



LAS REDES SOCIALES Y SU INFLUENCIA EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

Trabajo de Fin de Grado

Facultad de Comunicación

Grado en Periodismo

Curso 2021-2022

Alumna: Lucia Rubio Civantos

Tutora: Dra. Salomé Sola- Morales

ÍNDICE

1. Introducción	4
2. Objetivos y preguntas de investigación	5
3. Marco teórico	6
3.1. Definición de términos	6
3.1.1. Las Tecnologías de la Información e Internet	6
3.1.2. Identidad y procesos identitarios	8
3.1.3. Adolescencia y generaciones digitales	9
3.2. Influencia de las redes sociales en los adolescentes	13
3.3. Conformación de la identidad a través de las redes sociales	16
3.3.1. Creación del avatar	17
3.3.2. La interacción con los demás	18
3.3.3. El anonimato	19
3.3.4. Referentes	20
3.3.5. ¿Existe distancia entre el “mundo real” y el “mundo virtual”?	21
3.3.6. Consecuencias positivas del uso de las redes sociales en los adolescentes	22
3.3.7. Consecuencias negativas del abuso o la adicción de los jóvenes a las redes	23
4. Metodología	24
5. Resultados	28
5.1. Definición y presentación de la identidad personal	28
5.2. Proyecciones en las redes sociales	30
5.3. Expresión de opiniones en las redes sociales	32
5.4. Socializando en las redes sociales	33
5.5. Referentes, inspiraciones y proyecciones identitarias	35
5.6. Anonimato	36
5.7. Importancia de las redes sociales	37
5.8. Un mundo sin redes sociales	38
5.9. Discusión sobre el focus group realizado	38
6. Conclusiones generales	39
7. Anexos	43
8. Bibliografía	53

Resumen

Desde la aparición de Internet, las redes sociales han ido ganando importancia en la vida de las personas, especialmente en la de los adolescentes. Para ellos estas plataformas se han convertido en un gran aliado y en una herramienta fundamental para realizar algunas actividades de su día a día, como estar en contacto con su entorno. En este Trabajo Fin de Grado se estudia el valor que han adquirido las redes sociales para los adolescentes y cómo influyen las mismas en la configuración de la identidad y en los procesos de identificación. En una primera parte, a través del marco teórico, se revisan algunas teorías al respecto que nos permiten reflexionar acerca de las características del mundo virtual, del cómo se llevan a cabo los procesos identitarios, del uso de las redes sociales por los adolescentes, o de las consecuencias del abuso de estas. En una segunda parte, experimental y aplicada, se realiza un grupo de discusión conformado por cinco adolescentes, acerca de su papel en las redes sociales, sus referentes, sus modos de actuación dentro del mundo virtual o los usos que le dan a estas plataformas. Los resultados obtenidos nos han permitido identificar que para los adolescentes las redes sociales se configuran como un elemento fundamental de integración en la sociedad donde cobra mucha importancia la opinión y valoración de los demás usuarios.

Palabras claves: Internet; redes sociales; adolescentes; identidad; identificación; nativos digitales.

1. Introducción

En estas primeras líneas queremos exponer las ideas fuerza que nos empujaron a realizar este estudio, intentando también justificar y poner de manifiesto la pertinencia y la relevancia del trabajo que hemos realizado.

Nos comportamos de distintas formas en función del contexto y estimamos que las redes sociales han originado nuevas maneras de relacionarnos, y que en la adolescencia estos cambios pueden ser más patentes. El uso de las redes sociales ha influido sobremanera en la vida de los adolescentes y sobre todo en sus relaciones con los demás. Es más, creemos que la omnipresencia de dispositivos móviles en la vida de las personas y la cantidad de horas que los adolescentes pasan usando plataformas y redes sociales consumiendo contenidos digitales, socializando, comunicándose e interactuando ha provocado la aparición de cambios psico-sociales decisivos en sus vidas y en los procesos de formación de sus identidades personales y sus procesos de identificación.

Los adolescentes de hoy han nacido con las redes sociales y estas están presentes a diario en sus vidas. Las utilizan para conocer el mundo, para tener experiencias, para iniciar y mantener relaciones, para compartir gustos y aficiones. A través de ellas interaccionan con los demás, siendo, en este periodo evolutivo, las interacciones sociales decisivas. Las redes sociales están interviniendo, de alguna manera, en los procesos de socialización de los adolescentes y están influyendo en la formación de sus valores y actitudes (comportamientos, sentimientos y pensamientos). Los adolescentes buscan la integración, la aceptación, la pertenencia al grupo, y por estas razones el uso de las redes sociales es una variable de estudio fundamental.

Los procesos de identificación a través de las redes sociales se llevan a cabo desde el primer momento en que estas se utilizan, ya que al descargar estas aplicaciones el primer paso es siempre crear y mantener un perfil, presentándose ante los demás, mostrando una imagen, una serie de intereses, rasgos de personalidad y elementos que caracterizan sus formas de estar en el mundo.

Sabemos que los adolescentes utilizan las redes sociales para hacer públicos sus gustos, preferencias, intereses, valores y actitudes, y también conocemos que este factor es clave para la construcción de su identidad, como veremos a lo largo de este Trabajo Fin de Grado (TFG). Se dan muchas situaciones en las que el individuo expresa algo que le preocupa, le inquieta o le disgusta del mundo real a través de sus redes sociales, y parece que se siente más libre para expresarse y encuentra en esta herramienta un canal de comunicación e interacción potente. Las redes sociales se han convertido en una vía mediante la cual los adolescentes pueden expresar sus sentimientos auténticos, ya que hay algunos adolescentes que no son capaces de exponer estos sentimientos en otros contextos sociales, como la familia, el colegio o el instituto. En este sentido, como veremos más adelante, son muchos los estudios que señalan que, en la actualidad, las redes sociales son canales fundamentales para relacionarse y que inciden directamente en las conductas, las actitudes, los procesos de identificación y en los roles (Ortiz y Harwood, 2007).

Parece que los contenidos que los adolescentes suben a las redes sociales no son estáticos, son volubles, van cambiando, debido a que la interacción con los *otros* va moldeando su identidad.

Los *otros* funcionan como un mecanismo de retroalimentación que va fabricando la identidad del adolescente. De manera que la identidad se conforma en una dialéctica con la alteridad.

Estas premisas nos empujaron a poner en marcha nuestro trabajo, a revisar la literatura científica para conocer el estado de la cuestión y a realizar el estudio empírico, tratando de conocer, con mayor precisión, hasta qué punto las redes sociales pueden estar influyendo en la configuración de la identidad de los adolescentes. En definitiva, iniciamos este trabajo porque queríamos explorar qué evidencia científica hay de que las redes sociales estén o no variando los procesos mediante los cuales los adolescentes van confeccionando su propia identidad.

En cuanto a la parte empírica, valoramos que podía ser eficaz la utilización de un grupo de discusión para acercarnos al estudio de las variables. El grupo de discusión facilita que los participantes puedan intercambiar puntos de vista y discutir entre ellos, con la finalidad de acercarnos a una comprensión más profunda y directa de los fenómenos objeto de estudio. En este sentido, se trata del instrumento de investigación más pertinente para cumplir nuestros objetivos. Por otro lado, queremos resaltar que los participantes de nuestro estudio constituían un grupo muy heterogéneo, lo que nos permite analizar una amplia variedad de perfiles de adolescentes que utilizan las redes sociales.

En definitiva, este TFG, que combina recursos teóricos y prácticos, proporciona algunas de las claves necesarias para aproximarnos a cómo se comportan los adolescentes en las redes sociales, qué importancia tiene el mundo virtual en sus vidas, cómo influyen estas plataformas en sus formas de actuar o de comportarse y cómo configuran identidades o se identifican a través de ellas.

2. Objetivos y preguntas de investigación:

Objetivo general: Investigar el papel de las redes sociales en el proceso de creación de identidades de los adolescentes.

- O1. Indagar en el proceso de creación de identidades de los adolescentes.
- O2. Conocer la importancia y el uso de las redes sociales para los adolescentes.
- O3. Explorar los referentes que tienen los adolescentes en las redes sociales y su influjo en los procesos de construcción de identidades.
- O4. Analizar cómo se muestran y socializan los adolescentes a través de las redes sociales.

Las preguntas de investigación que han guiado esta investigación son:

- ¿Qué es la identidad y cómo se lleva a cabo el proceso de creación de identidades en la adolescencia?

- ¿Qué lugar ocupan las redes sociales en el día a día de los adolescentes? ¿Cuáles son las redes sociales que más utilizan y para qué las usan?
- ¿Cuáles son los referentes de los adolescentes en las redes sociales y cuál es su influjo en el proceso de creación de identidades de los adolescentes?
- ¿Cómo se muestran, expresan, sienten y socializan los adolescentes en las redes?

3. Marco teórico

3.1. Definición de términos

En este apartado vamos a definir los conceptos más importantes de esta investigación para así esclarecer las ideas y fijar los términos que conforman nuestro trabajo.

3.1.1. Las Tecnologías de la Información e Internet

La tecnología ha estado presente en todas las épocas de la Historia, puesto que se puede entender como todos aquellos instrumentos y estrategias que han permitido el avance de la humanización (Blázquez-Entonado.F, 2001). Podemos citar numerosos avances tecnológicos tales como el fuego, la imprenta, el metal, el ferrocarril o el telégrafo, así se han ido sucediendo hasta llegar al mundo digital, un avance sin precedentes que ha transformado a la población (García-Gutiérrez y Ruiz-Corbella, 2020).

En numerosas ocasiones hemos escuchado el término TIC para hacer referencia a todo aquello que tiene que ver con el mundo digital. TIC es un acrónimo que significa Tecnología de la Información y las Comunicaciones, aunque no existe una definición universalmente aceptada de este concepto, podríamos definirlo como el conjunto de tecnologías desarrolladas para conseguir una información y comunicación más eficiente. Son herramientas tecnológicas que facilitan el acceso y la clasificación de la información. Por tanto, TIC alude al conjunto de herramientas utilizadas para tratar información a través de ordenadores, dispositivos electrónicos, aplicaciones informáticas y redes (Limited, 2021). Es un concepto amplio y complejo, pues se encuentra en constante evolución, por lo que se va redefiniendo con el paso del tiempo. Estos cambios son necesidades de comunicación y procesamiento de información requerida por la sociedad (Blázquez-Entonado, 2001)

Las TIC han pasado a formar parte de nuestras vidas, configurándose como una nueva forma de organización social y originando cambios económicos, culturales y sociales. Son un elemento sin precedentes en la historia de la humanidad que han sustituido a diferentes mecanismos utilizados en el pasado. Al principio, se establecieron como elementos de ocio (Díaz Gandasegui, 2011), pero hoy en día suponen una herramienta para estar conectado con el mundo que nos rodea. “(...) en el mundo de las comunicaciones en el que vivimos, el que no

está conectado prácticamente no está en la sociedad” (Díaz- Gandasegui, V. 2011, pág. 5). Parece que las personas que se encuentran desconectadas del entorno digital también están alejadas de la sociedad moderna, de su ritmo frenético y de sus exigencias.

Muchos autores han estudiado el efecto que ha tenido la introducción de estas herramientas en la vida de las personas. Molina (2003), por ejemplo, dice que la incorporación de las TIC en la sociedad actual genera diversos cambios en las formas de organización. A su vez, Muñoz (2007) opina que la integración de estos elementos en el entorno familiar ha transformado su estructura, realizando cambios en las pautas de crianza, en el contacto de los miembros y en las relaciones de poder. Los padres se han visto ante una nueva realidad y han tenido que adaptarse, alterando las formas tradicionales de educar a los hijos.

Estas modificaciones no se limitan al marco intrafamiliar, sino que se experimentan en todo tipo de interacción entre personas. Ruiz-Corbella y Juanas-Olivas (2013) exponen que la tecnología nos facilita la relación y la comunicación con personas que no se encuentran en el mismo espacio físico, de forma inmediata y con medios cada vez más asequibles. Esto último es fundamental para entender el gran avance de las TIC, puesto que su asequibilidad explica el gran alcance.

En este sentido, Carlos Scolari (2008) añade que las TIC han cambiado radicalmente la transmisión de los mensajes, los sistemas mediáticos tradicionales y los tipos de comunicación, surgiendo una nueva forma de comunicación digital interactiva. Describe el término de hipermediaciones como el punto de partida para ir poco a poco comprendiendo la nueva realidad comunicativa provocada por el uso de las TIC, que para él se definen como procesos y no como objetos. En este sentido, las hipermediaciones son procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno en el que participan muchos sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente en forma de redes.

Tratando explicar el ecosistema de las hipermediaciones, entendido como un constructo de comunicación digital interactiva, Scolari (2008) recopila un conjunto de características claves del entorno digital, entre las que destacamos las siguientes:

- Digitalidad: ya no se maneja la información analógicamente, sino digital.
- Hipertextualidad: A través de enlaces. La linealidad del texto tradicional se empieza a combinar con textos a partir de los cuales se puede acceder a otros textos a más información.
- Reticularidad: se va configurando un modelo organizado en forma de red que permite la comunicación “de muchos a muchos”, y no de uno a muchos como la comunicación en masas
- Interactividad: El receptor es activo, tiene capacidad para producir contenidos comunicativos. Con lo cual los modos de producción son más cooperativos y participativos.
- Multimedialidad: concurren en un mismo soporte informaciones de diferente naturaleza (textos, sonidos, vídeos)..

Además, debemos de tener en cuenta para este estudio que el mundo digital y de las redes sociales tiene unas características que distan mucho de la realidad, tales como, la simultaneidad (podemos estar en el espacio físico y en el espacio virtual a la vez), la inmediatez (los mensajes y las interacciones son recibidas al instante), la multiplicidad (se puede tener varios perfiles y estar conectado a varias redes sociales a la vez) y la flexibilidad (permite gran cantidad de opciones de interacción, como mensajes, fotos, audios, videos...) (Long, 1994; Whitaker, 1999). Esto supone un gran cambio entre estas dos realidades, haciendo que, tanto jóvenes como adultos se comporten de manera muy diferente en estos contextos, implicando esto un gran cambio en el sentido clásico.

3.1.2. Identidad y procesos identitarios

En segundo lugar, debemos explicar el concepto de identidad. Se trata de un término muy amplio, estudiado por filósofos, antropólogos, sociólogos, psicólogos... A lo largo de la Historia el término cuenta con muchas acepciones y han existido grandes debates de diversa índole en torno a esta idea. Es un término que tiene varias perspectivas y significados distintos dependiendo del ámbito al que se esté haciendo referencia, por lo que no puede ser entendido de forma única e indiscutible (Sola-Morales, 2012).

En el marco de este trabajo utilizamos el concepto de identidad para referirnos a la identidad personal, es decir, a la construcción de uno mismo y a la identidad social, a saber, la manera en la que los seres humanos nos presentamos a los demás, nos mostramos al mundo tanto personal como físicamente e interactuamos en él (Goffman, 2003; Guzmán y León, 2014)

A este respecto, al hablar de identidad social, su principal exponente, Henry Tajfel, declara que forma parte del auto-concepto del individuo y se puede definir como “el conocimiento que posee un individuo que pertenece a determinados grupos sociales junto a la significación emocional y de valor que tiene para él/ella dicha pertenencia” (1981, pág 255) Es decir, la identidad de los individuos depende del grupo al que pertenecen, pues absorben aspectos relevantes.

Según Carrillo-Sierra, Cantor-Silva y Pérez-Suarez (2018) hay dos clases de identidad que aluden a diferentes partes del yo. En primer lugar, nos encontramos con “la identidad social” (nombrada anteriormente) que hace referencia a la parte de la identidad que está en contacto con grupos de referencia. En segundo lugar, tenemos “la identidad personal” que se define como aquellos rasgos que caracterizan a cada individuo.

Esta definición algo esencialista no siempre ha sido así. Es más, el mismo concepto de la identidad ha ido cambiando con las transformaciones de la sociedad. Como explica el sociólogo Zygmunt Bauman (2008), la transición de una sociedad de la “adscripción” a una sociedad del “logro” ha alterado el concepto de identidad. Es decir, una sociedad donde las personas nacían con una identidad marcada por su estatus social o factores sociodemográficos evolucionó de tal forma que hoy en día la identidad depende de las decisiones que cada uno decida tomar a lo

largo de su vida. “Lo que antes era un proyecto de ‘toda la vida’ hoy se ha convertido en un atributo del momento” (Cáceres-Zapatero, Ruiz-San Román y Brändle-Señán, 2009, pág 218).

En este ámbito de estudio han sido muy enriquecedoras las investigaciones realizadas por la psicóloga Sherry Turkle. Esta autora ha estudiado desde los años 80 los procesos de identidad dentro del mundo digital, poniendo especial atención en los jóvenes. Turkle argumenta que la identificación es la totalidad de nuestros roles sociales y que estos interactúan entre ellos, mezclándose, moldeándose y manifestándose de formas distintas (1997). Por esta razón, una persona no actúa igual en todas las situaciones, ni se comporta igual ante todas las personas, sino que cambia dependiendo del contexto.

También son relevantes los aportes de Erving Goffman (2003), que analiza cómo las personas actúan ante los demás en los distintos contextos sociales cotidianos. Le interesa sobremanera estudiar cómo se muestran los sujetos en situaciones cotidianas y cómo tratan de controlar la impresión que los *otros* se hacen de los demás. En este sentido, el autor explica que es fundamental analizar la puesta en escena. Le interesa la fachada, la parte de la actuación del individuo que funciona normalmente de un modo general y establecido, a fin de definir la situación con respecto a aquellos que observan dicha acción. Este investigador examina la confianza en el papel que desempeña el individuo; una confianza que se basa en la puesta en escena personal de dicho individuo ante un auditorio específico. Describe que la seguridad que el individuo tiene en su actuación es fundamental en su presentación y, por tanto, en su proceso de adquisición de identidad y auto-percepción.

En definitiva, a la luz de las propuestas teóricas estudiadas, la identidad de los individuos no es estable, ni cuantificable. Se trata de una imagen que la persona elabora a lo largo de la vida según sus vivencias y sus valores. Está en constante cambio, se ve influida por muchos factores y nunca termina de definirse. La identidad es “una construcción compleja, personal y social, consistente en parte en quien creemos ser, cómo queremos que los demás nos perciban, y cómo de hecho, nos perciben” (Giones-Valls y Serrat-Brustenga, 2010, págs. 1-15).

3.1.3. Adolescencia y generaciones digitales

En casi todas las culturas, la adolescencia es vista como una transición a la vida adulta. Se empieza a formar el proyecto vital y el individuo se despega de sus progenitores para comenzar su trayecto por él mismo. Supone el comienzo de la independencia, despegarse de la vida de niños y comenzar a abrirse paso en el mundo de los adultos. La adolescencia es una etapa fundamental en el desarrollo de una persona, puesto que es cuando empieza a tener contacto de forma más consciente con el mundo que le rodea. Es la edad en la que el individuo se presenta al mundo, comienza a socializar y a construir su identidad, todo esto a través de la interacción con los demás. Y las redes sociales se han convertido en un importante canal para todo este proceso.

La etapa de la adolescencia es un periodo evolutivo clave para la configuración de la personalidad del individuo, dado que se experimentan procesos madurativos en los que los

jóvenes buscan percibirse a sí mismos y a su propia actividad dando sentido a su mundo social con el fin de determinar su propia individualidad (Ruiz-Corbella y Juanas-Olivas, 2013). Se ha de pensar que la adolescencia, aun siendo un constructo social, es considerada como el momento vital clave para la configuración de la identidad personal; de una adecuada inserción en el contexto social en el que se vive y de la capacidad de relación, especialmente con los iguales (Ruiz-Corbella y Juanas-Oliva, 2013).

Los adolescentes en la actualidad pertenecen a la ‘Generación Z’, posterior a la ‘Generación de los millennials’, es decir, todos aquellos que han nacido entre 1994 y 2010, se caracterizan por tener un gran dominio de las tecnologías, puesto que han nacido con ellas y están acostumbrados a usarlas en su día a día. “La Generación Z, por el conjunto de aspectos que la caracterizan, supone una evolución del individuo en numerosos aspectos y sin duda, en la generación de contenido, aspecto en el que logran más influencia y audiencia (en su franja de edad) que los medios de comunicación (Nicolás-Espiritusanto, 2016, pág 111).

Esta generación también se denomina “nativos digitales”. Este es un término acuñado por Marc Prensky en 2001, quien afirma que ahora tenemos una nueva generación con una mezcla de habilidades cognitivas diferentes de las de sus predecesores. Prensky (2001) describe el cambio generacional en el que las personas son definidas por la cultura tecnológica con la que están familiarizadas. Así, define a los “nativos digitales” como aquellos que nacieron en una cultura digital nueva, mientras que los “inmigrantes digitales” son pobladores del viejo mundo, que crecieron en una era analógica e inmigraron al mundo digital, intentando adaptarse al progreso tecnológico. El nativo digital abarca a las personas nacidas a partir de la década de los noventa, que han llegado al mundo cuando las TIC ya tenían una fuerte presencia, lo que provoca que hayan desarrollado mayores competencias en el uso de las herramientas digitales. Prensky (2001) describe que los inmigrantes son quienes se han adaptado al uso de los medios digitales en su edad adulta y los nativos quienes han crecido de la mano de la tecnología con habilidades innatas en el uso del lenguaje digital. Aprender a utilizar las TIC para el inmigrante, puede ser similar al aprendizaje de un nuevo idioma.

También puede englobarse dentro de un término conocido como “ciudadanía digital”, que se refiere a todos aquellos usuarios que a través de Internet y sus redes sociales participan en la vida pública, por ejemplo, dando su opinión sobre ciertos temas u ofreciendo su ayuda o servicios (Jiménez, Bravo e Ilardia, 2020).

El Instituto de la Economía Digital de ESIC Business & Marketing School llevó a cabo una investigación, en colaboración con Coolhunting Group, en el que se analizó la conducta online de las distintas generaciones. Identificaron 6 generaciones de la era digital. La finalidad del trabajo era conocer las características de cada generación para saber cómo conectar con cada una de ellas (ICEMD y Coolhunting Group, 2018). En las conclusiones del estudio recogen que, en la actualidad, las diferencias por edad se diluyen y las empresas empiezan a realizar una categorización por similitudes en cuanto a estilos de vida, hábitos y gustos, independientemente de la edad.

Presentamos una tabla, de elaboración propia, que compila las características de las 6 generaciones de la era digital recogida en el estudio del ICEMD y Coolhunting Group (2018)

Tabla 1. Generaciones digitales, principales características y actitudes

NOMBRE	CARACTERÍSTICAS	CÓMO SE COMUNICAN	CÓMO CONSUMEN	CÓMO COMPRAN
<p>LA GENERACIÓN SILENCIOSA nacidos entre 1925 y 1944</p>	<p>Quieren estar en contacto con sus seres queridos.</p> <p>El aislamiento y la soledad son dos de sus grandes problemas.</p> <p>Los deterioros de salud influyen en sus estilos de vida.</p>	<p>Los dispositivos que permiten la interacción por voz son muy útiles para ellos.</p> <p>Se comunican con sus hijos, nietos o cuidadores. Éstos, son quienes les están introduciendo a las funcionalidades básicas de la tecnología.</p>	<p>Consumen contenidos a través de la televisión.</p>	<p>No están habituados al comercio electrónico.</p> <p>Son vulnerables a engaños y estafas a través de Internet.</p> <p>Prefieren la compra en establecimientos, y los hijos tienen gran poder de influencia en sus decisiones de compra.</p>
<p>BABY BOOMERS nacidos entre 1945 y 1965</p>	<p>Dominan el mercado con 2,3 billones de dólares en poder adquisitivo.</p> <p>Cargan con los estereotipos ‘seniors’, “ajenos a lo digital”. Este estereotipo no es real.</p> <p>Su salud es una prioridad, quieren permanecer en activo, sentirse jóvenes e integrados.</p>	<p>El uso de Internet entre ellos está creciendo: Usan estas herramientas para cerrar la brecha entre ellos y sus seres queridos que viven lejos y como una forma de reconectarse con amigos de la juventud y la infancia.</p>	<p>Son más propensos a interactuar con encuestas o cuestionarios que otras generaciones.</p> <p>Tienen un 19% más de probabilidades de compartir contenido en comparación con cualquier otra generación, y están más predispuestos a compartir contenido de tipo político en redes sociales.</p>	<p>Gastan más por cada transacción.</p> <p>Valoran la conveniencia, la variedad y la accesibilidad que ofrecen las compras online.</p>
<p>GENERACIÓN X nacidos entre 1960 y 1975</p>	<p>Desea entretenerse, socializar y viajar más que comprar.</p> <p>Quieren experiencias auténticas.</p> <p>Tener una vida social activa.</p> <p>La salud y hacer ejercicio físico es prioritario.</p>	<p>En el contexto laboral utilizan el teléfono y el email.</p> <p>En el contexto familiar utilizan Whatsapp o Messenger</p> <p>Para relacionarse con las marcas, son tradicionales recurren al teléfono y a los emails, porque</p>	<p>Recurren a la televisión por cable. El surgimiento de plataformas digitales que ofrecen contenido en infinidad de formatos satisface las necesidades de esta generación.</p>	<p>Además de la venta por internet, están abiertos a las innovaciones en el punto de venta, buscan facilidad, conveniencia y contenido relevante para sus estilos de vida.</p>

		prefieren la interacción con personas antes que con máquinas.		
MILLENNIALS nacidos entre 1980 y 2000	<p>Valoran las experiencias por encima de cualquier objeto material.</p> <p>Prefieren trabajar en lo que les motiva, aunque suponga mayor inestabilidad económica.</p> <p>Están comprometidos socialmente y esperan lo mismo de las marcas.</p> <p>Les gusta sentirse únicos, por lo que agradecen los productos y servicios personalizados.</p>	<p>Si no puedes decirlo en 140 caracteres o menos, no lo digas.</p> <p>Tienen en los memes su punto débil, llegando a compartir estas imágenes un 6% más que el usuario promedio.</p>	Están deseosos de innovaciones, les encanta descubrir nuevos productos. Son el target para los lanzamientos de innovaciones.	<p>Prefieren compartir antes que poseer. Apoyan la economía compartida y con ellas las <i>startups</i> (Uber, Airbnb...).</p> <p>Están siempre a la búsqueda de servicios personalizados y adaptados a sus estilos de vida.</p> <p>Buscan experiencias significativas en el consumo más allá de los bienes materiales.</p> <p>Son impulsores de la economía bajo demanda.</p>
GENERACIÓN Z nacidos entre 2001 y 2012	<p>Son la generación más diversa y multicultural. Piensan globalmente y no están restringidos por su ubicación.</p> <p>Es una generación abierta y respetuosa con la diversidad, son los grandes impulsores del debate en torno al género.</p> <p>Muy comprometidos y responsables socialmente</p> <p>Prefieren comunicarse mediante imágenes, emoticonos y memes.</p> <p>Son multitarea y multi pantalla.</p>	<p>Parten su tiempo en las redes sociales, compartiendo un tipo de contenido en cada canal social.</p> <p>Todo esto se realiza en toques rápidos (micro-interacciones) que pueden durar unos segundos.</p> <p>Es frecuente, que revisen sus redes sociales con una frecuencia de 100 veces por día.</p>	<p>Usan diferentes plataformas para diferentes actividades.</p> <p>El formato preferido es el vídeo en <i>streaming</i>, el 79% de los adolescentes tiene una cuenta de YouTube y pasan el mismo tiempo delante de la televisión que viendo Netflix.</p>	<p>Le gusta comprar en tiendas físicas y además tiene muy en cuenta las iniciativas y compromisos sociales de las marcas.</p> <p>Con una capacidad de atención promedio de ocho segundos, no tienen tiempo para experiencias online lentas.</p> <p>Tienen mayores expectativas para sus experiencias de compra online que cualquier generación anterior, con una exposición a una variedad casi infinita y un acceso a la información casi ilimitado hace que esta generación sea más exigente que cualquiera de sus predecesores.</p>
GENERACIÓN ALPHA	Crecerán en un entorno rodeado de juegos de IA, realidades virtuales y aumentadas. Estos contextos	La Generación Alpha, han estado expuestos a asistentes virtuales	Las pantallas se colocan frente a ellos desde su nacimiento.	Están influyendo en los comportamientos de compra de sus padres. Se convertirán en

<p>nacidos desde 2012 – Actualidad</p>	<p>moldearán sus percepciones e influenciarán sus hábitos y habilidades cognitivas.</p> <p>Serán una generación que verá aumentada sus capacidades cognitivas gracias a los avances tecnológicos.</p> <p>Se cree que el acceso inmediato a la información, hace que estos jóvenes puedan liberar espacio mental y dedicarlo a tareas de más alto nivel cognitivo.</p>	<p>(Siri, Alexa...) desde su nacimiento.</p>	<p>Saben interactuar con los dispositivos móviles y encontrar los vídeos que les gustan, mucho antes de que aprendan a hablar.</p> <p>Esto acarrea peligros debido a la cantidad de contenido que se publica que no son adecuados para su edad.</p>	<p>consumidores activos, pero con comportamientos distintos. La interacción de los niños con los asistentes virtuales, plantea un futuro para la compra conversacional, ya que se convierte en una tecnología cada vez más natural para ellos.</p>
---	---	--	---	--

Fuente: Elaboración propia en base al estudio del ICEMD y Coolhunting Group (2018).

3.2. Influencia de las redes sociales en los adolescentes

Las redes sociales son utilizadas en la actualidad por un gran número de personas de distintas edades, pero, como hemos visto, los adolescentes han crecido con ellas por lo que las han integrado en su rutina como una herramienta fundamental e imprescindible, sin la cual muchos de ellos no se imaginan vivir. La mayoría de los jóvenes son incapaces de salir de casa sin su teléfono móvil encima e incluso dentro de su hogar son incapaces de despegarse de él (Ruiz-Corbella y Juanas-Oliva, 2013).

Un estudio realizado en 2018 por Michavila, Abad y García confirmaba que el 84% de los adolescentes utilizan el móvil para no aburrirse y que pasan más tiempo ante la pantalla cuando están solos en casa. Se pierden por tanto las formas tradicionales de entretenerse, tales como la lectura o los juegos de mesa, implantándose el móvil como herramienta fundamental para el entretenimiento.

El COVID'19 ha supuesto cambios de notable importancia en nuestras vidas, las TIC han estado muy presentes en todo este proceso, convirtiéndose en una herramienta indispensable para afrontar la pandemia (Vela-Meléndez, 2021). Hemos vivido pegados a la pantalla durante varios meses, puesto que esta era la única manera de mantenernos en contacto y parece que este efecto ha tenido consecuencias en los jóvenes. Un estudio realizado tras el confinamiento por la empresa GAD3, en colaboración con Orange ratificó que el tiempo de uso de los dispositivos se había disparado durante el confinamiento y que esta tendencia continuó al finalizar el confinamiento, aumentando en un 68% el uso del teléfono en dos de cada tres adolescentes.

Debido al aumento de la presencia de los adolescentes en las redes sociales, este aspecto se ha convertido en un objeto de estudio (Bauman, 2008; Ruiz-Corbella y Juanas-Oliva, 2013; Echeburúa, 2010) y también en la preocupación de los progenitores, a causa de la inclusión en la vida de sus hijos de este elemento sin precedentes. Hoy en día los adolescentes utilizan las

redes sociales para todo tipo de cosas, entablar relaciones de amistad o amorosas, potenciar su creatividad, informarse acerca de lo que ocurre, compartir sus gustos y aficiones, estar en contacto con sus amigos, generar debates de opinión, seguir las tendencias o incluso para vender artículos. En resumen, las redes sociales permiten enfrentarse a situaciones, vivir experiencias y conocer cosas diferentes.

Esto para ellos representa una realidad nada fuera de lo común, puesto que han nacido inmersos en ella, por lo que está presente en su día a día como un instrumento de uso diario más, como lo fue para sus padres la televisión, y para sus abuelos la radio (Sola-Morales, 2014).

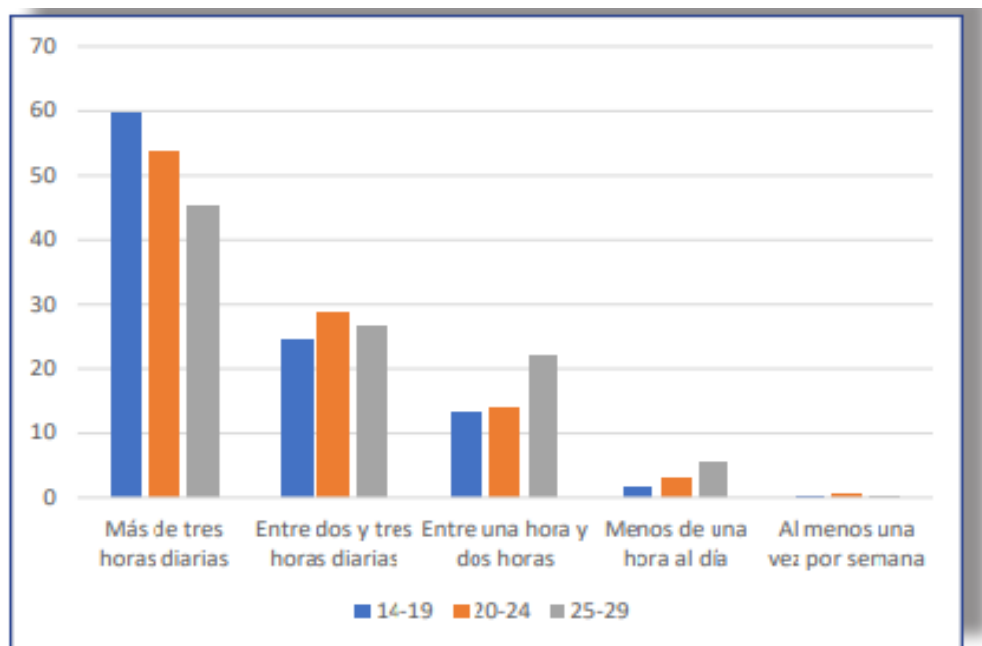
Para entender el alcance del tema hemos recabado algunos datos relevantes sobre el uso de las tecnologías y las redes sociales de los adolescentes que nos permiten mostrar datos cuantitativos y fiables.

Empezamos mencionando que la mayoría de los hogares cuenta con un acceso a Internet. Como apunta el Informe de Juventud de España en 2020, “el 91,4% de los hogares españoles tiene acceso a Internet, cinco puntos más que en 2018 (el 86,4%), si bien todavía queda casi un 8% de hogares sin acceso a la Red” (pág 164).

Como ya hemos mencionado anteriormente, los jóvenes se sienten seguros en el ciberespacio, ya que se llegan a considerar los “dueños”, puesto que son los que más pericia y habilidad tienen en este ámbito. Una encuesta del INE realizada en España en el año 2019 señala que el uso de Internet de los jóvenes está prácticamente generalizado, siendo un 99,2% en los hombres y un 99,0% en las mujeres.

Por otra parte, el Informe de juventud de 2020 de España señaló la cantidad de horas que pasan al día los adolescentes en las redes sociales: más de la mitad pasa diariamente tres horas en Internet y si los juntamos con aquellos que están conectados entre dos y tres horas al día el porcentaje asciende al 75%. Con esta cifra podemos corroborar que la conectividad en los hogares es altísima, siendo una anomalía aquellos que utilizan menos de una hora al día sus dispositivos y sus redes sociales. Si realizamos un análisis más fino por edades, este estudio determina que es el grupo de edad comprendido entre 14 y 19 años los que más frecuentan Internet, puesto que el 60% se conecta más de tres horas diarias, frente al 54% de los que tienen entre 20 y 24.

Gráfico 1. Porcentaje de consumo de Internet según el tramo de edad



Fuente: Encuesta INJUVE 2019

Pero esto no solo ocurre en los adolescentes españoles, Statista publicó en 2021 que a nivel global la media diaria de minutos en Internet estaba en 6 horas y 54 minutos, teniendo España una de las medias más bajas del ranking, 1h y 54 minutos.

Si nos centramos en las redes sociales, estas también tienen un gran alcance de uso en la población. Statista (2021) apunta que la cifra mundial de los usuarios en las redes sociales es de 3,27 millones de personas en 2020, lo que supone una gran cantidad de población que convive en el mismo espacio y puede interactuar de forma simultánea. Los “nativos digitales” o “Generación Z” la mayoría está presente en las redes sociales, siendo, en casi todos los casos, usuarios de varias a la vez. El “Informe de Juventud de 2020” puntualiza que son las mujeres las que lo utilizan en mayor medida, a pesar de que existen más perfiles masculinos en las redes, esto es probablemente porque los chicos también utilizan mucha parte de su tiempo jugando a los videojuegos, mientras que las chicas suelen consumir más las redes sociales debido a su interés en la moda y en los estilos de vida de sus referentes.

Como ya hemos comentado, los adolescentes suelen ser usuarios de varias redes sociales al unísono. Pero según datos de EpData de 2021 su red favorita es Instagram.

Bien conocido por todos es el debate que existe en la actualidad acerca de los prejuicios que encierran el uso de las redes sociales en los adolescentes, apareciendo factores como el ciberbullying o el ciberacoso, además se plantea una nueva cuestión acerca de si el espacio virtual puede modificar los procesos mediante los cuales una persona crea su propia identidad.

A lo largo de los años, y gracias a numerosos estudios, se ha podido comprobar cómo las redes sociales tienen una importancia fundamental en el proceso de socialización: “Están en la base de fenómenos como la adquisición de valores, opiniones y creencias, pero también en el desarrollo de relaciones e interacciones como la identificación con los personajes de ficción y no-ficción o con personas y grupos en la vida cotidiana” (Sola-Morales, 2016, págs 49-63). Los adolescentes se muestran muy preocupados por la integración grupal, por esta razón, las redes sociales ocupan tanta importancia en su vida.

Además, como trataremos más adelante, es una herramienta fundamental para el proceso de identificación y crecimiento personal, pues les permite tener el mundo al alcance de su mano, pudiéndose mostrar cómo quieren o interactuar con quien quieran, conocidos y desconocidos, conectando con personas que tienen sus mismos interés y gustos y sin tener las limitaciones del espacio físico (Bernete, 2009).

3.3. Conformación de la identidad a través de las redes sociales

La presencia en las redes sociales altera el proceso de identificación, Sherry Turkle ya lo advirtió en 1997: “la adopción y la creación de personajes electrónicos está contribuyendo a una reconsideración general de las nociones tradicionales de identidad” (pág 327). Con la llegada de las nuevas tecnologías el concepto de identidad se transforma y pierde su sentido clásico.

Ruiz-Corbella y Juanas-Oliva en un estudio realizado en 2013, también defienden esta tesis, “está determinando el modo de configurar la identidad de los adolescentes, al hacer posible múltiples identidades digitales en diferentes planos de actuación, en los que, incluso, está presente el anonimato como vía de interrelación” (pág 11).

En las redes sociales en las que más importancia cobra el proceso de identificación son aquellas en las que los usuarios pueden interactuar y compartir sentimientos y opiniones, tales como Facebook, Instagram o Twitter (Sola-Morales, 2016). Estas redes sociales se constituyen como un escaparate de uno mismo. Así lo exponen Martha Martínez Venegas y Elizabeth Sánchez Martínez (2016):

“La información que se publica en las redes sociales es la expresión de las creencias y gustos de las personas, por lo tanto, son una fuente de recursos utilizados para cubrir necesidades psicológicas y sociales, también generan un contexto favorable para que se puedan ejercer roles simultáneos, por lo que se permite construir una identidad más flexible y ajustada a la sociedad, principalmente en adolescentes” (pág 2).

Es ineludible mencionar en este trabajo a Albert Bandura, investigador que estudió cómo se adquiere y se modifica la conducta, presentando la Teoría del Aprendizaje Social. Esta teoría está relacionada con los medios de comunicación, puesto que afirma que los medios influyen en el proceso de identificación y en las pautas de conducta social. En su propuesta expone que

los individuos adquieren y modifican patrones de conducta, patrones cognitivos y actitudes mediante la observación de los demás. Esto apoya la idea de que las redes sociales influyen en el proceso de identificación pues son elementos muy presentes en la vida de los adolescentes, de los cuales obtienen mucha información (Bandura, 1982). Por este motivo y como explicaremos más adelante, existen modelos reforzadores en las redes sociales que influyen en la identidad de los adolescentes.

Los investigadores Guzmán y León analizaron en 2014 la construcción de la identidad de los y las jóvenes en las redes sociales y los resultados demostraron que las personas desarrollan una “ciberidentidad” a partir de la cotidianidad virtual. Por “ciberidentidad” entendemos toda esa realidad y personalidad que el usuario construye en el mundo virtual y que crea una “huella digital”, es decir toda la información e interacciones llevadas a cabo por una persona en el mundo digital. A continuación, explicaremos algunas características relevantes de este proceso.

3.3.1. Creación del avatar

Los adolescentes pueden decidir la manera en la que se muestran en las redes sociales, puesto que al introducirse en cualquiera de ellas se tendrán que crear un avatar que les permitirá enseñar partes de sí mismos reales o inventadas, pero diferentes a las que pueden mostrar en la vida real. Todo esto proviene de modelos ya conocidos, que los adolescentes han observado previamente y desea introducirlos en su forma de mostrarse a los demás, y las redes sociales les proporcionan el canal necesario para esta transformación (Gandy, 2000)

Para entender la creación de la identidad a través de las redes sociales tenemos que explicar primero qué es un avatar y cuál es su importancia. Quintana y Molina (2019) lo definían así: “son las representaciones digitales de los usuarios de Internet en las diferentes plataformas virtuales” (pág. 5). Podríamos decir que es la personalidad de los usuarios en las redes, es su personaje, mediante el cuál interactúan y se muestran en el mundo virtual, este personaje puede corresponderse o no con la realidad.

Este término tiene su origen en los videojuegos y fue ideado por el autor Richard Garriot en “UltimaIV: Quest of the Avatar” en 1985, en la que se presentaba al avatar como una representación del jugador. Más tarde este término llegó a las redes sociales y a los blogs.

El avatar en las redes está formado por una foto de tamaño pequeño, que en la mayoría de los casos son fotos de las personas a las que les pertenece el perfil, pero esto no es necesario y no siempre ocurre así. La foto va acompañada de un nombre de perfil y de un mensaje, aunque esto depende de las redes sociales.

El avatar es la primera información que recibe un usuario cuando se encuentra un perfil en las redes sociales y sirven para aumentar la confianza y el reconocimiento.

El proceso de identificación a través de las redes sociales se lleva a cabo desde que los usuarios ingresan dentro de ellas, puesto que mediante la creación de su perfil deben proporcionar información y presentarse a su comunidad. A través de las fotografías pueden exhibirse físicamente y pueden manipularlas para que los demás vean lo que el usuario les desea mostrar. Así mismo, también exponen sus gustos, sus aficiones y rasgos de su personalidad que los acercan a usuarios afines a ellos. Cuando un usuario ya ha creado una red de contactos afines a él, espera que estos le valoren de forma positiva siendo esta opinión, en ocasiones, más importante que las de su entorno familiar o su comunidad de origen.

Esto quiere decir que cuando un usuario se adentra en cualquier red social crea a su gusto su propia fachada virtual. Esta fachada define sus gustos, intereses, aficiones y otros rasgos personales y está compuesta por las fotografías, información, datos personales o sociodemográficos que publican en sus perfiles (Cáceres-Zapatero, Ruiz-San Román y Brändle-Señán, 2009). “Los perfiles son como personalidades digitales. Son la representación digital pública de la identidad” (Pisani y Piotet, 2008, pág 33).

3.3.2. La interacción con los demás

Debido a las características de las redes sociales, explicadas anteriormente, el individuo y la información que publica en las redes sociales se encuentran en constante cambio debido a la interacción con los demás usuarios, con los que comparten experiencias y comentarios que retroalimentan la creación de la identidad grupal e individual (Renau, Oberts y Carbonell, 2013).

En el estudio “Jóvenes en el mundo virtual: usos prácticas y riesgos” los investigadores aseguran que la mayoría de los jóvenes cuenta con su propio perfil en una red social y que importa más la cantidad de los contactos que la habilidad. La mayoría suele tener más de 250 contactos y solo una cuarta parte del total afirma tener lazos estrechos con ellos. (Megías-Queirós y Rodríguez-San Julián, 2018). En ocasiones los adolescentes compiten por tener más usuarios en las redes sociales y con muchos de ellos apenas han tenido contacto en el mundo físico.

Los otros usuarios conforman un papel fundamental en este proceso puesto que como declaran Donath y Boyd (2004) pasan a ser un mecanismo de validación del propio perfil, influyen y dan valor a la identidad de cada uno de los usuarios de las redes sociales. Los usuarios se encuentran en una constante búsqueda de aceptación y esto justifica muchos de sus comportamientos dentro del mundo virtual.

Son numerosos los trabajos que exponen que las redes sociales son un espacio eficaz para hacer tangible el yo “co-construido” –construido con los *otros*- (Castaño 2012; Silva, Suárez y Sierra, 2018) ya que, en ellas, la identidad individual y la colectiva se potencian y, en esta interrelación entre lo individual y lo colectivo, la identidad de los sujetos se vuelve dependiente de la inclusión del colectivo (Portillo-Fernández, 2016).

Gértrudix, Borges, y García (2017) apuntan que la “hiperexposición” a los *otros* en las redes se explica, en parte, por el Efecto *Hawthorne*. Se trata de una forma de reacción psicológica por la que los sujetos modifican algún aspecto de su conducta como consecuencia del hecho de saber que están siendo observados por los *otros*. Así, la mejora del desempeño (en este caso, el de compartir mejores fotos, vídeos más elaborados, o ser más activo) se nutre de la hiperestimulación de obtener “*feedback* reforzantes” (*likes*) de cada acción que realizamos en la red.

3.3.3. El anonimato

Algunos autores, como Enrique Echeburúa (2010), han investigado sobre el anonimato en las redes sociales, defendiendo que es una cuestión muy atractiva para los usuarios, puesto que no tienen la necesidad de mostrarse tal y cómo son, de esta manera pueden esconder u ocultar aquellas características que no quieren que los demás conozcan.

Turkle en 2011 ya nos avisaba de que la presión de los iguales produce un fuerte efecto en los usuarios, sobre todo en los adolescentes, provocando en ocasiones un efecto de autocensura. Algunas investigaciones realizadas utilizando los datos de Facebook, han descubierto que la gran mayoría de los usuarios autocensuran sus mensajes (Das y Kramer, 2013), y que se produce un uso generalizado de la eliminación –borrar o desetiquetar, por ejemplo– (Lang y Barton, 2015). Además, en otra investigación de Turkle llevada a cabo en 1997, declara que el ciberespacio permite al usuario crear uno o múltiples personajes que expresan aspectos múltiples e inexplorados del yo, en este contexto tienen la posibilidad de elegir libremente quién quieren ser.

En resumen, todas estas estrategias comentadas con anterioridad tienen como único objetivo evitar una imagen no deseada que pueda causar el rechazo y el aislamiento con los demás. Lo que más condiciona a los adolescentes en la construcción de su identidad y en sus relaciones, es la necesidad de pertenecer y ser aceptados, necesidad que se vive con presión, ya que dan mucho valor a la audiencia y al consenso.

El usuario trata de construir una apariencia seductora y atractiva, tanto física como mental, esto engloba a sus habilidades para socializar, su intelecto o sus talentos (Carrillo-Sierra, Cantor-Silva y Pérez-Suarez, 2018)

Por otro lado, es evidente que jugar con diferentes personalidades o identidades o, incluso, esconderse tras el anonimato conlleva unos riesgos que los adolescentes a lo mejor no son conscientes cuando se insertan en el mundo virtual:

“El anonimato visual permite jugar deliberadamente con un yo polisémico, actuar como distintos personajes y graduar el nivel de compromiso que el sujeto asume en el encuentro con el otro. Por otra parte, dicha confiscación de la experiencia entraña el riesgo de construir universos virtuales desvinculados de toda referencia real y desdeñar el aprendizaje y la socialización que proporcionan la relación directa en el espacio real” (Cáceres-Zapatero, Ruiz- San Román y Brändle-Señán 2009, pág 219).

Como afirman estos autores, el anonimato encierra ciertos riesgos muy peligrosos, como la desconexión con el mundo real o introducirse en una realidad inventada y de mentira que puede traer problemas para la salud mental y para entablar relaciones sanas.

3.3.4. Referentes

Existen numerosos estímulos que influyen en la forma de ser y de estar en el mundo de las personas. La cultura y los medios de comunicación son quizás los más conocidos e indiscutibles (Castaño, 2015). Dentro de estas realidades se encuentran diferentes figuras que se acaban configurando como modelos o referentes.

Es cierto que los modelos identificadores no son los mismos durante toda la vida (Moschis y Churchill, 1978). En las primeras etapas, los niños tienden a imitar las conductas de sus padres, puesto que son su mayor referente además de la mayor autoridad. Cuando pasan los años aparecen gran cantidad de modelos que cobran importancia, estos pueden ser del círculo de amigos o las propias redes sociales, ya que estas funcionan como instituciones para relacionarse e inciden directamente en la conducta, en la adopción de comportamientos, habilidades o disposiciones, en la adquisición de roles y en los procesos de identificación (Ortiz y Harwood, 2007).

Como hemos mencionado, los padres son un modelo de identificación fuera de la vida virtual, pero en el mundo virtual también hay referentes que cobran mucha importancia, sobre todo, para nuestro objeto de estudio (los adolescentes), estos se sienten identificados con estos personajes y aspiran a ser como ellos, actualmente existe el concepto de *influencers* que son personas en las redes sociales con cierto grado de influencia sobre sus seguidores.

La Generación Z está marcada por estas personalidades de Internet. Estas se caracterizan por generar contenido en distintas redes sociales y ser seguidas por una gran audiencia, con la cual interactúan. Son potentes referentes para los adolescentes, muchos de ellos imitan sus conductas, su modo de vida o sus aficiones.

“Ahora bien, lo importante en relación con el refuerzo vicario por el cual se modifica la conducta de un observador en virtud del refuerzo administrado al modelo es el lugar del modelo en la “jerarquía”. Así, estos procedimientos son más eficaces cuando la persona (modelo) o el agente que los promueve tiene mayor prestigio (en forma de poder, sea ideológico o adquisitivo)” (Sola-Morales, 2012, págs 157-165).

Lo que aquí se expone es que hay ciertas personalidades que tienen más poder a la hora de influir sobre las personas que otras y los *influencers* serían unos de ellos para los adolescentes. En este sentido, Sola-Morales (2016) manifiesta: “No se puede olvidar que toda reinterpretación del mundo y del yo se basa en un acervo de experiencias, propias o ajenas, que funcionan como esquemas de referencia” (págs 49-63).

A este respecto, hay que prestar especial atención, pues como apunta el sociólogo Bauman (2008) los modelos y el entorno de una persona son fundamentales para su conducta. Los modelos sirven como guía para reforzar sus actitudes, sus pensamientos y su amor propio. Si un adolescente está rodeado de buenos modelos su conducta será favorable, si sucede al contrario puede que esto desemboque en una actitud conflictiva.

3.3.5. ¿Existe distancia entre el “mundo real” y el “mundo virtual”?

Como hemos explicado al principio, las diferencias entre el mundo real y el mundo virtual son muy grandes, por esto, para algunos autores las fronteras entre el “yo real” y el “yo virtual” se vuelven insalvables, aunque ambas experiencias son reales (Calvillo-Ríos y Jasso-Velázquez, 2018).

Algunos autores defienden la idea de que estas realidades son mundos paralelos con características muy diferenciadas. Por ejemplo, Whitaker, en 1999, expuso que las características del mundo virtual, como pueden ser la conectividad o la anonimidad, ofrecían nuevas posibilidades para experimentar con la identidad.

Por otro lado, los investigadores Aguilar y Said en un discurso de 2010 expusieron que el “yo” de las redes sociales es un reflejo idealizado del “yo” real. De esta forma en muchas ocasiones los adolescentes entablan relaciones que no serían posibles en la vida real, puesto que no actuarían de la misma forma, primando en muchas ocasiones la superficialidad y la belleza. Pero esta reinterpretación del yo y la adopción de comportamientos o rasgos que no casan con el “yo real” también suponen una forma de crear su propia identidad, significa una forma de construir su personalidad y una vía de crecimiento personal porque conlleva a conocerse a uno mismo.

Existe otra corriente defendida en el “Onlife Manifiesto”, promovido por la Comisión Europea en 2013. En este documento se recogen las posturas de diferentes expertos de disciplinas diversas, como Antropología, Ciencias cognitivas, Informática, Ingeniería o Derecho. Aquí se expone que, aunque las TIC han trastocado nuestra vida, no suponen una nueva realidad, paralela a la “vida real”. Es decir, defienden que hay que acabar con las dicotomías (real/virtual, privado/público, yo libre/yo social) y que tenemos que vivir con las dualidades (Floridi, 2015).

Además, trazan la necesidad de entender la dualidad del ser humano como un yo libre y a la vez como un yo social. Nuestro yo deriva de la libertad y también de las relaciones que establecemos con los demás yoes y con la naturaleza y por supuesto con los artefactos tecnológicos. Por lo tanto, es necesario establecer una concepción política del yo como intrínsecamente libre y relacional (Floridi, 2015). En el manifiesto se afirma que vamos avanzando hacia una sociedad digitalmente competente a través de las experiencias que vamos teniendo con las TIC.

En conclusión, el manifiesto afirma que el propio desarrollo paulatino de las TIC ha ido contribuyendo a terminar con la separación que se establece entre el espacio natural (la naturaleza) y el espacio de los artefactos tecnológicos. Por tanto, no existe una fractura entre el espacio real y el espacio virtual, ya que hoy no hay prácticamente diferencias entre las experiencias que se producen en ambos espacios. Y el manifiesto anima a seguir desarrollando conceptos que nos permitan comprender y moldear los pensamientos y las acciones tanto públicas como privadas en la era de la hiperconectividad (Floridi, 2015). Siguiendo esta postura el “yo virtual” y el “yo real” no son dispares, pues ambos se ven afectados por las mismas dinámicas y experiencias. De hecho, si algo no va bien en el mundo real se puede ver reflejado en el mundo virtual, por lo que se podría decir que están interconectados. Incluso se dan muchas situaciones en las que el individuo expresa algo que le preocupa o le disgusta del mundo real a través de sus redes sociales, pues se siente más libre para expresarse y encuentra en esta herramienta una vía de escape.

3.3.6. Consecuencias positivas del uso de las redes sociales en los adolescentes

Como hemos podido comprobar a lo largo de esta exploración de la literatura científica, el atractivo que las redes sociales suscitan en los adolescentes es muy alto. Muchos expertos interpretan que esto puede deberse al significado emocional que las relaciones sociales tienen en este período evolutivo.

El acceso y la multifuncionalidad que ofrecen las redes sociales son elementos atractivos que encuentran los adolescentes para conectarse; es decir, los adolescentes pueden tener libre acceso a todo tipo de contenido mediante el uso de las redes sociales y, paralelamente, pueden realizar tareas, ya que pueden abrir más de dos pestañas mediante las páginas web o pueden escuchar música y hacer la tarea al mismo tiempo. Ello genera en el adolescente sensaciones de placer, cambios conductuales y emocionales, evidenciándose una adicción psicológica (Echeburúa y Requesens, 2012).

Por esta misma razón, Internet, puede llegar a ayudar a descubrir la orientación sexual, parte esencial de las identificaciones. La red es aquí propuesta como un lugar donde poder expresar los verdaderos sentimientos que algunos sujetos no son capaces de exponer en la vida real y como una vía de escape para evadirse así de circunstancias desfavorables (Sola-Morales, 2012, pág 157-165).

Hay estudios que demuestran cómo el uso de las redes sociales tiene efectos positivos en los adolescentes, por ejemplo, Arab y Díaz demostraron en el año 2015 que “el uso de Internet estimula un mayor número de regiones cerebrales, aumenta la memoria de trabajo, produce una mayor capacidad de aprendizaje perceptual y permite hacer frente a varios estímulos de manera simultánea” (pág 5).

Los nativos digitales desarrollan habilidades que generaciones anteriores no tenían, como tomar decisiones más rápido o estar pendiente de dos cosas. Además, cuando se abstraen en el

mundo digital pueden olvidarse de sus problemas o preocupaciones, e incluso desarrollan mucha capacidad creativa.

Por último, tenemos que comentar que en ciertas ocasiones las redes sociales se utilizan para educar a los adolescentes en materia sexual o en prevención de drogas y otros hábitos (Arab y Diaz, 2015).

3.3.7. Consecuencias negativas del abuso o la adicción de los jóvenes a las redes

Algunos autores (Echeburúa, 2010) también han estudiado las consecuencias negativas que puede conllevar la conformación de la identidad a través de las redes sociales e indican que pueden darse ocasiones en las que los sujetos no tengan capacidad para reaccionar en la realidad, pudiéndose producir aislamiento social o en situaciones extremas trastornos como depresión o ansiedad.

Además, este crecimiento digital supone una nueva forma de exclusión para los que no se encuentran al alcance del individuo o de la misma manera para aquellos que no saben desenvolverse en el mundo digital, puesto que se encuentran constantemente expuestos a este mundo tan exigente (Pérez, Simón, Clavería, García-Albacete, López y Torre, 2020).

Para Manuel Castells (2009) tener acceso a Internet posibilita el desarrollo de nuevas formas de relación social construidas en torno a las redes de información. Por lo tanto, las personas que no tienen posibilidad de acceder van a ver limitadas sus relaciones sociales a través de las redes sociales. Para referirse a esta imposibilidad de acceso –sea por motivos económicos, geográficos o simbólicos– el autor se refiere al concepto de “brecha digital”. La brecha digital puede tener consecuencias negativas en el desarrollo de algunos adolescentes.

Castell (2009) advierte que el acceso a la información y comunicación a través de Internet cumple la función de integrar a una comunidad, con lo que se convierte en un elemento constitutivo de la sociedad y resulta indispensable para el proceso formativo, informativo y comunicativo que permite el desarrollo individual y colectivo. El sociólogo y estudioso de la comunicación, ve en Internet un instrumento de comunicación bidireccional que integra modelos comunicativos interactivos, proporciona canales de información y formación y garantiza el ingreso a una fuente inagotable de conocimientos, a una diversidad de contenidos y servicios que han cambiado las formas de aprender, de comerciar y de comunicarse, con un impacto radical (Castells, 2009).

Por otro lado, Echeburúa y Corral (2010) alertan que algunos jóvenes llegan a estar obsesionados con Internet, se muestran incapaces de controlar su uso y pueden poner en peligro su trabajo y sus relaciones. Lo característico de la adicción a Internet es que ocupa una parte central de la vida del adolescente, que utiliza la pantalla del ordenador para escapar de la vida real y mejorar su estado de ánimo. Afirman que el abuso de Internet está relacionado con variables psicosociales, tales como la vulnerabilidad psicológica, los factores estresantes y el apoyo familiar y social. Ellos mismos son conscientes de este factor, así en el Estudio “Jóvenes

en el mundo virtual: usos prácticas y riesgos” se manifiesta que la mayoría de los jóvenes (70,3%) reconoce abusar del tiempo de uso de Internet y un 51,5% dice lo mismo de las redes sociales (Megías-Queirós y Rodríguez-San Julián, 2018).

Como explican Echeburúa y Corral (2010) hay ciertas características de personalidad o estados emocionales que aumentan la vulnerabilidad, como pueden ser la impulsividad, la disforia (estado anormal del ánimo que se vivencia subjetivamente como desagradable y que se caracteriza por oscilaciones frecuentes del humor) o la búsqueda exagerada de emociones fuertes. En determinadas ocasiones la adicción subyace un problema de personalidad (timidez excesiva, baja autoestima o rechazo de la imagen corporal, por ejemplo), un estilo de afrontamiento inadecuado ante las dificultades cotidianas o problemas psiquiátricos previos (depresión, TDAH, fobia social u hostilidad).

La dependencia a las redes sociales está instalada cuando hay un uso excesivo asociado a una pérdida de control, aparecen síntomas de abstinencia (ansiedad, depresión, irritabilidad) ante la imposibilidad temporal de acceder a la Red, se establece la tolerancia (es decir, la necesidad creciente de aumentar el tiempo de conexión a Internet para sentirse satisfecho) y se producen repercusiones negativas en la vida cotidiana. En estos casos engancharse a una pantalla supone una focalización atencional, reduce la actividad física, impide diversificar el tiempo y anula las posibilidades de interesarse por otros temas. El sujeto muestra un ansia por las redes sociales (Echeburúa y Corral, 2010).

Las prevenciones a este tipo de riesgos tienen que darse sobre todo en el seno de la familia y en los centros educativos desde edades muy tempranas, para controlar el tiempo y el tipo de uso que se le da a Internet. En caso de tratarse de un problema serio se debería acudir a especialistas para evitar daños mayores o recaídas.

4. Metodología

Para llevar a cabo la parte experimental de esta investigación contábamos con la posibilidad de desarrollar y aplicar diversas herramientas cualitativas y cuantitativas, tales como las entrevistas individuales o grupales, análisis de perfiles, encuestas... Ahora bien, estimamos que debido a la naturaleza del estudio lo más adecuado sería utilizar un método cualitativo que nos aportase conocimientos, actitudes, percepciones y opiniones que nos permitieran obtener unos resultados acordes con nuestros objetivos. Dentro de este ámbito, en una primera instancia pensamos en realizar entrevistas, pero este método ponía también el foco en el entrevistador y quizás las respuestas se verían muy limitadas debido al objeto de estudio (los adolescentes y las redes sociales). De esta manera nos decidimos por las entrevistas grupales, más conocidas como grupos de discusión o grupos focales.

Krueger (1991) define esta técnica como “una conversación cuidadosamente diseñada para obtener las percepciones sobre una particular área de interés, que transcurre en un ambiente permisivo, semiestructurado, y a través de una discusión en la que se influyen” (pág 24). Los

grupos de discusión y los grupos focales se distinguen en la teoría, aunque en la práctica se utilizan indistintamente, la principal diferencia entre ambos es que el grupo focal da más importancia al moderador, mientras que el grupo de discusión se la otorga a los participantes.

En pocas líneas describiremos esta técnica, la cual consiste en unir a un grupo determinado de personas, que han sido previamente seleccionadas acorde con los objetivos del estudio, y realizarles una serie de preguntas guiadas por un/a moderador/a, dándoles la oportunidad para que discutan y argumenten sus ideas entre el grupo (Krueger, 1991, pág 24).

Este método coincidía con nuestras expectativas, puesto que queríamos conocer qué pensaban los adolescentes sobre las redes sociales, cuánto peso tenían en su vida y cómo les influyen en su manera de ser o de comportarse. De esta forma pensamos que la mejor manera para que se expresara un grupo de esas características y poder tener resultados óptimos sería entre sus iguales. Es cierto, que esta técnica puede tener desventajas, por ejemplo, los participantes se pueden ver influenciados por los demás, pero aún así se puede comprobar cómo se suceden los cambios y cuáles son los factores que influyen.

El primer paso, fue seleccionar las preguntas, esto es una de las partes fundamentales de todo el proceso de creación de un grupo focal. El listado de preguntas tiene que incidir en el objetivo de la investigación, por lo que el primer paso fue revisar los objetivos y elaborar las preguntas a partir de ahí. Es importante hacer preguntas de calidad porque esto incide en la efectividad de las respuestas. Las preguntas debían de ser espontáneas, que no parezcan planificadas para favorecer al diálogo, aunque estén claramente seleccionadas y pensadas con anterioridad. El guión no debe incluir muchas preguntas porque esto hará que se alargue demasiado la conversación y de esta forma los participantes pueden cansarse.

Por tanto, seleccionamos siete cuestiones o grandes temas de los que conversar, cada uno con su respectiva ampliación y posibles preguntas complementarias. Es decir, cada una de las cuestiones principales se componía de un eje central, un tema en el que se quiere indagar y a partir de un interrogante inicial se va profundizando en él con las demás cuestiones, que pueden variar según las respuestas de los participantes.

A continuación, mostramos el guión inicial de las preguntas:

- Definíos para alguien que no os conozca, ¿cómo pensáis que sois?
 - ¿Cómo os mostráis en las redes sociales?

- ¿Soléis exponer vuestra opinión sobre temas de actualidad o políticos en las redes sociales?
 - Si responden que SÍ ¿Cómo te sientes al hacerlo? ¿actúas de igual manera en la vida real?
 - Si responden que NO ¿Alguna vez lo habéis hecho? ¿Cómo os sentisteis? o ¿Por qué no lo hacéis?
 - ★ Ampliación: ¿Conocéis a gente que lo haga?

- A la hora de relacionarnos ¿Qué diferencias pensáis y sentís que hay al hacerlo en las redes sociales y en la vida real?
 - ★ Ampliación: ¿Cómo os mostráis cuando habláis con alguien por primera vez en las redes sociales? ¿Y en persona? ¿Dónde os sentís más seguros?
- ¿Alguna vez os ha pasado que habéis conocido a alguien en persona que pensáis que era muy diferente por cómo se mostraba en las redes sociales?
 - ★ Ampliación: ¿Pensáis que esto también puede ocurrir con vosotros?
- ¿Utilizáis las redes sociales para inspirarnos?
 - ★ Ampliación: ¿En qué o en quienes os inspiráis? ¿? ¿Hay alguien que no pertenezca a las redes sociales que también os inspire?
 - ★ Supuesto: Si os dicen algo que ha pasado alguien a quien conocéis, pero veis que en las redes alguien a quien seguís dice lo contrario ¿De quien os fiáis?
- ¿Recordáis alguna vez haber mentido/ fingido/ ocultado algo en las redes sociales?
 - Si dicen que SÍ: ¿Con qué frecuencia lo hacéis? ¿Creéis que esto es una ventaja de las redes sociales?
 - Si dicen que NO: ¿Conocéis a gente que lo haga? ¿Qué pensáis de esto?

Para el final:

- ¿De qué forma pensáis que vuestras redes sociales influyen en vuestra manera de ser? ¿Cómo creéis que seríais si no tuvierais redes sociales?
- ¿Qué os pasaría si ahora todas las redes sociales desaparecieran? ¿Cómo os sentiríais?

Se puede comprobar que la primera pregunta sirve para estimular la participación de los informantes, darles su espacio para que se expresen y pierdan la timidez de los primeros momentos. Después de que cada uno de ellos haya hablado resultará más fácil que vuelva a hacerlo. La definición sobre ellos/as nos proporciona una información fundamental para nuestro estudio, puesto que nos da las claves sobre su identidad personal. Qué mejor pregunta para saber cómo alguien se identifica que preguntarle “¿Quién eres?” o “¿Cómo te definirías de cara a los demás?”. Esta primera pregunta permite, entender cómo actúan y responden a las posteriores preguntas, además, nos da la posibilidad de conocer mejor al informante y saber sus fortalezas y debilidades, según su propio criterio.

A partir de ahí, empezamos con el grupo de discusión como tal, centrándonos en aquellos puntos que más nos interesan y sobre los que se basa nuestra investigación como: la socialización, el anonimato, la expresión de opiniones, los referentes o las apariencias. Por último, cuando los participantes ya se han desinhibido introducimos las dos últimas preguntas que nos aportarán los últimos argumentos imprescindibles para nuestra investigación.

Es importante también no hacer las preguntas de forma literal, tenemos que introducirlas de manera sutil, poniendo a los participantes en contexto para que no se vean tan condicionados a responder, sino que sea más una conversación entre iguales. Para todo esto se necesita una previa preparación del moderador, que es la persona que guía a los informantes y dirige el grupo focal. El moderador tiene que sentirse cómodo con el grupo y tener habilidad para interactuar, además debe estar alerta durante toda la reunión para que los componentes no se desvíen y ejercer un control no intrusivo sobre ellos.

Una vez hemos seleccionado las preguntas pasamos a escoger a los participantes, la “piedra angular” de la investigación. Debemos definir con exactitud la población a la que queremos estudiar, acorde nuevamente con los objetivos. En nuestro caso, los integrantes venían exigidos en la propia investigación, debían de ser adolescentes y usuarios de redes sociales. Además, es conveniente que los informantes pertenezcan a un grupo homogéneo, sin grandes diferencias entre ellos. En este sentido se pueden delimitar variables como, por ejemplo, la edad, la clase social, la cultura o el nivel educativo. La clave en el caso de este grupo de discusión era que el grupo fuese aparentemente homogéneo, pero que también conservase una heterogeneidad que permita una disparidad de opiniones.

En cuanto al número, valoramos que era preferible un grupo reducido o mini-grupo, donde los adolescentes pudieran participar libremente y se sintieran escuchados, por lo tanto, pusimos como límite un máximo de 6 personas, que terminó siendo 5 por la ausencia de uno de los participantes. En lo referente al género, estimamos que para mantener la idea de analizar un grupo de iguales sería interesante seleccionar a participantes de un mismo género, en este caso al género femenino.

Seguidamente decidimos escoger a un grupo de amigas, puesto que facilitaría nuestra investigación. De este modo, las informantes podrían sentirse cómodas a la hora de responder y habría más cabida para el debate. Por lo tanto, seleccionamos a un grupo de 6 amigas procedentes de la provincia de Cáceres, de un rango de edad entre 16 y 18 años, todas ellas usuarias activas en las redes sociales.

Es importante mencionar que con anterioridad a la elaboración de la entrevista acordamos mantener su anonimato, por lo tanto, los nombres que aparecen en esta investigación son ficticios. A continuación, vamos a dar algunos datos de interés reales sobre cada una de las participantes.

Tabla 2. Características de los participantes en el focus group.

Nombre	Edad	Redes Sociales	Horas de actividad	Contenidos
Paula	16	Instagram y Tik Tok	3h 30min/ día	<i>Selfies</i> y bromas
Elena	18	Instagram, Tik Tok y Twitter	1h 45min/ día	Sitios, <i>selfies</i> y fotos con amigos
Cecilia	18	Instagram	2h 15 min/ día	Fotos con amigos y <i>selfies</i>
Natalia	17	Instagram y Tik Tok	3h 7 min/día	Fotos con amigos, <i>selfies</i> y su día a día
Lola	17	Instagram y Tik Tok	4h 15min/ día	Todo tipo de contenido de entretenimiento

Fuente: Elaboración propia.

Por último, debemos mencionar que escogimos una la vivienda de una de las participantes, que todas conocían, para llevar a cabo el encuentro, puesto que ofrecía un ambiente más relajado e informal.

5. Resultados

Como ya hemos explicado en la parte metodológica, lo más importante para introducir el grupo de discusión fue poner en contexto a las participantes. Empezamos de manera relajada y coloquial a preguntarles si se consideran expertas en las redes sociales, porque era de lo que íbamos a hablar. También era importante que el moderador conversara, comentando sus propias experiencias, para que no le vieran como alguien tan externo y alejado.

Por otra parte, era fundamental imponerse, aunque no de manera brusca, y establecer unas normas importantes para la efectividad del experimento, por eso, se les dejó clara la importancia de no interrumpirse y de no tener conversaciones paralelas, para que así también la grabación tuviera buena calidad de audio.

5. 1. Definición y presentación de la identidad personal

Empezamos el grupo de discusión con una de las preguntas más importantes, la definición que las participantes hacían de sí mismas. Para esto era imprescindible seleccionar a aquella informante más extrovertida a primera vista para que fuese ella la que “rompiese el hielo”. La elegida fue Paula que, sin mucha dificultad, convencida y concisa se autoproclamó como una

persona extrovertida, aunque más tarde reculó para aclarar que dependía de la compañía y la situación.

[Paula: “Pues yo soy divertida, me gusta un montón la fiesta, me gusta estar con mis amigas, salir mucho, estudiar no tanto, la verdad. No creo que sea extrovertida, pero a veces sí, depende de con quién y del momento, porque hay con gente que sí que estoy muy cómoda, pero hay personas con las que me cuesta mucho abrirme, aunque cada vez más, antes lo era menos”].

Al igual que Lola que se definió así: *“Pues yo me considero muy simpática, muy abierta, un poco irresponsable a veces. También me gusta salir mucho, soy muy familiar y soy bastante extrovertida y soy creativa en muchos ámbitos y original”*. Ambas se definieron como personas sociables, además las dos admitían ser un poco descuidadas con el tema de los estudios.

Al contrario ocurría con las otras tres participantes, Cecilia, Elena y Natalia, que coincidieron en describirse como personas responsables y comprometidas con sus deberes. Además, estas tres participantes también asumieron ser tímidas, vergonzosas o poco seguras de sí mismas, como se puede observar en los siguientes fragmentos:

[Cecilia: “Yo soy una persona muy simpática, más que extrovertida, sociable porque en verdad soy un poco tímida. Mmmm, responsable, me centro mucho en los estudios”].

[Elena: “Me considero una persona también simpática pero vergonzosa al principio, responsable y bastante cuadrículada”].

[Natalia: “Yo soy una persona muy nerviosa, simpática e introvertida, me considero muy responsable y también poco segura de misma”].

Todas ellas resaltaron que una de sus aficiones era pasar tiempo con sus amigas y salir, hábitos usuales en personas de su edad. Veamos dos ejemplos:

[Elena: “También me gusta mucho estar con mi familia y con mis amigos y hacer planes guays”].

[Cecilia: “Me gusta mucho salir y estar con mis amigas ”].

Las respuestas a esta primera pregunta han sido propias de unas niñas de sus edades, no han hecho alusión a grandes atributos, sino que se han limitado a señalar las particularidades típicas de un adolescentes y han añadido lo que más les gustaba hacer.

Queremos destacar que una de las participantes, Natalia, escribió lo que quería decir en el móvil para sentirse más segura a la hora de hablar y otras como Paula o Elena fueron espontáneas e incluyeron comentarios divertidos como:

[Paula: “Me gusta estar con mis amigas, salir mucho, estudiar no tanto la verdad”] o

[Elena: “también me gustan mucho los perros”].

Con estas primeras definiciones hemos podido distinguir la heterogeneidad de este grupo, dentro las características que poseen en común, esto es una particularidad importante para la investigación. Percibimos dos patrones diferenciados a partir de sus propias definiciones. A lo largo de la reunión podremos comprobar si sus respuestas coinciden con estos modelos, es decir, si sus posturas se acercan o si por el contrario siguen manteniéndose dentro de su horma.

5.2. Proyecciones en las redes sociales

La siguiente pregunta fue: ¿Cómo os mostráis en las redes sociales? El objetivo de esta pregunta era descubrir si la percepción que tenían sobre ellas mismas estaba en sintonía con su presencia en las redes sociales. Esta pregunta es primordial para el grupo de discusión porque junto con la anterior, son los pilares en los que se pueden sostener muchas de sus respuestas posteriores. En este caso la que empezó a contestar fue Lola que aseguró con certeza mostrarse “transparente y real”, pero añadía “aunque la gente puede pensar que estoy actuando”. Su amiga Paula no dudó en replicarle tal afirmación, ahí empezó un debate valioso en el que ambas llegaron a un punto en común, como se puede ver a continuación:

[Lola: “Yo creo que me muestro tal cómo soy, otra cosa es lo que piense la gente de lo que yo subo, pero yo creo que soy bastante transparente”].

[Paula: “Pues yo creo que no lo eres”].

[Lola: “¿Qué dices tía?”].

[Moderadora: “¿Por qué piensas que no lo es?”].

[Paula: “Porque yo creo que intenta ser tan transparente que al final no es ella”].

[Lola: “¿Por qué? Si yo soy igual”].

[Paula: “No, porque no te muestras de verdad cómo tú eres, porque no pareces tú, yo ahora que soy tu amiga y te conozco mejor, digo coño esta niña no es cómo yo me pensaba por su Instagram”].

[Lola: “Pero no crees que es lo que yo he dicho que yo me muestro tal como soy pero que luego la gente le da otro significado. Y tú crees que a lo mejor puedo ser flipada por subir ciertas fotos, pero luego a lo mejor la subo porque me da igual”].

[Paula: “Tienes razón, pero bueno”].

En definitiva, Paula creía que Lola quizás se excedió en su intento de exhibirse real y termina por parecer que está fingiendo. Lola entendió lo que su amiga estaba diciendo y asumió que por esa misma razón había contestado de esta forma, porque la gente le atribuye una interpretación errónea a su contenido. La réplica de Paula es curiosa porque su respuesta fue en la línea de la de Lola. Ella asumió subir muchas fotos de su rostro lo que puede parecer narcisista, aunque bajo su punto de vista este adjetivo no le representaba. Además, Paula

admitió compensar esta apariencia con contenido más divertido sobre ella o sus amigos, como expresó y debatió con la moderadora del *focus group*:

[Paula: “Hay mucha gente que me dice que soy muy pesada porque subo todo el rato fotos y cosas de mi cara y encima todo son selfies yo sola, pero es porque me gustan. Pero también me gusta mucho subir cosas de broma y eso”].

[Moderadora: “Pero de personalidad, no estoy diciendo las cosas que subas, ¿te muestras tal como eres?”].

[Paula: “Mmmmmm sí, pero no”].

[Moderadora: “Me has dicho que subes muchas cosas de tu cara, muchos selfies, ¿tú crees que eres una persona narcisista entonces?”].

[Paula: “No”].

[Moderadora: “¿Y por las redes sociales crees que puede parecerlo?”].

[Paula: “Sí pero no porque a la vez que subo eso, luego te subo un video tirándome un eructo”].

En cuanto a las otras tres participantes, cabe destacar que Cecilia abrió otro debate al contestar que solo mostraba la parte positiva de ella misma, a lo que las demás le replicaron que esto lo hacía todo el mundo en sus redes sociales.

[Cecilia: “Solo muestro la parte buena de mi vida y no muestro los agobios y el estrés que tengo”].

[Moderadora: “O sea que muestras solo la parte positiva de ti, no negativo”].

[Cecilia: “Sí, totalmente”].

[Elena: “Yo creo que todo el mundo”].

Todas menos Natalia, que certificó subir contenido de ella misma hasta en sus peores días. Esta respuesta es algo sorprendente si tenemos en cuenta la definición que había dado sobre ella misma, en la que apuntó ser “*poco segura de sí misma*”, aunque en las redes sociales no se mostrará cómo tal. Por último, la respuesta de Elena estuvo bastante acorde con su definición, pues defendió no gustarle subir contenido sobre su propia persona por “*miedo a lo que piensen los demás y por complejos*”.

[Elena: “Yo considero que nunca me ha gustado mostrarme por las redes sociales cómo nada, a lo mejor también es porque, no sé, me raya mucho subir cosas mías a la historia”].

[Paula: “¿Pero por lo que piensen?”].

[Elena: “Sí por lo que pienses o porque yo me rayo con mi cara, no se complejos. Nunca me ha gustado subir cosas mías”].

De esta pregunta podemos inferir, en primer lugar, y como afirmaron las participantes, que los usuarios en las redes sociales opinan y juzgan a los demás por su contenido y en muchas ocasiones esta opinión puede ser distinta a lo que la persona quiso decir en primera instancia. En segundo lugar, las participantes pretenden transmitir una imagen a través del contenido que generan en las redes, este contenido siempre está pensado con un fin y no es improvisado sino que es su forma de mostrarse ante los demás.

5.3. Expresión de opiniones en las redes sociales

Centrándonos en los objetivos de nuestra investigación pasamos a hablar de un tema más concreto, la expresión de la opinión en las redes sociales. En este asunto la mayoría se muestran partidarias de no utilizar las redes sociales para manifestar su postura, tanto en temas políticos como en otro tipo de cuestiones. Algunas de ellas alegan que se debe a la falta de conocimiento e interés ante estos temas. También mencionan que el uso que le dan a sus redes es puro entretenimiento por lo que no procede subir este tipo de contenido.

[Paula: “Yo no me meto en eso. Para mí las redes sociales son más divertidas que eso”].

[Natalia: “Yo es que como no tengo nada claro, pues sinceramente me viene un poco indiferente, así que no lo subiría porque no sé qué subir”].

La excepción en esta discusión es la informante Lola. Ella reconoce publicar en ocasiones algunas noticias o contenido sobre materias en las que está interesada, pero nunca expone su opinión mediante sus propias palabras, es decir, siempre utiliza contenido de otros usuarios o noticias escritas por profesionales. Reconoce sentirse más segura haciéndolo así que con sus propias palabras y sobre todo cree que de esta forma no se expone tanto y puede ser menos juzgada. Lola utiliza las redes sociales para compartir su opinión porque de esta forma llega a más personas, pero admite sentirse más juzgada que cuando lo hace en el mundo no virtual. Veamos:

[Lola: “A ver, yo lo suelo subir, pero nunca es una opinión mía, lo mismo publico una noticia, pero nunca con mi opinión escrita propia. Ya solo con subir eso pues se nota de que palo voy. Ósea expongo mi opinión, pero no tan propia. Me da más seguridad subirlo así que escribiéndolo yo. Haciéndolo así me siento más libre porque llegó a más gente, pero a la vez más juzgada y lo pueden interpretar mal”].

Esta sensación también es compartida por otras participantes, como Elena que sostiene lo siguiente:

[Elena: “A mí lo que me parece es que en las redes sociales se juzga todo más, que tú vas a decir algo y se te va a calificar. Y a lo mejor tú dices eso y luego cambias de opinión, como te puede pasar en una charla con las amigas que puedes rectificar”].

Según las informantes sí existen usuarios que publican su opinión en las redes sociales sobre gran amplitud de temas, aunque reconocen que este tipo de personas son extremistas o poseen muchos conocimientos sobre este ámbito. Aunque existen cuestiones, por ejemplo, el día de la mujer, en la que gran cantidad de usuarios se animan a participar.

[Paula: “Depende del tema, por ejemplo, el día de la mujer pues sí que hay muchísima más gente que lo sube”].

[Cecilia: “Pero hay cosas sobre las que no mucha gente opina, como por ejemplo la guerra”].

Por lo que podemos valorar estas respuestas afirmando que los adolescentes se sienten juzgados en las redes sociales, más incluso que en la vida real. Por esta misma razón, en ocasiones prefieren no exponer su opinión en las redes sociales y solo se animan a participar en aquellos asuntos en los cuales lo hacen la mayoría.

5.4. Socializando en las redes sociales

Centrándonos en las relaciones y el proceso de socialización a través de las redes sociales, las participantes destacan cuatro aspectos que a su parecer diferencian las relaciones entre el espacio físico y el mundo virtual. En primer lugar, la valentía o la falta de vergüenza, los cibernautas se sienten más libres para expresar sus sentimientos u opiniones cuando mantienen una conversación a través de sus perfiles en redes sociales. En segundo lugar, el tiempo, señalan que comunicarse a través de las redes sociales tiene una ventaja fundamental y es poseer tiempo para pensar lo que vas a decir, esto proporciona más seguridad en los usuarios. En tercer lugar, el valor de las palabras, las participantes sostienen que la comunicación oral aporta más valor a lo que se dice. Por último, señalan que a través de las redes sociales a veces pueden aparecer problemas con la interpretación de las palabras que pueden dificultar la comunicación. Todas estas características están interrelacionadas y suceden debido a la naturaleza y el mecanismo de las redes sociales. Veamos algunos ejemplos de ello:

[Cecilia: “El tiempo para pensar lo que dices”].

[Natalia: “Está todo mucho más pensado”].

[Elena: “El valor también, en las redes sociales la gente te puede decir cualquier cosa que luego a la cara no te va a decir”].

[Lola: “Y también cómo se interpretan las cosas que escribes, que eso también es malo”].

Dirigiéndonos a sus experiencias personales, Lola y Cecilia, admiten manifestarse de manera diferente cuando conocen a alguien por primera vez en las redes sociales que si lo hacen en persona y ellas mismas confiesan sentirse más seguras en el mundo virtual. Esta tesis también es apoyada por Paula que admite encontrarse más cómoda a la hora de conocer a alguien en las redes sociales, aunque no prefiere esta vía.

[Paula: “Yo me siento más segura por redes sociales, no prefiero conocer a alguien por las redes, pero a lo mejor hago más bromas”].

Sin embargo Elena, secundada por Natalia, se muestra totalmente contraria a estas apreciaciones. Ella no es partidaria de hablar con alguien por primera vez a través de las redes sociales, no encuentra el sentido a esta tendencia y le parece incómodo el cambio del espacio virtual al espacio físico, expresándose así: *“Yo creo que si hablas primero por Instagram con una persona luego cuando la ves en persona siento que es muchísimo más incómodo, en plan: tú y yo hemos estado hablando por Instagram y ni nos conocemos”*.

Elena sostiene que prefiere conocer a alguien en la vida real porque en las redes sociales pueden aparentar algo que realmente no son.

[Elena: “A lo mejor habéis hablado por Instagram y luego no abre la boca”].

Natalia, por su parte, se siente más cómoda en la vida real porque prefiere la espontaneidad y en las redes sociales percibe la comunicación más forzada y menos natural.

[Natalia: “Pero a mí me gusta por ejemplo mucho más la espontaneidad, me siento mucho más incómoda por redes sociales”].

Si hablamos de apariencias, a todas les ha pasado conocer a alguien mediante las redes sociales que luego no ha resultado ser así en persona. E incluso admiten que esto ha podido sucederles a otras personas con ellas. Al respecto de este tema, Lola hace la siguiente confesión: *“Sí, y a mí muchas veces me lo han reconocido que les había sorprendido, por ejemplo, que se pensaban que era mucho más creída y que soy muy simpática”*.

Para terminar con este apartado, Elena abre un debate muy interesante. Ella sostiene que nadie puede tener una idea sobre ella por lo que ve en las redes sociales, porque apenas se muestra. Las demás discrepan con esta propuesta y afirman que todo el mundo cuando ve un perfil en las redes sociales crea una imagen sobre esa persona, basada en sus publicaciones.

[Elena: “Yo es que creo que como apenas subo nada ni hablo con nadie, no creo que nadie se pueda llevar una idea de mí por las redes”]

[Cecilia: “Claro, anda que tú no ves un perfil y te imaginas algo”]

[Elena: “Sí, bueno, quizás, entonces cualquiera que se pueda meter en tu Instagram puede opinar lo que a él le plazca”].

La informante Paula aporta una observación enriquecedora al respecto: “*Cuando hablan de una persona que nosotros no conocemos pedimos que nos enseñen sus perfiles de redes sociales, para que así te puedas hacer una idea de cómo es esa persona*”

Esta cuestión, con las diferentes respuestas de las componentes, nos proporciona las claves para entender cómo socializan los adolescentes hoy en día y para confirmar que las redes sociales tienen un papel muy importante en todo este proceso, apareciendo como mediadoras en la mayoría de las ocasiones y generando en ocasiones distorsiones y alteraciones en los usuarios debido a las percepciones que se generan a través de ellas.

5.5. Referentes, inspiraciones y proyecciones identitarias

Un punto muy importante para nuestra investigación sobre el proceso de identidad es la inspiración o puntos de referencia de los adolescentes. Necesitábamos conocer si utilizan las redes sociales y a las personas que siguen para inspirarse en su día a día. Al plantear esta pregunta la mayoría de las componentes negaron utilizar las redes sociales para inspirarse, pero a medida que fuimos ahondando más en esta cuestión todas asumieron haberlo hecho o hacerlo habitualmente. Elena, por ejemplo, utilizaba las redes sociales como inspiración para estilo de vida o ropa:

[Elena: “Sí, para ropa, para comida”].

Lola, por su parte, afirmaba no buscar inspiración de manera directa pero sí verse influida por las personas a las que seguía.

[Lola: “Yo creo que indirectamente, vas viendo las cosas sin que te des cuenta pero realmente yo no sigo a muchas influencers, ni me meto específicamente a ver que han subido”].

En cuanto al fenómeno *influencers* todas confirman seguir a varios perfiles de este tipo. Por ejemplo, Paula sostiene verse más condicionada a través de las redes sociales por la gente de su entorno que por las *influencers*, al igual que Natalia. Pero Paula termina diciendo que quizás esto suponga estar influenciada indirectamente por las *influencers* también, debido a que su entorno seguramente sean un reflejo de estos personajes. Las demás admiten sentirse más influidas por las personas externas que siguen en las redes sociales que por su propio entorno.

[Natalia: “Pues yo creo que me fijo en mi entorno. Pero lo hago a través de las redes sociales, osea gente cercana a mi que conozco. Me inspiro más en alguien de mi instituto mayor que yo o de mi edad, que en alguien de las redes sociales”].

[Paula: “Sí, pero y ¿esas a quien te crees que copian? Pues a todas las influencers así que indirectamente también te estas fijando en ellas”].

Natalia confiesa seguir a muchas de ellas por no sentirse excluida de muchas conversaciones, aunque para ella no tiene ninguna importancia.

Otro caso es el de Lola, que, aunque utiliza las redes sociales para inspirarse, lo hace más de personalidades famosas, por ejemplo, cantantes o actrices, que de personas que trabajan para las redes sociales.

[Lola: “Sigo más a cantantes y otra gente famosa, a influencers no”].

Un dato para destacar es que todas ellas coinciden en la tendencia de guardarse fotos para repetirlas.

En esta pregunta añadimos un supuesto en el que queríamos probar la confianza que depositan los adolescentes en estos personajes. Les preguntamos a nuestras participantes de quién se fiarían más si su amiga y una ‘influencer’ tuvieran una opinión contraria sobre algo. La mayoría de ellas contestaron que dependía de quién dijese ambas cosas, pero que en casi la totalidad de los casos dudarían de ambas y les gustaría comprobarlo por ellas mismas o informarse mejor.

Con esto queda demostrado que otorgan el mismo valor a las influencias de su entorno que a alguien ajeno que siguen por las redes sociales y que sí se ven influenciadas por aquello que ven en las redes sociales, bien sea por parte de las *influencers* o por parte de su comunidad.

5.6. Anonimato

Otro asunto importante es el anonimato, queríamos conocer si las adolescentes habían utilizado esta característica que les facilitan las redes sociales para ocultarse, seducir, ilusionar o falsear sobre su vida. Esta pregunta era complicada debido a que las connotaciones negativas podrían hacerlas sentir violentas. Así, se intentó restar importancia a estos hechos, presentándose como algo usual en las redes sociales. De todas maneras, casi la totalidad de las componentes del grupo negaron haberlo hecho, excepto Lola, que admitió haber publicado algún contenido ficticio: “A lo mejor subir una foto con una amiga porque le había dicho a otra que había quedado con ella o a mis padres”. Aunque ninguna de ellas acepta haber disfrazado su vida a través de las redes sociales:

[Paula: “Pues yo al revés, yo si he hecho eso, intento no subir nada o que las personas con las que yo estoy no suban nada”].

Tenemos que destacar, como también ha sucedido en otras preguntas, que el grupo al completo conocía a personas que sí utilizaban estas estrategias y, además, lo señalaban como una práctica muy habitual en las redes sociales, aunque ellas no lo hicieran. Por ejemplo, todas conocían a

chicas que subían fotos en las redes sociales de personas muy parecidas a ellas simulando ser ellas mismas o un familiar de una de las participantes publicaba contenido para aparentar que tenía cosas que no eran suyas.

[Paula: “Hay una amiga mía que ya se lo hemos dicho 30 veces, pero sigue diciendo que la de las fotos es ella, cuando se nota claramente que no lo es”].

Las informantes explican que esto se debe a que es una manera factible de ocultar sus inseguridades o complejos y así evitar que se les juzgue.

[Natalia: “Yo creo que son inseguridades. Y que lo hacen por miedo a que les juzguen”].

Además, otra de las grandes razones es porque muchas veces los usuarios quieren aparentar aquello que les gustaría ser y es una forma de reflejarse y de presentarse cómo aquello a lo que aspiran, aunque esa no sea la realidad. Según las participantes las redes sociales son la herramienta perfecta para esto, pues llega a mucha gente y puedes esconderte, aunque casi siempre se acaba sabiendo qué es y qué no es verdad.

[Natalia: “Porque también llega a un mayor número de gente”].

[Elena: “Saben que lo van a ver y que van a hablar de eso”].

[Lola: “Hay gente que la cuela, pero se suele notar porque conoces a la persona”].

5.7. Importancia de las redes sociales

Acercándonos al final del grupo de discusión queríamos conocer la influencia que tienen las redes sociales sobre los adolescentes y la importancia que ellos les otorgan. Todas coincidieron en resaltar resultados bastante negativos al preguntarles cómo influyen las redes sociales en su manera de ser. Sobre todo, han hecho mella en su autoestima, puesto que han acabado comparándose con otros perfiles de su edad o parecidos a los suyos y esto ha hecho que tuvieran más inseguridades.

[Natalia: “A mi me hace mucho más insegura”].

[Lola: “También te comparas”].

[Paula: “Yo en Tik Tok hay veces que he acabado mal después de verlo”].

Elena es la única que señala como algo positivo de las redes sociales estar al día de la actualidad y de las cosas que suceden a su alrededor.

[Elena: “Yo si tengo que sacar algo bueno es que me entero de más cosas”].

Por otra parte, aunque se comparen a través de las redes sociales a su vez son conscientes de que aquello que parece real puede que no lo sea, así lo expresan ellas: *“Nunca te puedes creer al 100 por 100 lo que hay”*; *“Tienes que conocer a la persona para saber cómo es”*; *“Solamente muestran la parte que quieren”*.

5.8. Un mundo sin redes sociales

También queríamos conocer cómo pensaban que serían si no existieran las redes sociales. Aquí sí hubo disparidad de opiniones. Algunas como Paula y Lola señalaron características negativas, como por ejemplo, ser menos extrovertidas o tener menos estilo, mientras que las otras tres sí que fueron acordes con su respuesta anterior y destacaron lo siguiente: disfrutarían más el presente, perderían menos el tiempo y serían menos inseguras.

[Cecilia: “Yo, quizás menos insegura”].

[Lola: “Yo creo que conoceríamos a menos gente y en mi caso yo sería menos extrovertida”].

[Paula: “Yo creo que tendríamos menos estilo, porque no veríamos las fotos y a las influencers”].

[Natalia: “Viviríamos más el momento”].

Ante su actitud tan negativa lo siguiente fue preguntarles si dejarían de utilizar las redes sociales y ninguna dudó al negarlo. Lo que resulta bastante contradictorio, pues todas son conscientes del daño que les provocan. Y la última pregunta, muy relacionada con la anterior, fue cómo se sentirían si las redes sociales desaparecieran. En esta pregunta también existió la unanimidad, que se puede resumir en que a todas no les supondría un gran problema si su desaparición fuese de manera global, pero por el contrario asumen que lo pasarían mal si solo les ocurriese a ellas.

[Lola: “A mi me fastidia un poco porque me costaría no tenerlas en mi día a día, pero me acostumbraría porque todo el mundo estaría igual, pero si me pasa solo a mi pues sí lo pasaría mal”].

[Cecilia: “A mi me jodería pero podría”].

[Paula: “Yo cuando pierdo o se me rompen los móviles no me importa no estar conectada pero es verdad que por cuenta propia pues no soy capaz”].

5.9. Discusión sobre el focus group realizado

Como se ha puesto de manifiesto, este grupo de discusión ha proporcionado a la investigación valiosos resultados sobre el uso y la importancia que los adolescentes les dan a las redes sociales y cómo estas intervienen en el proceso de creación de su propia identidad, tanto individual como grupal.

A modo de conclusión, queremos resaltar aquellos aspectos que nos han resultado más relevantes:

En primer lugar, durante todo el encuentro con las participantes ha estado muy presente la opinión de los demás. Hemos constatado que los adolescentes que han participado en nuestro estudio otorgan una gran importancia a lo que los *otros* piensen sobre ellos. Por esta misma razón, algunos de ellos prefieren no exponerse demasiado en las redes sociales o mostrarse cómo les gustaría que les conocieran, a través de sus publicaciones o sus interacciones en las redes.

También al hablar con las participantes hemos registrado que las redes sociales son un elemento fundamental para el proceso de socialización y que se apoyan en estas herramientas para conocer a nuevas personas o para abrirse a su entorno.

Además, los adolescentes utilizan el mundo virtual para estar al día de lo que sucede a su alrededor, es una forma de sentirse integrados en la sociedad, por este motivo, siguen en muchas ocasiones a las mismas personas (incluido las *influencers*) e imitan sus tendencias y estilos. Conjuntamente, es importante mencionar que los adolescentes son conscientes de todo lo dicho anteriormente y de que las redes sociales dañan su autoestima, condicionan su estado de ánimo y su modo de vida, pero aún así son incapaces de dejarlas de utilizar, por que esto supone de alguna manera estar al margen del grupo, de los demás, de la sociedad.

Para terminar, con esta herramienta hemos podido comprobar que existen distintos tipos de perfiles que actúan de manera diferente en las redes, pero que todos tienen en la mayoría de las ocasiones patrones de conducta muy similares, porque en cierta medida imitan a los demás.

6. Conclusiones generales

Habiendo obtenido los resultados necesarios para nuestra investigación nos acercamos a la parte final de este trabajo. Gracias a la revisión teórica y al método empírico utilizado hemos podido acercarnos a los objetivos que nos habíamos marcado al empezar el estudio. Comenzaremos analizando los objetivos más específicos para luego terminar con el objetivo general, que supone la base de nuestro trabajo y aquello que motivó nuestra investigación. Lo que hicimos fue dividir el objetivo general en algunos más específicos con sus respectivas preguntas de investigación, para así trabajar de manera exhaustiva cada uno de ellos y poder elaborar una idea general más rigurosa.

El primer campo de investigación fue examinar el proceso de identidad de los adolescentes, esto hace alusión al O1: Indagar en el proceso de creación de identidades de los adolescentes y a la pregunta de investigación: ¿Qué es la identidad y cómo se lleva a cabo el proceso de creación de identidades en la adolescencia? En la parte teórica hicimos una revisión que nos permitió conocer cómo se llevan a cabo los procesos de creación de identidades (tanto personales como sociales) en el contexto digital. A la luz de la literatura revisada se puede afirmar que este proceso ha ido cambiando y que las redes sociales han transformado este fenómeno, en parte, puesto que se han introducido cambios en las formas de educar y en los referentes que los usuarios de redes tienen.

Como hemos podido comprobar las personas no actúan igual en todas las situaciones y contextos, por lo tanto, al introducirse las redes sociales en nuestro día a día, se ha abierto un nuevo mundo donde los adolescentes muestran una parte de ellos, distinta a lo que enseñan en el mundo “no virtual”. Esto lo hemos podido constatar con el grupo de discusión en el cuál las definiciones de las participantes sobre sí mismas variaron dependiendo de cómo se muestran y se comportan en las redes sociales.

Distintos estudios mencionados y referidos en esta investigación, como el de Hery Tajfel, hablan sobre la importancia de los ‘*otros*’ y de los grupos de pertenencia y exclusión en las percepciones y auto-percepciones de los adolescentes. Podríamos responder a esta pregunta de investigación explicando que en esta edad se produce un gran cambio, la opinión de los padres y la familia pasa a un segundo plano, convirtiéndose en su principal preocupación lo que los demás iguales piensen sobre ellos. Esto es un aspecto que se ve acentuado en las redes sociales, puesto que estos espacios dan lugar a interpretaciones y a que la gente especule y opine libremente, como exponían las informantes en el grupo de discusión. Este hecho, en algunas situaciones, les hace sentirse más inseguros y cohibidos a la hora de actuar.

En segundo lugar, hemos examinado la importancia de las redes sociales en los adolescentes, para de esta forma medir la relevancia de nuestro trabajo y poder entender mejor lo que suponen para ellos estas herramientas. Queríamos responder a la pregunta de investigación: ¿Qué lugar ocupan las redes sociales en el día a día de los adolescentes? ¿Para qué las utilizan? Diversos estudios han señalado que las redes sociales empezaron como un elemento de ocio, pero en la actualidad su uso se ha extendido de forma exponencial, llegando a ser utilizadas incluso con fines académicos y se han convertido en la base de la socialización y la comunicación entre los jóvenes. Es más, en ocasiones, los padres las utilizan para educar y acercarse a sus hijos.

Nuestras informantes nos ratificaron estos hechos, ellas utilizaban las redes sociales para todo tipo de cosas, aunque predomina el entretenimiento. Esto ha ocasionado la relación de dependencia que mantienen muchos adolescentes con el mundo virtual.

Lo más importante de todo esto, y que concuerda con lo dicho anteriormente, es que las redes sociales se han constituido como un elemento fundamental para estar integrado en la sociedad, les permite estar al tanto de lo que sucede, acercarse a sus iguales y mantener el contacto con

sus vínculos, tareas esenciales en la edad adolescente. En definitiva, para los adolescentes estar conectado a las redes supone estar conectado al mundo.

Para algunos de ellos las redes también se constituyen como un espacio donde refugiarse y sentirse seguros, pues evitan muchos trámites del ‘cara a cara’. Los actos sólo dependen de uno mismo en estas plataformas, por eso, en ocasiones, se produce una variación de la personalidad entre un espacio y otro.

Como ya hemos comentado, los elementos que cobran importancia en la vida de una persona cambian según la etapa en la que uno se encuentre, por eso, una de nuestras preguntas de investigación era: ¿Cuáles son los referentes de los adolescentes en las redes sociales y cuál es su influjo en el proceso de creación de identidades de los adolescentes? Haciendo alusión a lo anterior, la opinión de los demás tiene tal importancia para los adolescentes que sus referentes se convierten en aquellas personas que son bien valoradas por los *otros*, estos marcan las tendencias y su estilo de vida es seguido por mucha gente. Es decir, en muchas ocasiones para los adolescentes el éxito se alcanza cuando tienes éxito en las redes sociales, cuando eres bien visto por los demás.

Indudablemente los adolescentes se ven influenciados a través de las redes sociales, esto lo explicaban muy bien las componentes del grupo de discusión que transmitían cómo su presencia en las redes sociales las ha llevado a compararse mucho más con los demás y a fijarse mucho más en cosas que probablemente en la vida real pasarían desapercibidas. Además, consideraban que todas ellas están condicionadas por los grandes referentes en las redes sociales, conocidos como los *influencers*, directa o indirectamente. Estos personajes son concebidos como una especie de modelos y maestros en el mundo de las redes sociales y sus aportaciones y opiniones cuentan con mucha credibilidad para los adolescentes.

Por último, era determinante examinar cómo se comportan los adolescentes en las redes sociales para así establecer sus semejanzas o diferencias entre el espacio físico y el espacio virtual. Para ello nos planteamos la siguiente pregunta: ¿Cómo se muestran, expresan, sienten y socializan los adolescentes en las redes?

En nuestra revisión teórica pudimos comprobar como había varias visiones sobre el asunto. Algunos pensaban que el espacio virtual ha evolucionado tanto que se ha convertido en una parte más dentro de la misma realidad que convive con el espacio físico, otros, por el contrario, piensan que se tratan de dos mundos paralelos que en ocasiones coinciden, pero que en muchas otras son muy dispares, lo cierto es que las participantes del grupo de discusión estuvieron de acuerdo al afirmar que el mundo virtual es un espejismo muy idealizado de las personas, siendo imposible conocer plenamente a alguien mediante estas plataformas, aunque siempre acabas sabiendo la realidad.

De esta forma a la hora de relacionarse en muchas ocasiones los adolescentes establecen relaciones que serían inviábiles en la vida real, esto puede ocurrir porque generalmente se sienten más libres o menos cohibidos cuando se expresan en estas plataformas.

Por otro lado, la mayoría de los adolescentes no suelen participar en debates de opinión y si lo hacen es en aquellos en los que cuentan con mucho conocimiento o en los que participan la mayoría, siendo una táctica más de pertenencia al grupo.

En definitiva, después de todo este recorrido teórico-práctico, si tuviéramos que responder a la pregunta ¿cuál es el lugar que ocupan las redes sociales en los procesos identitarios y de identificación que llevan a cabo los adolescentes? Podríamos concluir lo siguiente:

Nos parece que las redes sociales están muy presentes en el proceso de creación de identidades e identificaciones de los adolescentes, debido a que en la actualidad suponen una herramienta integrada en el día a día. A través de las redes sociales es posible conocer a nuevas personas, mostrar distintos aspectos relacionados con uno mismo, integrarse en la sociedad, validar la personalidad u observar modelos de conducta, en definitiva, permite desarrollar aspectos esenciales en los procesos de construcción de la identidad de una persona.

7. Anexos

Transcripción del grupo de discusión:

(Grupo de interés):

1. Adolescentes
2. Usuarios de redes sociales
3. Grupo de amigas

Nombre distintivo del grupo	Jóvenes de 17 años usuarios de redes sociales
Número de participantes	5
Fecha de la entrevista	6/05/2022
Ubicación del grupo de discusión	Cáceres, Extremadura

MODERADORA: Bueno bienvenidas a todas al grupo de discusión, bueno ya sabéis más o menos sobre lo que vamos a hablar, pero el objetivo es que tengamos una conversación donde vosotras digáis lo que pensáis sobre algunas preguntas que os voy a ir haciendo. Yo iré diciendo quien más o menos habla para que sea de forma ordenada y sobretodo es importante que no os interrumpáis, podéis ir diciendo lo que pensáis de lo que ha dicho vuestra amiga, pero sin hablar a la vez. Bueno también deciros que como ya sabéis esta conversación se está grabando.

Empezamos, primero quiero que cada una por individual os defináis a vosotras misma como si lo hicierais para alguien que no os conoce.

PAULA: Vale pues yo soy divertida, me gusta un montón la fiesta, me gusta estar con mis amigas, salir mucho, estudiar no tanto la verdad.No creo que sea extrovertida, pero a veces sí, depende de con quién y del momento porque hay con gente que sí que estoy muy cómoda, pero hay personas con las que me cuesta mucho abirme, aunque cada vez más, antes lo era menos.

LOLA: Pues yo me considero muy simpática, muy abierta, un poco irresponsable, a veces, también me gusta salir mucho. Soy muy familiar y soy bastante extrovertida y también creativa en muchos ámbitos y original.

NATALIA: Yo lo he escrito vale jajaja. Yo soy una persona muy nerviosa, simpática e introvertida, me considero muy responsable y también poco segura de misma.

CECILIA: Yo soy una persona muy simpática, más que extrovertida, sociable porque en verdad soy un poco tímida. Mmmm, responsable, me centro mucho en los estudios, pero también me gusta mucho salir y estar con mis amigas.

ELENA: Yo soy Elena, me considero una persona también simpática pero vergonzosa al principio, responsable y bastante cuadrículada. También me gusta mucho estar con mi familia y con mis amigos, hacer planes guays y nada me gustan mucho los perros jajaja.

MODERADORA: Y ahora ¿Cómo os mostráis en vuestras redes sociales?

LOLA: Yo creo que me muestro tal como soy, otra cosa es lo que piense la gente de lo que yo subo, pero yo creo que soy bastante transparente.

PAULA: Pues yo creo que no lo eres.

LOLA: ¿Qué dices tía?

MODERADORA: ¿Por qué piensas que no lo es?

PAULA: Porque yo creo que intenta ser tan transparente que al final no es ella.

LOLA: ¿Por qué? Si yo soy igual.

PAULA: No, porque no te muestras de verdad como tú eres, porque no pareces tú, yo ahora que soy tu amiga y te conozco mejor no eres como yo me pensaba por su Instagram.

LOLA: ¿Pero no crees que es lo que yo he dicho? Que yo me muestro tal como soy pero que luego la gente le da otro significado. Y tú crees que a lo mejor puedo ser flipada por subir ciertas fotos, pero luego las subo porque me da igual.

PAULA: Tienes razón, pero bueno.

LOLA: Vale pues ahora di tú lo tuyo y deja de corregirme.

MODERADORA: Venga di tú.

PAULA: Yo hay mucha gente que me dice que soy muy pesada porque subo todo el rato fotos y cosas de mi cara y encima todo son *selfies* yo sola, pero es porque me gustan. Pero también me gusta mucho subir cosas de broma y eso.

MODERADORA: Pero de personalidad, no estoy diciendo las cosas que subas, ¿te muestras tal como eres?

PAULA: Mmmmmm sí, pero no.

MODERADORA: Me has dicho que subes muchas cosas de tu cara, muchos *selfies*, ¿tú crees que eres una persona narcisista entonces?

PAULA: No.

MODERADORA: ¿Y por las redes sociales crees que puede parecerlo?

PAULA: Sí, pero a la vez que subo eso, luego subo un video tirándome un eructo.

MODERADORA: Y tú ¿te muestras como eres?

CECILIA: Sí creo que sí, lo que pasa es que solo muestro la parte buena de mi vida y no muestro los agobios y el estrés que tengo.

MODERADORA: O sea que muestras solo la parte positiva de ti, no negativo.

CECILIA: Sí, totalmente.

ELENA: Yo creo que todo el mundo.

NATALIA: Pues yo subo todo, yo subo una foto con mala cara estudiando.

CECILIA: Pero sonriendo.

NATALIA: Que va que va, hay fotos que no.

MODERADORA: Pero por ejemplo tú has dicho antes que eres muy insegura ¿tú crees que te muestras así?

NATALIA: No, para nada, incluso parece que soy lo contrario siempre feliz.

ELENA: Yo considero que nunca me ha gustado mostrarme por las redes sociales como nada, a lo mejor también es porque no se me raya mucho subir cosas mías a la historia.

PAULA: ¿Pero por lo que piensen?

ELENA: Sí por lo que pienses o porque yo me rayo con mi cara, no se complejos. Nunca me ha gustado subir esas cosas mías.

MODERADORA: Vale ahora que sé ya un poco lo que subís a las redes sociales, quiero saber si soléis exponer vuestra opinión o si alguna vez lo habéis hecho, sobre temas de actualidad, tipo el Covid o las vacunas, la guerra, la manada...

LOLA: A ver yo lo suelo subir, pero nunca es una opinión mía, lo mismo publico una noticia, pero nunca con mi opinión escrita propia.

MODERADORA: ¿Pero tú crees que ahí se ve tu opinión?

LOLA: Sí claro, ya solo con subir eso pues se nota de que palo voy. Ósea expongo mi opinión, pero no tan propia.

MODERADORA: ¿Y nunca lo has hecho?

LOLA: No, nunca, nunca.

MODERADORA: ¿Y por qué?

LOLA: Porque me da más seguridad subirlo así que escribiéndolo yo.

PAULA: Yo no, no me meto en eso. Para mí las redes sociales son más diversión que eso.

MODERADORA: ¿Y con vuestras amigas en la vida real lo hacéis?

PAULA: A veces, pero tampoco demasiado porque no me entero tanto de las cosas.

NATALIA: Yo es que como no tengo nada claro, pues sinceramente me parece un poco indiferente, asique no lo subiría porque no sé qué subir.

ELENA: A mí lo que me parece es que en las redes sociales se juzga todo más, que tú vas a decir algo y se te va a calificar. Cuando quizás tú dices eso mismo y a lo mejor cambias de opinión, como te puede pasar en una charla con las amigas, que puedes rectificar.

MODERADORA: ¿Y tú?

CECILIA: Yo nada, nada. No subo nada.

MODERADORA: ¿Y porque no lo hacéis?

ELENA: A mí porque me da pereza.

NATALIA: Yo si lo tuviera claro y defendiera algo lo haría.

PAULA: Yo no expongo nada, no porque no crea que no hay necesidad, sino porque no le doy importancia y porque me da igual. Yo creo que no lo subo porque para mí Instagram es diversión.

MODERADORA: ¿Tú cuando lo has hecho, cómo te has sentido?

LOLA: Me siento más libre porque llegó a más gente, pero a la vez más juzgada y lo pueden interpretar mal.

MODERADORA: ¿Conocéis a alguien que lo haga?

TODAS: Sí.

MODERADORA: ¿Y los que lo hacen lo hacen siempre?

TODAS: Sí

PAULA: También depende del tema, por ejemplo, el día de la mujer pues sí que hay muchísima más gente que lo sube.

LOLA: Sí, ahí todo el mundo se anima a subir fotos.

CECILIA: Pero hay cosas sobre las que no mucha gente opina, como por ejemplo la guerra.

MODERADORA: ¿Y pensáis que los que lo hacen es porque son extremistas?

CECILIA: A ver los que suben muchas cosas sí.

ELENA: Los que lo suben el día de la mujer no, pero si ya te metes en todos los temas, como por ejemplo que en Venezuela han sacado algo sobre el aborto pues sí, eso sí suele ser gente que le gusta más expresar su opinión.

NATALIA: Y que están más informadas también.

MODERADORA: Supongo que a la hora de relacionaros con vuestras amigas y amigos lo hacéis mucho a través de las rrss, ¿qué diferencias pensáis y sentís vosotras que hay?

ELENA: Que la gente te dice cosas que luego en la vida real no se atreve.

LOLA: Claro, la vergüenza se quita total.

CECILIA: O el tiempo para pensar lo que dices.

NATALIA: Eso totalmente, influye mucho, está todo mucho más pensado

ELENA: Y el valor también, en las redes sociales la gente te puede decir cualquier cosa que luego a la cara no te va a decir.

LOLA: También cómo se interpretan las cosas que escribes, que eso también es malo.

MODERADORA: Cuando habláis con alguien por las redes sociales por primera vez, ¿cómo os mostráis? ¿sois iguales que en persona?

LOLA: Yo creo que sí.

CECILIA: A ver, yo me muestro diferente claramente.

MODERADORA: ¿Os sentís más seguras en las redes sociales o en persona?

TODAS: En las redes sociales.

ELENA: Pues yo creo que no. A mí me cuesta más hablar por redes, nunca he hablado con alguien por primera vez en redes sociales. Y si alguien me habla no le respondo. No me gustan las redes y menos que una persona que nunca me ha saludado me hable por las redes sociales.

LOLA: A ver yo como soy extrovertida me da igual.

PAULA: Yo me siento más segura por redes sociales, no prefiero conocer a alguien por las redes, pero a lo mejor hago más coñas en las redes o más bromas.

ELENA: Pues yo creo que si hablas primero por Instagram con una persona luego cuando la ves en persona creo que es muchísimo más incómodo, en plan, tú y yo hemos estado hablando por Instagram y ni nos conocemos.

CECILIA: Pues a mí no me parece incómodo.

NATALIA: A mí sí.

ELENA: A mí sí porque a lo mejor habéis hablado por Instagram y luego no abre la boca.

CECILIA: Sí, eso es verdad.

MODERADORA: ¿Entonces vosotras os sentís más seguras en las redes sociales porque de alguna manera os escondéis detrás de ellas?

CECILIA: Sí, un poco sí.

MODERADORA: Y como ha dicho Elena ¿os ha pasado que alguna vez habéis conocido a alguien en las redes sociales y luego ha sido súper diferente?

LOLA Y PAULA: Sí.

ELENA: Yo creo que no he conocido a nadie, pero porque no he conocido a nadie por ahí,

PAULA: Pues yo sí, pero para bien y para mal.

LOLA: Yo también las dos cosas, gente que luego ha sido más seca, ósea eso me ha pasado más la verdad, gente que luego ha sido menos abierta que por las redes. Eso es más fácil.

NATALIA: También esto pasa por lo que yo he dicho antes de que tienen más tiempo para responder. Pero a mí me gusta mucho más la espontaneidad, me siento mucho más incómoda por redes sociales.

MODERADORA: ¿Creéis que eso ha podido pasar con vosotras, que hayáis impresionado a una persona, para bien o para mal en persona?

NATALIA: Sí.

LOLA: Sí y a mí muchas veces me lo han reconocido que les había sorprendido, por ejemplo, que se pensaban que era mucho más creída y que soy muy simpática.

PAULA: Sí, eso a mí también me ha pasado.

LOLA: A ver a mí con las niñas no me da mucha vergüenza, pero con los niños sí que utilizo mucho las redes y luego en persona soy mucho más vergonzosa.

ELENA: Yo es que creo que como apenas subo nada ni hablo con nadie, no creo que nadie se pueda llevar una idea de mí por las redes.

CECILIA: Todo el mundo.

ELENA: Pues la que tú quieras imaginarte.

CECILIA: Claro, anda que tú no ves un perfil y te imaginas algo.

PAULA: A parte, tú no eres la típica persona que en las redes solo tienes una foto, que eso da una rabia, cuando ves a una persona y la ves que solo tiene dos fotos, que dices joder tío no sé nada de esta persona. ¿Qué haces borrando todo, estas tonto?

ELENA: Sí, bueno quizás, entonces cualquiera que se pueda meter en tus redes sociales puede opinar lo que a él le plazca.

PAULA: Sí, cuando hablan de una persona que nosotros no conocemos decimos a ver enseñame su Instagram, para que así te puedas hacer una idea de cómo es esa persona, pero claro hay veces pues que te equivocas.

MODERADORA: ¿Y para inspiraros utilizáis las redes sociales?

ELENA: Sí, para ropa, para comida.

PAULA: Yo no mucho.

NATALIA: Yo no.

LOLA: Yo creo que indirectamente, vas viendo las cosas sin que te des cuenta, pero realmente yo no sigo a muchas *influencer*, ni me meto específicamente a ver que han subido.

MODERADORA: Vale pero no tiene porque ser una *influencer*, ¿creéis que os inspira también la gente que seguís y que conocéis?

PAULA: A mí más las de mi entorno que las *influencers*, aunque también sigo a las *influencers*.

MODERADORA: ¿En qué te fijas?

PAULA: Las cosas que suben, las fotos que se hacen, en cómo son, cómo se maquillan, cómo visten.

CECILIA: Natalia tu has dicho que no pero a veces guardamos fotos juntas de *influencers* para copiarlas cuando quedamos.

NATALIA: Sí, eso sí.

TODAS: Yo eso también.

MODERADORA: ¿Y otras redes sociales que no sean Instagram?

LOLA: Yo veo algún video de You Tube de vez en cuando.

PAULA: Yo a Auronplay también.

NATALIA: Yo también escucho a veces *podcast* en Spotify sobre cualquier cosa, si eso vale.

MODERADORA: ¿Entonces a qué *influencers* seguís?

PAULA: María Pombo es mi favorita.

NATALIA: Pues yo sigo a las importante que sigue todo el mundo y para luego estar integrada en alguna conversación, porque a mi en verdad me dan igual.

LOLA: Sigo más a cantantes y otra gente famosa, a *influencers* no .

MODERADORA: ¿ Y te inspiras en ellas?

LOLA: Sí creo.

MODERADORA: ¿Y alguien que os inspire pero que no esté en las redes sociales?

ELENA: ¿Pero qué famoso no está en las redes? Ninguno.

MODERADORA: Bueno o alguien que sea famoso pero que tú le admiras por su trabajo fuera de las redes sociales.

PAULA: Sí, Broncano.

MODERADORA: ¿Y en quien os inspiráis más en vuestro entorno o en la gente que seguís por redes sociales?

CECILIA y LOLA: En las redes sociales

NATALIA: Pues yo creo que mi entorno, pero a través de las redes sociales, osea gente cercana a mi que conozco. Me inspiro más en alguien de mi instituto mayor que yo o de mi edad, que en alguien de las redes sociales.

PAULA: Sí pero y ¿ellos a quién te crees que copian? Pues a todas las *influencers*, así que indirectamente también te estas fijando en ellas.

LOLA: Pues yo solo por las redes sociales la verdad.

MODERADORA: Vale, ahora imagináros que dice una *influencer* que os gusta mucho que no vayáis a un país porque es super peligroso y luego vuestra amiga os dice que ella ha estado y que es super seguro y tranquilo. ¿A quién creéis?

NATALIA: Pues yo me informo porque no me creería a ninguna.

TODAS: Yo también.

MODERADORA: ¿Dudaríais de vuestra amiga?

CECILIA: Yo me fiaría más de mi amiga.

MODERADORA: ¿Entonces, normalmente os creéis las cosas que dicen las *influencers*?

PAULA: Yo depende. A algunas sí les hago caso.

LOLA: A mi me han influido las opiniones.

NATALIA: Yo sí normalmente.

MODERADORA: Lola, tú que has dicho en las opiniones a que te refieres?

LOLA: Pues hay veces que si explican las cosas y no las imponen pues sí que digo ay me gusta y empiezo también a pensar así.

MODERADORA: ¿Alguna vez habéis publicado algo, por ejemplo, en sitios donde no estabais o personas con las que no estabais en ese momento?

CECILIA: Yo no.

LOLA: Yo sí, alomejor de subir una foto con una amiga porque le había dicho a otra que había quedado con ella o a mis padres, pero de inventar, por ejemplo que estoy de viaje, eso no.

PAULA: Pues yo al revés, yo si he hecho eso intento no subir nada o que las personas con las que yo estoy no suban nada.

MODERADORA: Y por ejemplo, haceros una foto con ropa o con unos zapatos que no son vuestros para que crea la gente que es vuestro ¿eso lo habéis hecho?

LOLA: Yo nunca, pero mi hermana que es de mi edad sí lo hace mucho.

TODAS: No.

MODERADORA: Vale y ¿conocéis a gente que lo haga?

TODAS: Sí.

PAULA: Hombre madre mía, hay una amiga mía que ya se lo hemos dicho 30 veces, pero sigue diciendo que la de las fotos es ella, cuando se nota claramente que no lo es.

CECILIA: Sí, una amiga mía también hacía eso.

MODERADORA: ¿Qué pensáis de esto?

ELENA: Me parece un poco triste, como vacío por dentro y querer demostrar algo.

LOLA: Y que hay gente que la cuela pero se suele notar porque conoces a la persona.

NATALIA: Yo creo que son inseguridades y que lo hacen por miedo a que les juzguen.

CECILIA: Sí y por querer aparentar algo que no eres.

MODERADORA: ¿Por qué lo hacen a través de las redes sociales?

PAULA: Porque por ahí es muy fácil.

NATALIA: Y porque también llega a un mayor número de gente.

ELENA: Y saben que lo van a ver y que van a hablar de eso.

MODERADORA: Vale y ya estamos llegando a las últimas preguntas. ¿Las redes sociales cómo influyen en vuestra forma de ser?

NATALIA: A mi me hace mucho más insegura.

LOLA: A mi también inconscientemente y también te comparas.

PAULA: Ah sí eso muchísimo y hace mucho daño.

LOLA: Y yo me he comparado más con gente de mi edad que con famosos.

PAULA: Yo en Tik Tok hay veces que he acabado mal después de verlo.

ELENA: Yo si tengo que sacar algo bueno es que me entero de más cosas.

CECILIA: A mi creo que me aportan más cosas negativas que positivas la verdad.

MODERADORA: ¿Pero no vais a dejarlas de utilizar?

ELENA: Yo me lo planteo cada semana pero nunca lo hago

CECILIA: No

MODERADORA: ¿Cómo seríais si no tuvierais las redes sociales?

CECILIA: Yo quizás menos insegura

LOLA: Yo creo que conoceríamos a menos gente y en mi caso yo sería menos extrovertida.

PAULA: Yo creo que tendríamos menos estilo, porque no veríamos las fotos y a las *influencers*.

NATALIA: Viviríamos más el momento.

CECILIA: Sí, perderíamos menos el tiempo

MODERADORA: ¿Creéis que las redes sociales son un mundo paralelo a la vida real?

NATALIA: Sí, es un mundo paralelo.

LOLA: Sí, nunca te puedes creer 100 por 100 lo que hay.

PAULA: Tienes que conocer a la persona para saber cómo es.

ELENA: Claro porque solamente muestran la parte que quieren.

MODERADORA: ¿Qué pasaría ahora mismo si las redes sociales desaparecieran cómo os sentiríais?

PAULA: Uy pues sería fatal, si ahora desaparecieran se liaría.

CECILIA: Sí muchísimo, hay gente muy enganchada.

LOLA: A mi me fastidia un poco porque me costaría no tenerlas en mi día a día, pero me acostumbraría porque todo el mundo estaría igual, pero si me pasa solo a mi pues sí lo pasaría mal.

MODERADORA: Claro ¿qué pasaría si esto solo os pasase solo a vosotras?

PAULA: Pues yo también sobreviviría perfectamente.

CECILIA: A mi me jodería pero podría.

PAULA: Yo cuando pierdo o se me rompen los móviles, no me importa no estar conectada pero es verdad que por mi cuenta propia pues no soy capaz.

8. Bibliografía

Arab, G. y Díaz, (2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos, *Revista Médica Clínica Las Condes*, 26, 7-13. DOI:

<https://doi.org/10.1016/j.rmclc.2014.12.001>.

Bandura, A. (1982). *Teoría social del aprendizaje*. Barcelona: Vergara.

Bauman, Z. (2008). *El arte de la vida. De la vida como obra de arte*. Barcelona: Paidós.

Blázquez-Entonado, F. (2001). “Profesores y alumnos en la sociedad de la información: una reconsideración de sus respectivos papeles”. *Sociedad de la Información y Educación*. Mérida (Badajoz), 217-237.

Bernete, F. (2009). “Jóvenes en el siglo XXI, Mujeres. Usos de las TIC, Relaciones sociales y cambios en la socialización de las y los jóvenes”. *Juventud y nuevos medios de comunicación*, 97-114.

Bijker, W., y Law, J. (2000). *Shaping technology: Building society*. Cambridge: The MIT Press.

Cáceres-Zapatero, M. D., Ruiz-San Román, J. A., y Brändle-Señán, G. (2009). Comunicación interpersonal y vida cotidiana. La presentación de la identidad de los jóvenes en Internet. *CIC: Cuadernos de información y comunicación*, 14, 213-231.

Calvillo-Ríos, C. A., y Jasso-Velázquez, D. (2018). Las redes sociales, sus efectos psicológicos consecuencia en la salud mental. *Alternativas Cubanas en Psicología*, 6.

Cantor-Silva, M. I., Pérez-Suárez, E., y Carrillo-Sierra, S. M. (2018). Redes sociales e identidad social. *Aibi revista de investigación, administración e ingeniería*, 6, 75–83.

Castaño, L. C. (2012). Identidad mosaico: La encarnación del yo en las redes sociales digitales. *Revista Telos*, 91, 59.

Castaño, L. C. (2015). Construir y comunicar un “nosotras” feminista desde los medios sociales: Una reflexión acerca del “feminismo del hashtag”. *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 4.

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

Das, S., y Kramer, A. (2013). Self-censorship on Facebook. *In Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 7, 120-127.

Díaz-Gandasegui, V. (2011). Mitos y realidades de las redes sociales. *Prismasocial. Revista de Ciencias Sociales*, 6, 1-26.

Donath, J., y Boyd, D. (2004). Public displays of connection. *BT Technology Journal*, 22, 71-82.

Echeburúa, E. y Corral, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Adicciones*, 22, 91-96.

Echeburúa, E., y Requesens, A. (2012). *Adicción a las redes sociales*.

ESIC Business y Marketing School. (2018). *Las 6 generaciones de la era digital*.ESIC.

Floridi, L. (2015). *The onlife manifesto: Being human in a hyperconnected era*. Springer Nature.

Gandy, O. (2000). *Exploring Identity and Identification in Cyberspace*, 14 Notre Dame J.L. Ethics & Pub. Pol'y 1085.

García-Gutiérrez, J. y Ruiz-Corbella, M. (2020). Aprendizaje-servicio y tecnologías digitales: un desafío para los espacios virtuales de aprendizaje. *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*.

Garriott, R. (1985). *Ultima IV: quest of the avatar*. Origin Systems.

Gértrudix, B. M., Borges, R. E., y García, G. F. (2017). Redes sociales y jóvenes en la era algorítmica. *Telos*, 107, 62-70.

Giones-Valls, A. y Serrat-Brustenga, M. (2010). La gestión de la identidad digital: una nueva habilidad informacional y digital. *BiD: Textos universitaris de biblioteconomia i documentació* 24, 1-15.

Goffman, E. (2003). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Buenos Aires: Amorrortu.

Guzmán, O. y León, V. (2014) Construcción de identidad de los y las jóvenes en las redes virtuales. Proyecto de investigación formativa. *Universidad Piloto de Colombia*.

Jiménez, R. G. A., Bravo, C. B., y Ilardía, I. M. P. (2020). Uso de las redes sociales entre los jóvenes y ciudadanía digital: análisis tras la COVID-19. *REIDICS. Revista de Investigación en Didáctica de las Ciencias Sociales*, 7, 64-81.

Juan de Isasi, J.(2019). Análisis de la encuesta sobre equipamiento y uso de las TIC en los hogares. *Instituto Nacional de Estadísticas*.

Krueger, R. A. (1991). *El grupo de discusión: guía práctica para la investigación aplicada*. Pirámide.

Lang, C., y Barton, H. (2015). Just untag it: Exploring the management of undesirable Facebook photos. *Computers in Human Behavior*, 43, 147-155.

Limited, T. (2021, 22 marzo). *What is ICT?* Tutor2u.

Long, G. P. (1994) Who Are You? Identity and Anonymity in Cyberspace. *University of Pittsburgh Law Review*, 55, 1177- 1213.

Martínez, M. y Sánchez, E. (2016). Construcción de la identidad y uso de redes sociales en adolescentes de 15 años. *Revista PsicoEducativa: reflexiones y propuestas*, 2, 17-23

Megías-Queirós, I., y Rodríguez San Julián, E. (2018). Jóvenes en el mundo virtual: usos, prácticas y riesgos. *Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud. FAD. Fundación Mapfre.*

Michavila, N., Abad, M. J., y García, P. (2018). El impacto de las pantallas en la vida familiar. *Empantallados. GAD3.*

Molina, B. (2003). *Las TIC's en los Espacios Familiares.* Universidad de la Frontera, Chile.

Molina-Prendes, N., y Quintana, M. (2019). Jóvenes universitarios ecuatorianos entre redes y avatares de la información. *Edumecentro, 11*, 8-26.

Moschis, G. P., y Churchill Jr, G. A. (1978). Consumer socialization: A theoretical and empirical analysis. *Journal of marketing research, 15*, 599-609.

Muñoz, R. N. (2007). Socialización del conocimiento académico con el uso de tecnologías de información y comunicación (TIC). *Enl@ ce: revista venezolana de información, tecnología y conocimiento, 4*, 41-56.

Nicolás, O. E. (2016). Generación Z: Móviles, redes y contenido generado por el usuario. *Revista de Estudios de Juventud, 114*, 111-126.

Ortiz, M. y Harwood, J. (2007). A social cognitive theory approach to the effects of mediated intergroup contact on intergroup attitudes. [Un enfoque de la teoría cognitiva social sobre los efectos del contacto intergrupales mediado en las actitudes intergrupales]. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 51*, 615-631.

Pérez, M. T., Simón, P., Clavería, S., García-Albacete, G., López, A., y Torre, M. (2020). Informe Juventud en España 2020. *Madrid, Instituto de la Juventud, INJUVE.*

Prensky M (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon, MCB University Press, 9.*

Pisani, F y Piotet, D. (2008), *La alquimia de las multitudes: cómo la web está cambiando el mundo*, Barcelona: Paidós.

Portillo-Fernández, J. (2016). Planos de realidad, identidad virtual y discurso en las redes sociales. *Logos (La Serena)*, 26, 51-63.

Renau, V., Oberst, U y Carbonell, X. (2013) Construcción de la identidad a través de las redes sociales online: una mirada desde el construccionismo social. *The UB Journal of Psychology*. 43, 159-170.

Roa, M. M. (2021, 1 febrero). *La adicción a las redes sociales en el mundo*. Statista Infografías.

Rodríguez, D. E. A., y Hung, E. S. (2010). Identidad y subjetividad en las redes sociales virtuales: caso de Facebook. *Zona próxima*, 12, 190-207.

Ruiz-Corbella y Juanas-Oliva, (2013). Redes sociales, identidad y adolescencia: nuevos retos educativos para la familia. *ESE. Estudios sobre Educación*, 25, 95-113.

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Editorial Gedisa.

Silva, M. I. C., Suárez, E. P., y Sierra, S. M. (2018). Redes sociales e identidad social. *Aibi Revista De Investigación, Administración e Ingeniería*, 6, 74-82.

Sola-Morles, S. (2012). Narrativas mediáticas y construcción de identidades. Una perspectiva semiótica. *En: En torno a la Semiótica de la Cultura*. Editorial Fragua- Fundación Ortega-Marañón, 157-165.

Sola-Morales, S. (2014). Medios de comunicación, marcos de referencia y construcción de identidades. *En: Contratexto*, 22, 147-165.

Sola-Morales, S. (2016) El sujeto en el centro de la socialización mediática: entre la recepción y la participación virtual. *Dixit*, 25, 49-63.

Tajfel, H. (1981). *Human groups and social categories*. Cambridge: Cambridge University Press.

Turkle, S. (1997). Seeing through computers. *The American Prospect*, 8, 76-82.

Turkle, S. (1998). *La vida en la pantalla: la construcción de la identidad en la era de Internet*. Grupo Planeta.

Turkle, S. (2011). *Life on the Screen*. Simon and Schuster.

Usuarios de redes sociales en España. (2021). EPData.

Vela-Meléndez, L.(2021).El rol de las redes sociales en la pandemia del COVID-19. *Revista Digital para Estudiantes de Geografía y Ciencias Sociales*, 12, 121-132.

Whitaker, R. (1999) *The End of Privacy: How Total Surveillance is Becoming a Reality*. Nueva York, NY: The New Press.