy sociales
Describe el tipo de imágenes	Optimismo, caricaturas y frases de humor	Optimistas	Feliz, amorosas
Concepto de sus frases	Optimismo, libertad	Optimistas	Optimistas
Percepción del contenido fotográfico	Es muy alegre	Trata de ser positiva	Positivo y Amoroso
Género musical	Cumbias, rancheras, reggaetón y trova	Pop	Banda, rancheras y trova
Género de películas	Románticas	Drama	Drama y Ciencia Ficción
Tipo de literatura	Novelas	Novelas	Novelas
Temas de lectura	Novela y Literatura	Novelas Dramáticas	Novelas dramáticas y de pasión
Programas de televisión	Caricaturas	South Park, los Simpson, Dr. House y la casa de los dibujos	DC, House
Descripción de los gustos televisivos	Comerciales	Gusta de ver series, creo que con fines recreativos	Comedia y Entretenimiento
Descripción de sus actividades	Le gusta socializar y una relación inmensa en las redes sociales	No aparecen actividades	Le gusta salir al campo, le gusta conocer personas y socializar
Descripción de sus intereses	Divertidos	Pienso que está interesada en temas de salud, educación y sociales	Muy Divertidos



Páginas que pone como me gusta e interpretación	Entretenimiento y <b>sociales</b>	Salud	<b>Sociales</b>
Por su cantidad de amigos se considera que	<b>Persona medianamente sociable</b>	Es una persona medianamente sociable	Es una personas medianamente sociable
Sobre qué temas publica	Temas que pertenecen a un público social muy selecto	<b>Política</b> , y sobre cosas personales.	<b>Política</b>
<b>Percepción acerca de sus publicaciones</b>	Son publicaciones de una persona promedio en las redes sociales, usadas más por entretenimiento que por productividad.	Creo que es alguien que gusta de tomar, y no está conforme con el gobierno	Lucha por la paz no está conforme con el sistema político y social en el que vivimos
Descripción de la interacción con los demás usuarios	<b>Amable</b> , breve y alivianada	Medianamente sociable	Muy <b>Amble</b> y si no está conforme con algo lo dice
Nivel de interacción	Moderado algunas personas le ponen me gusta , pero si existe comentarios	<b>Muy alta</b> , muchas personas le comentan y ponen me gusta	<b>Muy alta</b> , muchas personas le comentan y ponen me gusta
Utiliza palabras altisonantes	No	Si	Si
El usuario es una persona	<b>Extrovertida</b>	<b>Extrovertida</b>	<b>Extrovertida</b>
<b>Nivel intelectual</b>	Medio	Alto	Se ve que es inteligente
<b>Nivel socioeconómico</b>	Medio bajo	Medio Alto	Medio
Tema preferido en publicaciones	Socializar	<b>Cosas de la sociedad</b> , su familia, y Convivencias	<b>Cosas de la sociedad</b>
Opinión acerca de sus publicaciones	Alegres, <b>entretenidas</b> , propias de su edad y grupo de interacción.	<b>Entretenidas</b> , y va para sus amigos	Es una persona entusiasta ama la vida y los buenos momentos
Descripción de intereses y gustos	Gusta de socializar , escuchar música, es soñadora y trata de definir aun una personalidad, es notoria su intención de ser	Habla mucho sobre sentimientos; en algunas ocasiones, <b>cosas relacionadas al desamor</b> , y en	<b>Publica para el desamor</b> y habla mucho de libertad

	rebelde, es mesurada y un tanto egoísta	otras, al positivismo.	
Relación con alguna tribu urbana	No la relaciona	No	No
<b>5 palabras que piensan al ver las características del usuario</b>	Alegre, Fresca, guapa, conflicto interno busca amigos	Optimista, fiestera Alegre, Idealista y activa	Linda, Sincera, Perseverante, Inteligente y Confiable

	Observador 1	Observador 2	Observador 3
<b>Descripción de la identidad del usuario en base a su perfil</b>	Es una persona joven que está en busca de establecer su personalidad, criterios definitivos y un complemento emocional. Su personalidad es fresca y contagiosa.	Ella es alguien que gusta de la música pop, salir a divertirse, tal vez beber; tiene muchas fotos donde está con alguien, por lo que parece ser alguien que le gusta convivir y pasar un buen rato con sus amigos. A veces publica cosas que parecieran indicar que está en algún problema o decepción amorosa, pero también tiene frases y pensamientos positivos. No hay nada negativo que se encuentre	Ella es alguien que le gusta divertirse, hacer amigos, le gusta ser buena, Es sincera, como que tiene problemas con el amor además que no le gusta el sistema político por eso critica

**Análisis de Resultados Perfil 1:** En la anterior tabla 1.1 se presenta la información arrojada por las tres personas que observaron el perfil del usuario “DEIzYDuck” ,



podemos darnos cuenta que en las variables existen resultados similares, en la mayoría de los casos dos observadores coincidían , mientras que uno discrepaba, en la descripción final el segundo resulta más expresivo y llega conjeturas más profundas (ejemplo: que al usuario le gusta tomar) a su vez en la descripción final llegan a percepciones similares el observador 2 y 3. Podemos concretar que si logran una percepción del usuario hasta cierto punto similar, pero a la vez marcan la diferencia en ciertos aspectos.

[www.panam2013.eci.unc.edu.ar](http://www.panam2013.eci.unc.edu.ar) | [www.eci.unc.edu.ar](http://www.eci.unc.edu.ar)

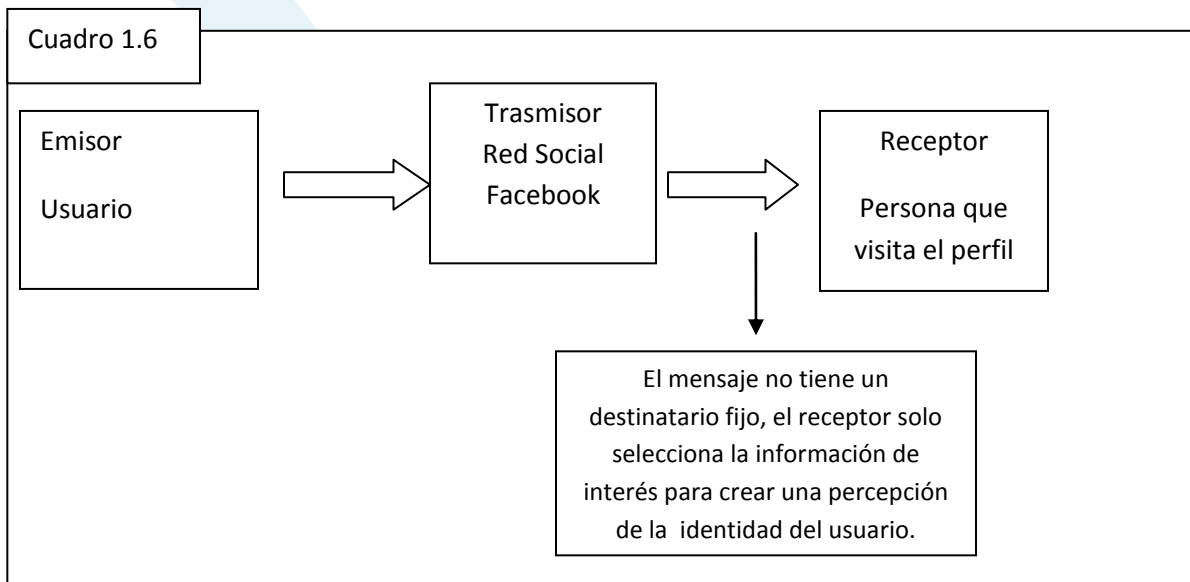
Tel.: +54 351 4334160 int. 103.

Av. Valparaíso esq. Los Nogales. Ciudad Universitaria. Córdoba, Argentina.

## Resultados

De acuerdo con nuestros resultados existe una construcción de identidad por parte de las personas que visitan el perfil de los usuarios de Facebook, en esta construcción hay un modelo comunicacional implícito entre mensaje trasmisor y receptor pero en base a nuestros resultados determinamos que la interpretación y construcción varía según la persona que este leyendo e interpretando toda la información que los usuarios colocan en sus perfiles.

Según la psicología de la Gestalt, la mente selecciona, a través de ciertas leyes, los elementos que llegan a través de la percepción o de la memoria. Tal como lo mencionaba el psicólogo alemán Christian von Ehrenfels. Existe una percepción holística, integradora en una estructura de tipo interna. (Fallas, 2008).



El cuadro 1.6 interpreta el proceso de selección hacia la percepción entre el emisor y receptor.

En esta interpretación existen juicios de valor, según la persona que analiza el Facebook, entre la información que colocan los usuarios, las personas que visitan el perfil solamente seleccionan la de su interés, la que parece relevante o atractiva para ellos y sobre esta basan su construcción de identidad del usuario.

Otro de los aspectos que pudimos constatar, es que en este modelo de comunicación de las redes sociales, el receptor muchas veces es indefinido, no hay comunicación directa, por lo tanto el mensaje es ambiguo.

El usuario, no puede controlar la interpretación que el receptor, le da a la información plasmada en su perfil.

### **Comprobación hipótesis**

#### **1. Las personas que visitan el perfil de Facebook perciben una identidad del usuario a través de la información dada.**

De acuerdo a nuestra investigación, las personas que visitan el perfil de Facebook si crean una percepción de la identidad del usuario mediante la información proyectada, sin embargo esta percepción no es generalizada varía según dos aspectos, la persona que visita el perfil y su selección de información, y el cambio continuo de la información que el usuario emite en su red social, por lo tanto es inconstante y cambiante.

## **2. Las personas emiten juicios de valor con respecto a la información que el usuario comparte en la red social.**

De acuerdo a nuestra investigación las personas frecuentemente emiten juicios de valor con respecto a la información que proporciona el usuario en su perfil y que está expuesta al público en general, es por ello que sin tener contacto con el usuario se forman ideas de cómo es antes de conocerlo.

## **3. Mediante el análisis del perfil en Facebook se logra conocer la personalidad del usuario.**

Los resultados demostraron que no se pudo conocer la personalidad del usuario sólo con base en la información de "Facebook". A través de la información que se presenta en la red social se logra una construcción de la imagen de su personalidad en la cual influyen principalmente dos factores, el mensaje y la información que emite el usuario en la red social Facebook cambia constantemente. El mensaje que se expresa en las redes sociales no tiene un destinatario definido. La percepción de la persona depende de información que pueda leer sobre ella o de la selección que de la información publicada haga la otra persona.

En conclusión, consideramos que los resultados arrojados por este estudio aportan información para poder entender si existe un patrón a seguir en la percepción/construcción de la identidad del usuario.

Ante una mirada objetiva se podría decir que Facebook fue formado para promover la socialización. Es una web construida sobre una gran base de datos, en la que los usuarios publican diferentes aspectos de su vida, los elegidos por él. Sin embargo,

según la investigación, hay una segunda selección, la que hace la persona que visita el perfil del usuario.

En esta red social el usuario lleva una parte personal al ciberespacio: que dice, como lo dice, el lenguaje que usa, sus temas de interés, todos ellos emiten un mensaje y el cual es interpretado para formar una percepción de una persona física.

El usuario se percibe a sí mismo y con base en ello hace su perfil, pero otra cosa es la percepción de los demás que visitan el perfil. Puede existir conciencia o no por parte del usuario. Podría preocuparle o no la imagen que deje sobre la red, e incluso hay quien con esta información pueda llegar a manipular la situación y crear “perfiles falsos”. Nuestro trabajo refleja que la interpretación que su información tenga es incontrolable, varía de acuerdo la estructura interna del sujeto que visita su perfil, lo que una persona puede interpretar como positivo, otro lo puede hacer de una manera negativa, para lo que unos les puede parecer una persona alegre y sociable, otra lo puede percibir como alguien a que le gusta llamar la atención, y tiene problemas de autoestima etc.

Sin embargo también determinamos que pueden existir patrones que son percibidos de la misma manera por usuarios que visiten el perfil.

Se comprobó que las personas emiten juicios de valor con respecto a la información que el usuario proyecta. Este tipo de juicios son más fáciles de hacer ya que el contacto con el usuario no es directo y sólo expresa lo que observa haciendo uso de la red social Facebook.

Definitivamente la construcción de la identidad es transportada a un terreno digital y es interpretada de diferentes maneras, en el momento que un usuario visita el perfil se postula como receptor de la información expuesta. Hay una estructura interna en la mente de cada individuo que interpreta la realidad, las personas que participaron en esta

investigación coincidieron en que la información que proporciona la red social Facebook es demasiada por lo cual deja que los demás puedan seleccionar para la construcción de la identidad solo la información que se ajuste a su estructura interna de percepción.

La construcción de la identidad y personalidad del usuario es interpretada de distintas maneras dependiendo el receptor. Cada uno de los encuestados mantuvo su idea principal acerca del usuario, aunque coincidían en algunas respuestas individualmente fijaron detalles diferentes por los cuales identificaban a la persona.

Utilizamos variables que consideramos representativas o relevantes como lo fueron las fotografías, los comentarios, likes, intereses etc., para que los observadores tuvieran elementos e información suficiente y así pudieran percibir la identidad que el usuario proyecta.

Dicho lo anterior, podemos concluir que la percepción de las personas es un factor cambiante debido a las diversas maneras en las que éstas pueden dar un significado. Cada individuo selecciona la información a la cual quiere enfocarse o con la cual se siente identificada, dependiendo de la trayectoria de vida y estructura mental interna. Esto los llevará a colocarles una etiqueta que facilite para ellos su identificación, influenciados por experiencias propias, estereotipos, clichés y prejuicios.



[www.panam2013.eci.unc.edu.ar](http://www.panam2013.eci.unc.edu.ar) | [www.eci.unc.edu.ar](http://www.eci.unc.edu.ar)  
Tel.: +54 351 4334160 int. 103.  
Av. Valparaíso esq. Los Nogales. Ciudad Universitaria. Córdoba, Argentina.

### **Bibliografía:**

Fallas, F. (2008). Gestalt y Aprendizaje. *Actualidades investigativas en Educación*. 8(1), pp. 1-12. Recuperado el (25 de octubre de 2012), de ([http://revista.inie.ucr.ac.cr/uploads/tx\\_magazine/gestalt.pdf](http://revista.inie.ucr.ac.cr/uploads/tx_magazine/gestalt.pdf))

Rodríguez, P. (2012). *El espejo roto que te refleja en las redes*. Recuperado el (19 de septiembre de 2012) de (<http://blogthinkbig.com/el-espejo-roto-que-te-refleja-en-las-redes/>)