

FACEBOOK COMO ESCENARIO DE ACTUACIÓN DEL SÍ MISMO: ADOLESCENCIA Y NUEVOS SENTIDOS DE CONSTRUCCIÓN DE INTIMIDAD

Alondra Pedrero Carriel
Paulina Valdivia Cerón

RESUMEN

El uso de las redes sociales se ha masificado en los últimos años, siendo *Facebook* actualmente la más popular, en Chile al año 2012 esta red alcanzó los 9.2 millones de usuarios. La inserción de las personas en este medio ha influido en la manera en que éstas se presentan a sí mismas, incluyendo la presentación de un *yo íntimo*. Esto puede ser especialmente relevante en un contexto de adolescencia tardía, ya que en esta etapa ocurren una serie de procesos de asentamiento identitario y de volcamiento hacia el mundo social. Considerando lo anterior esta investigación se centra en cómo los participantes construyen su intimidad y cómo ésta es desplegada en *Facebook*. Se realizaron entrevistas semi estructuradas a 7 adolescentes de la Región de Valparaíso, entre los 15 y 19 años de edad, éstas fueron analizadas a través de análisis de contenido. Una vez analizadas las entrevistas se obtuvieron tres categorías, a través de las cuales se expone cómo los participantes dan cuenta de estrategias de administración de su sí mismo.

Palabras claves: intimidad expuesta, adolescencia, Facebook, redes sociales.

INTRODUCCIÓN

Ante la influencia que están teniendo las redes sociales virtuales en nuestra sociedad, resulta pertinente cuestionarse acerca de la manera en que éstas están incidiendo en la vida cotidiana de las personas y por lo tanto en cómo se traduce esta influencia en los espacios tanto públicos como íntimos de los sujetos. Según un estudio realizado por Pew Research Center (2013) el 76% de las personas que acceden a internet en nuestro país ingresan a alguna red social, siendo mayoritariamente individuos menores de treinta años de edad.

Han emergido diversas investigaciones que se han enfocado en el rol que están tomando las redes sociales en el espacio social. Sin embargo, al indagar nos encontramos con una literatura emergente, por lo cual este estudio se perfila como un aporte en cuanto a la temática, sobre todo en referencia a cómo se viven estos cambios a nivel local y nacional. Los elementos que destacan en las

investigaciones revisadas refieren a la influencia que tienen estas redes en la identidad, subjetividad y en definitiva en las relaciones que establecen las personas (Gil, Feliu, Espinosa, Ramírez, 2007; Farrés, Ferreira dos Santos, Veloso, 2010; Pérez, 2011). Las investigaciones destacan también el rol de los receptores de las publicaciones que se realizan en estas redes, basándose mayormente en las ideas de Goffman (1959) en torno a la administración de sí y Sibilia (2008), en relación al llamado que hacen las redes sociales en nuestra sociedad a la exposición constante de nuestra vida.

De esta manera existiría otra área que sin duda se ha visto influenciado por el surgimiento de las redes sociales: el espacio íntimo. Según diversos autores los límites entre lo público y lo privado estarían viviendo una serie de cambios, algunos indican incluso que la intimidad ya no existiría como la hemos entendido tradicionalmente (Dillon, 2013; Farrés et al, 2010; Sibilia, 2008;). Entre ellos Lacan (1959 citado en Sibilia, 2008) acuñó el concepto de extimidad, idea que es

retomada por la autora para referir a aquella intimidad que se vuelca hacia el exterior, surgiendo una especie de paradoja con el concepto original de intimidad donde ésta representa lo más interno y propio del sujeto.

El presente artículo aborda la temática de este cambio en torno a los procesos de construcción de intimidad, dentro de la plataforma virtual de *Facebook*, en tanto es la red social más utilizada a nivel mundial. Hemos optado por estudiar particularmente el rango etario entre los 15 y 19 años, representando a la adolescencia tardía (Unicef, 2011). Esto ya que durante esta etapa ocurre una búsqueda identitaria importante, se vuelve necesario pertenecer a un grupo (Aberasturi, 2002; Erikson, 2007; Leivi, 1995; Papalia, 2009; Pick, 2000), lo que se vería aún más explotado en esta red social. Se enfocó la investigación específicamente en el concepto de intimidad expuesta para referir a aquellos elementos que son identificados por los participantes como parte del espacio íntimo y que sin embargo son compartidos deliberadamente hacia una audiencia que es difusa, que no representa receptores específicos. De este modo el objetivo general de esta investigación es: *Conocer cómo construyen, su 'intimidad expuesta', los usuarios de Facebook entre 15 y 19 años de edad, pertenecientes a la región de Valparaíso, a través de sus narraciones.* Para esto se escogió una estrategia de investigación de tipo cualitativa, se contó con 7 sujetos a quienes se les realizaron entrevistas semi estructuradas, las que fueron grabadas y luego transcritas para ser analizadas a través de un análisis de contenido. A raíz de este se levantaron tres categorías las cuales son *Facebook como mini sociedad, Administración del yo como usuario de Facebook y Construcción de Intimidad.*

En cuanto a la estructura del presente artículo, en una primera parte se encuentra un marco de referencia, realizando un recorrido por las temáticas relevantes, las cuales son el auge de las redes sociales y particularmente de *Facebook*, la importancia de la adolescencia como etapa de cambios fundamentales en el establecimiento de la identidad de una personas y finalmente se aborda el concepto de intimidad y de intimidad expuesta. En una segunda parte se

exponen los resultados obtenidos a través de la producción de datos, donde se da cuenta de las visiones de los participantes sobre las temáticas que encuadran esta investigación, en conjunto con los análisis realizados sobre las entrevistas. Finalmente se presentan las conclusiones obtenidas a través de esta investigación y lineamientos que puedan dar pie a futuras investigaciones.

MARCO DE REFERENCIA

La evidencia demuestra que el uso de internet ha incrementado de forma exponencial en los últimos años, ésta ya no sólo se utiliza como una herramienta de trabajo, sino que funciona en otros espacios. Según lo expuesto en un estudio de Pew Research Center (2013), en Chile el porcentaje de usuarios que accede a internet diariamente es del 69% y su uso entre personas bajo los 30 años de edad, llega a un 85%. Es innegable que esto ha tenido un impacto importante en cómo las personas se comunican y relacionan.

Dentro de este espacio emerge el concepto de la red social, podemos decir que ésta es una plataforma virtual, un sistema abierto de comunicación que permite mayoritariamente la transmisión rápida de información. Según Orihuela (2008, citado en Díaz, 2011) "las redes sociales online son entendidas como servicios basados en la web que permiten a sus usuarios relacionarse, compartir información, coordinar acciones y en general mantenerse en contacto" (p. 4). Existen diversas redes sociales que son gratuitas, tales como *Twitter*, *Instagram* y *Facebook*, entre otras, las que reúnen un gran número de usuarios y que permiten a éstos la constante publicación de contenido.

El surgimiento de las redes sociales se enmarca en la llamada Web 2.0, que refiere a un cambio en el uso dado al espacio virtual. Como explican Santiago y Navaridas (2012)

En la web 2.0 los protagonistas son todos los usuarios que acceden, comparten y generan contenidos (...) supone que cuando el usuario es el protagonista, su «reputación» en la red influye en lo que le rodea, especialmente en la cantidad de atención y confianza que es capaz de generar a su alrededor. (p.23)

Estas características configuran cómo se desenvuelven los usuarios en la red y, por lo tanto, genera un cambio en cómo se percibe este espacio. Como exponen Aguilar y Said (2010), “la formación de redes sociales virtuales es un fenómeno paralelo al desarrollo del dominio público del ciberespacio y un campo de creciente interés para las ciencias sociales” (p. 194). Como explican los autores, es la posibilidad de comunicación inmediata, atemporal, sin necesidad de contacto físico, lo que rompe con las limitaciones espaciales, atrayendo a las personas a formar parte de estas redes sociales, otorgando la posibilidad de interacción de sujetos anónimos que en otras esferas de la vida cotidiana muy probablemente no habrían tenido razón ni forma de relacionarse.

El estudio de Pew Research Center (2013) expone cómo ha avanzado el uso de este tipo de redes. En sus resultados exhibe que en nuestro país, el 76% de las personas, una vez que están en internet, accede a redes sociales. Esto podría estar dando cuenta de la influencia que están teniendo las plataformas virtuales en la vida cotidiana de las personas.

En cuanto a las interacciones que se dan a través de estas redes, distintas investigaciones reconocen que éstas generan determinadas maneras de relacionarse y crean un nuevo escenario de expresión de identidad y quizás incluso de construcción de subjetividad (Gil et al, 2007; Morduchowicz, 2012; Pérez, 2011). Esto considerando que como expresa Sibilia (2008) “la subjetividad es necesariamente *embodied*, encarnada en un cuerpo; también es siempre *embedded*, embebida en una cultura intersubjetiva” (p. 20). Por lo tanto los cambios que surjan en una determinada cultura, irán permeando las formas de ser y estar de sus miembros, en las distintas esferas sociales.

Considerando la relevancia que han tomado las redes sociales en el último tiempo, es posible entender que los procesos de construcción de subjetividad se vean mermados por todo lo que vivimos y actuamos en el espacio virtual. Parte de ello es que lo que antes conformaba una relación,

como era entendida tradicionalmente, hoy en día ha sumado una serie de características propias de esta nueva forma de comunicación, tal como la atemporalidad, la multiplicidad de posibilidades de ser/estar en este espacio, volviendo innecesaria la proximidad física y facilitando entre otras cosas la expresión de aquello que resulta difícil decir en persona.

Facebook como fenómeno social

La presente investigación está enfocada en la red social *Facebook* en tanto es, según las estadísticas, la que más usuarios reúne en Chile; al año 2012 el porcentaje de usuarios era de 55% respecto a la población total¹. Según un informe de Social Bakers (2012) dentro de Latinoamérica, los jóvenes son sus principales consumidores, ascendiendo a un 42% los usuarios entre 16 y 24 años de edad. Por otro lado, según el Instituto Nacional de la Juventud (2012), el 48% de la población joven chilena, que corresponde al rango etario de los 15 a 29 años, se conecta todos los días a internet invirtiendo en promedio 3,5 horas diarias en esto. Además, el 48% de los jóvenes declara ingresar a *Facebook* o *Twitter* todos los días, siendo ésta su principal actividad al momento de navegar.

Facebook en particular posee una serie de características que parecieran hacer más atractiva esta red para los usuarios de internet. El espacio entregado por esta red permite al usuario estar en contacto con todas las personas que quiera, pudiendo expresar estados de ánimo, publicar fotos y/o videos. Respecto de los elementos que publique, podrá escoger con quién compartirlos mediante un rango de privacidad, desde una lista específica de personas, todos sus amigos de *Facebook*, o incluso público, donde personas que no tenga agregadas a su perfil podrán acceder a ellas libremente. *Facebook* se erigirá entonces como una comunidad virtual, entendiendo que “las comunidades virtuales están diseñadas precisamente para permitir a sus usuarios la posibilidad de re-crearse, re-diseñarse y convertirse en versiones quizás

¹ Según el Censo 2012, realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas la población total de Chile asciende a 16.572.475.

mejoradas de sí mismos” (Aguilar y Said, 2010, p. 194). A través de las diversas decisiones que el usuario toma dentro de la red social, éste va construyendo no sólo un perfil bajo el concepto propio de *Facebook*², sino una forma de ser y estar en esta red.

Este despliegue dependerá en definitiva de lo que la persona decida mostrar de sí mismo y, por lo tanto, de aquello que desea/decida ocultar, tal como es explicado por Díaz (2011) al decir que “la identidad en redes sociales como *Facebook* se encuentra posicionada en medio de la dialéctica del ser real y el ser ideal (...) se elige la imagen, comentarios y gustos de aquello que causará mejor repercusión social” (p. 12). A través de esta red social los usuarios pueden escoger cómo ser, quién ser, se entregan una multiplicidad de posibilidades y existen así diversas decisiones que tomar en cuanto a la identidad. De este modo “lo que en nuestras relaciones presenciales percibimos como un yo monolítico, como algo ya dado, en concordancia con nuestras creencias modernas sobre el individuo, en la virtualidad se diluye dejándonos múltiples posibilidades de ser” (Gil et al, 2007 p. 493). Esto conforma, a la vez, la manera en que se dan las interacciones sociales y añade un nuevo elemento a las relaciones interpersonales que un sujeto mantiene.

Para entender el concepto de identidad se trabajó con lo propuesto por Goffman (1959), en tanto consideramos que es una base sólida y que se relaciona en mayor medida con los objetivos de esta investigación. El autor expone, en referencia al concepto de identidad de una persona, que ésta no debiera ser definida como algo singular sino como una pluralidad de identidades. Se concibe además que las identidades son producto de una actuación que se desarrolla en un escenario, la cual es recibida y observada por un auditorio. El sujeto en este sentido, estaría volcado hacia el exterior y buscaría a través de su actuación, ajustarse

² Perfil en Facebook refiere a la página personal de cada usuario, en la cual se expone el nombre de éste, foto de perfil, foto de portada y donde podrá realizar publicaciones de texto, imagen o video y donde también otras personas podrán realizar publicaciones según la configuración de privacidad del usuario en cuestión.

a los diversos escenarios en los que se desenvuelve, dependiendo de estos escenarios existiría un ajuste en su identidad.

De este modo los escenarios estarían conformados no sólo por el sujeto y el receptor directo del mensaje, sino por un auditorio o audiencia. Ésta según Goszczinski (2008, citado en Farrés et al., 2008), tiene la función no solamente de observar y recibir los mensajes que circulan sino que es testigo activo de la situación. Hoy en día, *Facebook* se erige como un nuevo escenario recipiente de las actuaciones de sus usuarios, donde la audiencia se vuelve aún más colectiva y difusa. Esto en tanto las actuaciones del sujeto y las interacciones en las que éste participa, no sólo son recibidas por los receptores intencionados sino que existe un espacio desconocido de quiénes más han sido testigos de éstas.

Facebook ofrece la posibilidad de que lo que se expresa pueda ser visto por otro en el momento inmediato, sin necesidad de contacto físico. De tal manera, como usuarios de esta red social “podemos jugar con la imagen que mostramos de nosotros, esto es, decidir qué y cómo nos contamos, pero con algunos grados más de libertad en el momento en que podemos esconder nuestro cuerpo” (Gil et al., 2007 p. 492). Esto facilita la expresión de aquello que en otros espacios se mantendría oculto ya sea por vergüenza o miedo a enfrentar directamente a los posibles receptores, sobre todo cuando se trata de algo cargado de contenido emocional o que es del ámbito más íntimo del individuo.

Algunos autores han indicado que otra diferencia con la comunicación en persona es que la red permite una multiplicidad de relaciones simultáneas. Como explican Gil et al. (2007) “la eliminación de la distancia física (...) posibilidad también que se puedan simultanear diferentes relaciones virtuales con un grado de intensidad que no permitiría la tecnología anterior” (p. 494). De esta manera el usuario puede estar al mismo tiempo hablando con alguien, revisando el perfil de otra persona y comentando el estado de una tercera, lo mismo multiplicado por la cantidad de usuarios accediendo a la red en ese mismo momento.

Facebook y adolescencia

Debido a que las redes sociales ocupan parte importante de la vida de las personas, existe un interés de las ciencias sociales de entender cómo éstas afectan las formas de ser en sociedad. En este sentido Páramo (2004) concluye en su investigación que efectivamente las redes sociales han generado un cambio social; Corredor, Pinzón y Guerrero (2011) añaden que existe una visión negativa sobre la influencia de las redes sociales en la vida de las personas, cuando en realidad los usuarios no son entes pasivos sino creadores de contenido. Los investigadores se han abocado además en gran medida a relacionar este fenómeno con la juventud y adolescencia, llegando a concluir que observar a los jóvenes podría entregar información sobre las nuevas pautas de identidad influenciadas por la existencia de estas redes (Portillo, 2006), que elementos como la baja autoestima y falta de habilidades sociales se ven influidas por los altos niveles de adicción a redes sociales como *Facebook* (Herrera, Pacheco, Palomar, Zavala, 2010) y que los jóvenes caerían en una sobre exposición dentro de este espacio (Almansa, Fonseca, Castillo, 2013).

Considerando esto, no es menor que sean los adolescentes quienes utilizan en mayor medida esta red social. Como ha sido expuesto en la literatura, esta etapa presenta al individuo con una gran variedad de cambios que irán configurando su identidad. Como explica Reimond-Riviere (1980):

La adolescencia es y será siempre un periodo de crisis y de desequilibrio, carácter que se debe tanto a los cambios fisiológicos que se realizan y a sus repercusiones psicológicas, como a la obligación para los jóvenes de realizar su inserción en la sociedad y encargarse de su propio destino". (p. 157)

En definitiva para poder desarrollarse y expresarse en el contexto social e individual, los adolescentes deben comenzar a organizar sus intereses y deseos.

Durante esta etapa ocurre una vuelta por parte del individuo hacia el mundo social, siendo influido en gran medida por su capacidad de vincularse con los demás y de establecer relaciones significativas. Este volcamiento se da principalmente hacia el grupo de pares de modo de desmarcarse de las identificaciones del núcleo familiar. La presente investigación se enfoca en la adolescencia tardía, que comprende según Unicef (2011) al rango entre los 15 y 19 años de edad, etapa en la cual la influencia del grupo de pares dependerá en gran medida de la confianza y claridad que tenga el adolescente en su propia identidad. Como explica Leivi (1995) el adolescente deberá desprenderse de su pasado infantil, en gran medida narrado por su familia, para narrar su propio presente y futuro como adulto. De esta manera es que la experiencia de los individuos se articula, dando definición a la construcción de nuevos vínculos sociales.

En esta búsqueda identitaria, para los adolescentes se vuelve fundamental hacerse parte de "algo" y las redes sociales abren un nuevo marco dentro del cual se encuentra su grupo de pares. Como expone Morduchowicz (2012), "la construcción de identidad en los adolescentes y la necesidad de pertenecer a un grupo social van siempre juntas y se condicionan mutuamente" (p. 26). *Facebook* en este sentido otorga el espacio para probar su identidad, para hacerse saber a otro e ir constituyendo un sentido de pertenencia. Según Urresti (2008, citado en Farrés et al., 2008) se crea un nosotros particular, una "nueva forma de comunidad que funciona entre la pertenencia y la referencia, generando un nuevo vector de pertenencia colectiva" (p. 3). Como ya mencionamos, las relaciones con el grupo de pares se vuelven más importantes durante la adolescencia y el estar fuera de *Facebook* es muy probable que le signifique al adolescente estar fuera de éste también, generando un interés importante por formar parte de esta red social.

Además como explica García (2005, citado en Morduchowicz, 2012) el espacio virtual presentaría un primer paso de emancipación para los adolescentes, en tanto funciona como un lugar ajeno a los padres, anticipando una suerte de independencia de su familia. Esta idea de emancipación se

mezcla además con el interés de los adolescentes por exponerse, considerando lo expuesto por Elkind (1967), quien explica que el adolescente se encuentra creando constantemente una *audiencia imaginaria*, que observa y juzga, ante la cual debe mostrarse. En este sentido *Facebook* podría estar alimentando esta idea, ofreciendo al adolescente un espacio concreto donde exponerse y validarse ante un otro. De esta manera podemos entender que estos distintos factores se conjugan otorgando a las redes sociales mayor valor y relevancia en la vida de los adolescentes, particularmente en referencia a *Facebook*, considerando que es la red social más utilizada actualmente.

De la Intimidad a la Extimidad

Las nuevas formas de interacción que se dan dentro de la red tocan en definitiva variados espacios de la vida de las personas. De este modo, así como tienen influencia en las subjetividades e identidades, “tienen importantes consecuencias en la redefinición de los límites entre lo público y lo privado” (Henderson, Taylor y Thomson 2002 citados en Gil et al., 2007 p.494). Por un lado se encuentra lo público, entendido desde Carel (1992 citado en Farrés et al., 2010) como aquello relacionado con la sociedad, las distintas reglas que se comparten, las que son aprehendidas por sus miembros. Se habla entonces de espacio público en tanto el lugar en el que el sujeto está a la vista del resto, de forma transparente, la persona se muestra hacia afuera de tal modo que cualquiera puede acceder a él. En contraposición se encontraría el concepto de lo íntimo, entendido según la RAE, como aquello que es “lo más interior o interno”, al mismo tiempo Farrés et al. (2010) definen lo íntimo como “el espacio intra psíquico del sujeto, digamos lo relativo al sí mismo” (p. 11). Se entiende entonces que los límites que cada sujeto establezca en cuanto a sus espacios íntimos/públicos, influyen directamente en cómo este se relaciona con quienes le rodean. El sujeto se despliega frente a otros de determinada manera, performando su subjetividad a través de estas decisiones.

Como se expuso anteriormente, la adolescencia es la etapa que ha sido identificada por la literatura como de vital

importancia para el establecimiento de la identidad. Así mismo consideramos que el espacio íntimo es un lugar que comienza a ser construido desde la niñez para asentarse en la adolescencia, momento en que el sujeto se desprende de los referentes paternos para volverse al grupo de pares. Si bien el adolescente actual mantiene relaciones cara a cara, lo cierto es que las redes sociales y en particular *Facebook*, presentan nuevas formas para el establecimiento de relaciones interpersonales que no incluyen el contacto físico.

Por otro lado, la red virtual potencia el establecimiento de espacios íntimos, en tanto las interacciones que el joven mantiene se transforman o no en parte de su grupo íntimo según su propia elección (Farrés et al., 2010). Las características de privacidad otorgadas por *Facebook* a sus usuarios permiten, como ya dijimos la elección por parte de éste de con quién compartir determinados contenidos y con quién no. A partir de esto se puede reconocer cómo la intimidad es desplegada como algo que tiende hacia afuera, una intimidad que no se guarda, si no que se expone, lo que se ve exacerbado actualmente con el auge de las redes sociales que motivan a sus usuarios a mostrar y compartir los distintos elementos de su vida.

Incluso antes de que existieran las redes sociales virtuales, Lacan había acuñado el concepto de “extimidad” para explicar cómo es que aquello que forma parte de lo íntimo de un sujeto encuentra sostén y sentido para sí mismo en lo exterior (Lacan, 1958 citado en Tello, 2013). Según el autor sería en este espacio ajeno donde se estaría determinado a reconocer lo íntimo. *Facebook* y las redes sociales en general han ido difuminando los límites entre lo que es concebido como lo público y lo privado, otorgando un escenario para que aquellos elementos más íntimos se muestren. Si bien el concepto de intimidad es algo que concierne a la interioridad del sujeto, lo que permite constituir esta intimidad se relaciona en gran medida con su inmersión en la cultura y, por ende, las relaciones sociales que éste mantenga van a depender de las pautas culturales dentro de las cuales se enmarca.

Relacionado con esto, Sibilia (2008 citada en Dillon, 2013) expone que “la separación

rígida entre el ámbito público y la esfera privada es una convención histórica que corresponde al siglo XIX y principios del XX” (p. 18). La autora retoma el concepto de Lacan de extimidad, reafirmando y reconociendo que la intimidad actualmente está siendo exhibida. Tomando ambas consideraciones de lo étimo se puede comenzar a visibilizar la importancia que tiene el receptor/testigo sobre lo que se está actuando y exhibiendo, adquiriendo un papel fundamental en su validación. De este modo Dillon (2013) en su estudio sobre intimidad y adolescencia en Argentina, toma el concepto de Sibilia de personalidades alterdirigidas, para referirse a “construcciones de sí orientadas hacia la mirada ajena” (p. 18). Mediante esta mirada, los adolescentes estarían buscando probar su identidad, llegando a descuidar el resguardo de los elementos que formarían parte de lo íntimo, con el afán de ser más populares.

Consideramos que los elementos en sí mismos no pueden ser identificados como íntimos, sino que están cargados de significados y sentidos que son los que finalmente los definen. *Facebook* ofrece distintos espacios en los cuales compartir estos elementos ya sea mensajes privados, muro, grupos de membresía abierta o cerrada, lo que demarcaría límites en cuanto a los sentidos de lo que se comparte. Las fotos, las emociones, las experiencias se muestran en *Facebook* por sus usuarios de determinada forma, descartando otras tantas, es a partir de esta decisión de dónde publicar determinados elementos, que el usuario podría estar dando cuenta del carácter público o íntimo que le otorga a éstos.

Tomando esto en cuenta, para la presente investigación se trabajó con el concepto de intimidad expuesta. Ésta se encontraría compuesta por todos aquellos elementos que según los sujetos son parte de su espacio íntimo, pero que sin embargo, son publicados frente a un otro. Este otro no es escogido explícitamente por los sujetos, si no que está ahí, como una audiencia que es testigo y juez de lo que se expone.

Consideramos importante profundizar en los sentidos y significados que otorgan los sujetos, en este caso adolescentes, a su intimidad dentro del espacio de las redes

sociales. Relacionado con esto, ¿cómo se despliega en *Facebook* su intimidad? en definitiva, ¿qué elementos la estarían constituyendo? Como señala Díaz (2011) “los usuarios divulgan información en el ciberespacio desvaneciendo las barreras tradicionalmente existentes entre lo público y lo privado” (p. 14). Nos aventuramos a creer que existen elementos que los usuarios mantienen privados (no los publican), no obstante hay ciertos escenarios que parecieran pertenecer al orden de lo íntimo y se exponen en la red, tales como situaciones de alto contenido emocional, relaciones sentimentales, etc.

Nos preguntamos entonces ¿Qué es lo que se comparte? ¿A quién se está compartiendo? ¿Cómo se imprime en la vida de los jóvenes este ser y estar en la red social? En definitiva, ¿Cómo despliegan su intimidad en este espacio virtual?

SISTEMA DE OBJETIVOS

Objetivo General:

Conocer cómo construyen una ‘intimidad expuesta’, los usuarios de *Facebook* entre 15 y 19 años de edad, pertenecientes a la región de Valparaíso, a través de sus narraciones.

Objetivos específicos:

- Analizar las descripciones, que los adolescentes entre 15 y 19 años hacen de su experiencia en la red social *Facebook*.
- Comprender cómo se presentan en *Facebook* los adolescentes entre 15 y 19 años, a través de la explicitación de los criterios según los cuales comparten publicaciones en la red social *Facebook*.
- Describir cómo los criterios de administración de sí, se relacionan con las concepciones de intimidad de los adolescentes entre 15 y 19 años.

METODOLOGIA

Tipo de Investigación

Para este estudio se siguió una estrategia cualitativa de investigación, considerando que lo que se buscaba era obtener las

narraciones de los usuarios de *Facebook* y así conocer la manera en que éstos construyen su intimidad dentro de esta red social desde su propio relato. Esto nos permitió profundizar más en las ideas, de modo de ampliar la información que obtuvimos de los sujetos, basándonos en sus propios significados y generando una mayor riqueza en referencia a los objetivos de esta investigación. De esta manera se realizó un acercamiento descriptivo del fenómeno y se obtuvieron los datos desde la propia experiencia de los sujetos.

Producción de datos

Para generar los datos necesarios, se realizaron entrevistas semiestructuradas, de tal forma de tener un marco claro para abarcar a cabalidad las temáticas de interés para la investigación y además tener una noción lo más completa posible de las experiencias de los participantes. Asimismo se realizó este tipo de entrevistas con el fin de tener mayor variabilidad discursiva en torno al objeto de estudio, que en este caso son los relatos de los participantes. A partir de ello, también fue posible descubrir temáticas emergentes que surgieron, relacionadas con los objetivos de esta investigación.

Muestreo

Se utilizó un muestreo de tipo bola de nieve, en el cual se identificaron “casos de interés a partir de personas que conocen otros casos ricos en información” (Iñiguez, 2008 s/p). Éste permitió una mayor representatividad de tal manera de abarcar lo más posible el rango etario que respondía a las necesidades de esta investigación.

La muestra estuvo conformada por 7 sujetos entre los 15 y 19 años de edad, que debían contar con los siguientes requisitos: pertenecer a la región de Valparaíso, ser usuarios de *Facebook* desde hace al menos dos años e ingresar al menos una vez al día a la red social. Esto de modo que tuvieran conocimientos de la red y que hubieran vivido algunos de los cambios que ha tenido esta plataforma, fundamentalmente respecto a las configuraciones de privacidad y para asegurar que fueran usuarios activos de esta red social, de manera de asegurar que ésta ocupara una parte importante de su tiempo. Se buscó mantener una heterogeneidad en la

muestra, tanto en cuanto a la edad, como a sexo y estrato socioeconómico.

	Edad	Sexo	Ocupación
Sujeto 1	18 años	Femenino	Estudiante Universitaria
Sujeto 2	17 años	Masculino	Estudiante Enseñanza Media
Sujeto 3	19 años	Femenino	Estudiante Universitaria
Sujeto 4	19 años	Masculino	Estudiante Universitario
Sujeto 5	15 años	Masculino	Estudiante Enseñanza Media
Sujeto 6	15 años	Femenino	Estudiante Enseñanza Media
Sujeto 7	16 años	Masculino	Estudiante Enseñanza Media

Tabla 1: Datos demográficos Participantes

Procedimiento

Se realizaron entrevistas de entre 40 y 60 minutos de duración, en un lugar previamente acordado con cada participante. Éstas fueron llevadas a cabo por ambas investigadoras, entregando a los participantes las características del acuerdo de confidencialidad a través de una carta de consentimiento informado. Esto quedó respaldado mediante la firma por parte de los participantes de estas cartas, quedando una copia en sus manos y otra en propiedad de las investigadoras. Cada entrevista fue grabada y luego transcrita para su posterior análisis.

Análisis de la Información

Una vez obtenidos los datos, éstos fueron analizados a través de análisis de contenido, el cual es una “técnica de investigación destinada a formular a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto” (Krippendorff 1980, citado en Vázquez, 1994 p. 1). La

unidad de análisis fueron los relatos que hicieron los sujetos sobre su experiencia, tomando en cuenta que el lenguaje tiene efectos concretos sobre la realidad social, que construye en este caso una intimidad. Se considera que el lenguaje da cuenta de la estructura de las relaciones interpersonales, de la forma en que el sujeto se relaciona con el mundo (Sisto, 2009).

Se trabajó con lo que narraban los sujetos, desde sus propias formas de expresión, tomando en cuenta que representaban a un grupo etario en particular, con un lenguaje común desde el cual buscamos acceder a las construcciones narrativas, en este caso de su intimidad. Resultó fundamental no imponer ni interpretar ideas preconcebidas, sino que levantar el análisis desde la experiencia de los involucrados, de modo de acercarse lo más posible a su realidad particular (Santander 2011).

En consecuencia a este método de análisis de datos, se procedió con un análisis de contenido temático o categorial, que constó de tres etapas. Primero se llevó a cabo una etapa de pre análisis, a partir de los objetivos de la investigación planteados, donde se organizó el material obtenido y se realizaron lecturas sucesivas de las entrevistas transcritas, obteniendo datos brutos. En una segunda etapa se realizó la codificación, donde los datos brutos fueron transformados en "datos útiles", a través de una fragmentación de las entrevistas. Se dejó de lado el material que no respondía a los objetivos y los fragmentos obtenidos fueron catalogados en tópicos relevantes a la temática de la investigación. Finalmente, para organizar y condensar los datos que emergieron se llevó a cabo la etapa de categorización, adjudicando los tópicos a distintas categorías, de acuerdo a su similitud en significado. Las categorías resultantes fueron tres: *Facebook como contexto social, Prácticas de administración del exponer intimidad y Construcción de Intimidad.*

RESULTADOS

Las narraciones que realizan los participantes del estudio, respecto a la construcción de su intimidad que se ve desplegada en *Facebook* remiten a tres grandes temáticas. El tema central trata de cómo los participantes administran aspectos

de sí mismos y cómo esto va influyendo y construyendo una determinada forma de ser y de mostrarse a través de esta red social. A raíz de esta administración se despliegan en la plataforma virtual algunos aspectos que son identificados por los propios participantes como parte de su intimidad, mientras se reconoce también que otros elementos permanecen ocultos. Por otro lado y por estrecha relación surge la visualización de *Facebook* como contexto social aparte del mundo fuera de la red, el cual posee sus propias normas. La experiencia que relatan los participantes dentro de *Facebook* se alimenta directamente de los dos temas expuestos anteriormente, a la vez que esta misma vivencia influye en cómo se llegará a administrar tanto la imagen de sí mismo ante otro, como los elementos íntimos que se exponen dentro de esta red. Reconocemos entonces que existe un proceso de retroalimentación constante entre estos tres ejes.

Facebook como mini sociedad (Cómo se construye)

De repente Facebook es como una mini sociedad (...) Porque se ve como las relaciones que se dan entre las personas, las cosas que hacen, interactúan, se muestra en qué trabajan o cuándo dejan de trabajar, cuando pololean con alguien o cuando terminan, como una mini sociedad (E1).

Dentro del espacio de *Facebook*, pensado como una sociedad a nivel micro, aparecen dos elementos fundamentales para comprender cómo se desenvuelven los actores dentro de esta red social. En primer lugar están los receptores de lo que es compartido en *Facebook*, éstos son los mismos usuarios de la red social, quienes van a conformar una **audiencia** que se asume que está constantemente observando aquello que el otro está mostrando.

Por lo tanto existe una **audiencia** que no representa a alguien en particular sino al universo de usuarios receptores. *"De repente la gente se aburre de que uno esté feliz todo el tiempo y quiere que tenga problemas o la gente se aburre si uno está triste todo el tiempo"* (E1) En esta cita es posible ver cómo

la entrevistada reduce la audiencia a *la gente*, pareciera saber a quién se está refiriendo y al mismo tiempo, el receptor se encuentra difuso. No existe un receptor claro pero la participante asume que hay *alguien* que puede estar leyendo lo que publica en su perfil y juzgándolo.

A pesar de no saber exactamente quién es el receptor pareciera que las publicaciones que realizan los participantes en *Facebook* están siempre volcadas hacia esta audiencia, la que es omnipresente y está atenta a todo lo que se exponga en la red social

Si uno publica algo no lo publica para que lo pueda ver solamente uno, porque existe esa opción pero no es la gracia, porque la idea de publicarlo es compartirlo y compartirlo se refiere a que, qué dirán los demás o qué pensarán los demás o si le gusta a los demás (E:2)

Es posible además entrever la relevancia que toma la opinión de esta audiencia sobre lo que es expuesto por los participantes, es ésta la que pareciera validar y a veces coartar la participación de los usuarios. Se podría inferir que la relevancia que adquiere la opinión de la audiencia podría estar relacionada con la etapa del desarrollo en la cual se encuentran los participantes, durante la cual las posibles relaciones que se llegan a establecer con otras personas toman mayor importancia.

Respecto a este mismo tema, emerge entre los participantes más jóvenes la importancia de los “like” en las publicaciones

Subes una foto y la pones de perfil y después uno se fija en los “like”, entonces pasa mucho eso (...) dicen –esta cabra tiene 10 “like”, no, es fea- pero ven que la misma cabra tiene una foto con 50 “like” y dicen – esta cabra es bonita, regia, estupenda (E5)

Con estas últimas frases es posible evidenciar cómo la aceptación de las publicaciones por parte de la audiencia es fundamental para la legitimación del sí mismo dentro de esta red social, particularmente toma relevancia el uso de los “like” para demostrar esta aceptación y la atención prestada por parte de los receptores.

Este control tácito que ejerce la audiencia sobre los usuarios, guía el comportamiento de estos últimos hacia determinadas formas de funcionar en *Facebook*, de acuerdo a ciertos elementos que son aceptados en desmedro de otros, que no debieran pertenecer al espacio virtual. De esta vigilancia, se desprenden entonces ciertos **elementos normativos** implícitos *“incluso en realidad la otra gente lo puede ver bastante mal, en cambio si tú publicai algo que te gusta, encuentro que la gente no lo ve de mala manera” (E2)*. Si bien los participantes reconocen la existencia de ciertas pautas que se deben cumplir como miembros de esta red social, las asumen como nociones personales e individuales. Sin embargo, es posible evidenciar en las entrevistas realizadas que todos comparten visiones similares en cuanto a cuál es el desenvolvimiento aceptado por la audiencia en *Facebook*, las cuales se relacionan con nociones socialmente validadas acerca de lo que se debe o no mostrar.

Se reconocen dentro de las narraciones de los participantes elementos específicos que corresponden a normatividades que regulan transversalmente el actuar de los usuarios dentro de *Facebook*. Esto se vuelca tanto hacia los demás como a sí mismos, lo primero que es posible reconocer se relaciona con las características que deben tener las publicaciones dependiendo del espacio donde sean compartidas. Se identifica por ejemplo que el muro es un lugar donde las publicaciones deben ser más generales o abiertas a la audiencia, *“el muro es como más público, el muro es como más para cosas buenas así, para poner cosas que uno está haciendo, que está feliz” (E1)*, en este sentido se espera que haya cosas que vayan a tener una repercusión positiva en el resto, actividades cotidianas, gustos y al mismo tiempo evitar publicaciones demasiado banales, así como aquellas que ellos consideran que pertenecen al orden de lo privado *“aparte no me gusta también cuando las minas suben fotos como pornos así como muy ordinarias, no, tampoco, no me gusta (...) porque pa qué van a publicar eso” (E4)*.

Otro elemento que es fundamental a la hora de publicar en el muro según los relatos de los participantes, es que lo que se comparta sea positivo, aludiendo a sentimientos de

felicidad, de logro o de orgullo, de modo que la audiencia pueda hacerse parte de esos momentos “eso se comparte, la felicidad se comparte” (E4) “Yo creo que no deberían publicar como cuando tienen pena, porque es como para llamar la atención (E6). De este modo todos los sentimientos que sean vistos como negativos, así como el enojo, pero sobre todo la pena o tristeza quedan recluidos a otros espacios, tales como el chat o simplemente fuera de *Facebook*.

Facebook sería para mostrar la parte carismática, lo que la persona quiere que piensen de ella, para ser más popular de hecho, por eso la persona que, hay gente que pone muchos estados y a veces pone –foto con mi amiga, con mi pololo (E4)

Se entiende a través de lo que relatan los participantes que a través de *Facebook* se busca tener relaciones con cada vez más gente y la forma de lograr esto es justamente publicar situaciones o elementos que sean vistos por el otro, audiencia, como atractivos y, en este caso, positivos.

Otro tema que emerge en el discurso de los participantes es la elección de la foto de perfil, puesto que ésta representa cómo se quieren mostrar hacia la audiencia a nivel global, no sólo a sus amigos sino a un público mayor, lo que se ve representado en que la mayoría de los participantes tienen su foto de perfil con una configuración de privacidad “pública”. “Tengo de todo. Ahí depende de las opiniones de los demás, las pongo. Y ahí todos van comentando o poniendo me gusta” (E7), el usuario busca que lo que transmita a través de la imagen en su perfil sea aceptado por la audiencia. Que al mismo tiempo concuerde con la idea que tiene la audiencia de él y en definitiva con lo que él quiere transmitir a través de la construcción de su perfil en *Facebook*.

Facebook como plataforma virtual contiene ciertas reglas para sus usuarios, que son explicitadas cuando una persona accede a construir un perfil propio. Sin embargo como ya se ha expuesto, existe otro conjunto de normas que rigen a los usuarios.

O sea he aprendido cómo se comporta la gente, cómo hay que comportarse en Facebook, piensan y

muestran tantas cosas, qué es lo que a la gente le gusta mostrar en Facebook, cómo la gente se divide en Facebook, o sea los comentarios que hace la gente (...) la forma de comentar, o sea la risa, todas esas cosas (E5)

Los participantes como usuarios que publican pero que al mismo tiempo ven y son audiencia de lo que el otro expone, retroalimentan lo que está validado o no, manteniendo y reproduciendo estas normas, que como se expuso anteriormente no están impuestas por *Facebook* pero que todos como usuarios asumen que deben cumplirse.

Prácticas de administración del exponer intimidad

“Igual me doy cuenta de que es una pantalla solamente y que ellos pueden poner lo que ellos quieran, igual que yo puedo hacer lo mismo, entonces yo puedo dar una imagen distinta de lo que soy y ellos también podrían hacerlo” (E1)

Facebook como plataforma virtual facilita la expresión de sus usuarios y la administración que estos pueden hacer respecto de los aspectos que desean publicar. Los usuarios reconocen que aquello que se muestra puede ser gestionado, llegando incluso a aparentar situaciones que podrían no existir. Lo principal es que los participantes, según sus relatos deciden demostrar ciertas cosas, y ocultar otras. Se reconocen entonces diferentes **prácticas administrativas** que van a ir formando el **yo que se desea mostrar** a la audiencia.

Las **prácticas administrativas** representan aquellas decisiones que los usuarios toman para formar su perfil, qué tipos de fotos mostrar, qué tipo de contenido compartir. Entre los participantes se pudo evidenciar que estas decisiones se toman de forma naturalizada, dependerá tal como se expuso anteriormente de lo que sea aceptado por parte de la audiencia “para elegir la foto de perfil busco en cuál me veo bien y en cuál me veo fea (...) elijo la que me veo bien, porque no quiero que me vean mostrando mala cara” (E6) “cambio la foto como cada 3 meses, pero a veces subo o sea las fotos que tengo más de perfil son yo feliz, así foto feliz, la foto feliz la tengo en *Facebook* y también tengo

otra con el violín, otra con el sable, esas fotos más que todo tenía” (E5).

Entre los participantes si bien se reconoce la existencia de estas decisiones, no es algo que se problematice en sí mismos pero sí cuando se refieren a otros usuarios

Así uno conoce personas que muestran otra imagen en Facebook pero en la vida real son de otra forma, una imagen así como, yo he conocido gente que dicen – aquí con los amigos pasándola bien- y en la vida real son súper pesados y te tiene mala (E5).

Los participantes concuerdan en que si bien toman decisiones sobre qué mostrar en su perfil, éstas dan cuenta de cómo son fuera de la red social, mientras que reconocen que el resto de las personas podría estar fingiendo y concuerdan en que *Facebook* entregaría el espacio para administrar la forma de ser que se muestra. Llama la atención en este punto cómo en sus relatos, los participantes hacen una distinción entre *Facebook* y la vida fuera de la red, de hecho refieren a lo que viven fuera de la red social como *la vida real*, como si *Facebook* fuera una plataforma artificial sin considerar que ésta forma parte importante de su cotidianidad y, por lo tanto de su *vida real*.

Si bien los participantes reconocen que todas las emociones forman parte de sus procesos personales y de su forma de ser, sólo escogen publicar los elementos que tendrán mejor repercusión en la audiencia, emerge nuevamente que son los aspectos más positivos los que son expuestos en *Facebook*

Uno trata de publicar cosas entretenidas o chistosas o alegres, uno no anda publicando puras cosas tristes, corta venas o que te pasó algo malo porque es lo mismo que en la vida real, ahí lo único que vas a hacer es amargar al otro. (E2)

Se evidencia el hecho de que todos como usuarios tienen la posibilidad de gestionarse y la forma en que lo hacen

cuando es como tristeza trato de no ponerlo porque es como, de repente no me gusta que los demás me pregunten cómo estoy o sea que qué me pasó, si es alguien muy cercano

como que no sé cómo decirle ‘no quiero contarte’, entonces prefiero no poner nada. (E1)

Son estas decisiones y prácticas las que van articulando cómo los participantes deciden mostrarse, y por ende **cómo es el yo que esperan construir en Facebook** “de repente, como que trato de poner más lo positivo, pero de repente igual como que se me escapan algunas cosas o pongo comentarios cuando estoy muy melancólica de repente, se nota que algo anda mal” (E1). A través de lo que dicen los participantes se evidencia una vez más que **el yo que se busca construir en Facebook** depende de lo que vaya a ser más atractivo para la audiencia, que es quien recibe finalmente las publicaciones. La participante incluso revela que a veces *se le escapan* elementos que ella considera no concuerdan con la imagen que quisiera mostrar en *Facebook* y pareciera que esto fuera a tener repercusiones negativas en cuanto a cómo es percibida por la audiencia.

Esto podría relacionarse con el concepto de personalidades alterdirigidas, puesto que los usuarios de *Facebook* buscan definirse, en definitiva a partir de lo que la audiencia opina de ellos, “no es para que no me acose un pedófilo, sino que para cuidar la imagen que tengo (...) o sea inteligente, también gracioso y eso no más o sea inteligente, gracioso, buena onda, persona confiable igual” (E5). Esta necesidad de cuidar su imagen se condice con las decisiones que toman sobre cómo administran su perfil.

Si bien los participantes tienen distintas expectativas sobre la imagen que proyectan en *Facebook*, todos reconocen que la valoración que toma esta imagen se encuentra volcada hacia afuera, esperando la validación/legitimación por parte de los espectadores “ayer estaba tan aburrido que puse – qué se hace hoy día- y nadie me pescó entonces lo borré por la imagen que doy po, es fome po, como –oh, que penca” (E4). *Facebook* entrega a los usuarios la posibilidad de poder borrar contenido, lo que facilita que éste pueda editar a su conveniencia este perfil que va construyendo y que va configurando un yo en exposición en pos de la validación que se espera que haga la audiencia de lo que se expone.

Construcción de Intimidad

“Los sentimientos de todo tipo, así amistad, amor, mis pensamientos, yo creo que eso más que nada porque hoy en día no hay como mucha privacidad, esas son las cosas como más íntimas” (E3)

Las decisiones que toma el usuario en relación a su forma de ser en *Facebook* no sólo dan cuenta de un perfil en particular que se busca construir, sino también de ciertas nociones de intimidad. Éstas se manifiestan a través de las decisiones que toma el usuario en torno a lo que muestra u oculta de sí mismo en la red social. Dentro de las entrevistas, los participantes explicitan ciertas **concepciones y prácticas administrativas de su intimidad**, las cuales marcan la pauta de la normatividad anteriormente expuesta y dan cuenta de la existencia de una intimidad aceptada y, por lo tanto, de **una intimidad indebida** en el espacio de *Facebook*.

Todos los participantes concuerdan que el espacio íntimo está conformado por sus emociones y sentimientos, los cuales consideran que forman parte de sí mismos de una manera más profunda que otros elementos de su vida

Yo siento que es algo que yo tengo de mí y sólo me pertenece a mí, algo que es propio y que tal vez yo se lo voy a contar no sé po a mi mejor amigo, a mi hermano, a mi hermana, cosas que son muy cercanas. (E2)

“Yo encuentro que como cosas íntimas son los sentimientos tuyos” (E4) “las cosas familiares y los sentimientos, son como mías” (E6). Según las narraciones de los participantes, los aspectos que forman parte de su intimidad sólo serían compartidos con un grupo selecto de personas y en espacios determinados de interacción. A pesar de ello, muchos de los elementos que son considerados íntimos, se comparten en la red social, con esta audiencia que es difusa y que representa a una cantidad de personas mucho más amplia.

Es posible considerar que *Facebook* forma parte importante de la vida de los participantes. La forma en que los usuarios utilizan esta red social, contribuye a que ésta toque los espacios más íntimos de su vida. Al momento de compartir algo en *Facebook* los

participantes seleccionan qué elementos de su intimidad mostrar y cuáles no

No sé, cosas personales, como, si meto las patas en algo sexual, no sé, que alguien diga sabí voy a ser papá, esas cosas no las contaría nunca en Facebook. Problemas familiares también, por ejemplo decir, ooh sabí que mi papá cago a mi mamá. (E7)

En este sentido las estrategias administrativas que realizan los usuarios refieren no sólo a elementos básicos del perfil sino también a elementos de un espacio íntimo, lo que se vincula además con imágenes que se encuentran validadas socialmente.

La **administración de la intimidad** estaría ligada estrechamente con la imagen que los usuarios esperan proyectar de sí mismos

Las cosas más importantes prefiero guardármelas para mí o para mi familia, para mis amigos, las cosas más fuertes sobre todo, porque no me gusta que se anden enterando de mi vida las demás personas, porque para qué, pueden hablar de ti, no es que me importe que hablen de mí, pero por qué tienen que hacerlo (...), esa yo creo que es la diferencia. (E3)

Lo que se expone en cuanto a lo íntimo, dependería una vez más de las repercusiones que pudiera tener en la audiencia.

A partir de la administración de la intimidad y la normatividad que establece esta audiencia/usuario, parecieran identificarse ciertos elementos de la intimidad que son considerados **indebidos de ser expuestos en Facebook** *“siento que debería haber un límite, como compartir pero no toda la intimidad porque si no qué queda para uno, entonces preferiría que no pelearan por Facebook, o no sé po, peleas con amigas (...) no, no me gusta” (E3).* Tal como se explicita en esta cita los participantes creen que hay elementos que deben guardar para sí mismos por razones que parecieran diversas, pero que en realidad refieren nuevamente a la normatividad y validación impuesta por la audiencia.

Es reiterativo en los participantes que no serían todos los elementos los que son compartidos sino que sólo aquellos

representativos de situaciones con mejor aceptación por parte de la audiencia “*si he tenido algún momento depresivo o cosas así, no lo comparto (...) si lo comparto en Facebook todos van a tener otra visión de mí*” (E5). Todos admiten que las emociones de forma general pertenecen al espacio de lo íntimo, sin embargo emerge una brecha entre aquellas que se permite publicar y las que no.

De esta manera, nuevamente son aquellas emociones que tienen una valoración más positiva las que son permitidas dentro del espacio virtual, relegando los sentimientos de tristeza y rabia hacia lo privado

Por ejemplo cuando de repente te levantai sin ganas de hacer nada, por qué teni que publicar no tengo ganas de vivir, o esa gente que escribe o pone como que se quiere suicidar por Facebook, no, me carga también (E4)

Los participantes no logran explicitar directamente las razones de que ciertos elementos sean publicados en desmedro de otros, sin embargo es posible inferir que dependerá de la valoración que realice la audiencia sobre estos elementos.

DISCUSIÓN

Es innegable que hoy en día las formas de relacionarnos están cambiando, están siendo sujetas cada vez más a los nuevos escenarios de interacción: las redes sociales. Estos cambios, pareciera, han comenzado a difuminar los límites entre lo público y lo privado, llevándonos a repensar las cuestiones referentes a los espacios íntimos de las personas. Mediante la presente investigación se logró evidenciar, que existe efectivamente un volcamiento de los sujetos, en este caso adolescentes, hacia afuera, hacia otro, lo que en consecuencia llevaría a que elementos que son considerados como íntimos sean expuestos.

Según los relatos de los entrevistados lo íntimo estaría compuesto por elementos, emociones y sentimientos que forman parte de su espacio interno y privado, que son *propios*. En relación a *Facebook* particularmente, se desprenderían dos

formas de intimidad, aquella que se guarda y aquella que se expone. La primera estaría conformada sobre todo por sentimientos de tristeza, enojo, o situaciones que podrían ser vistas por los demás de manera negativa. Estos elementos según los entrevistados debieran ser compartidos en grupos reducidos de personas que representarían su círculo íntimo, concordando en que éste estaría conformado por su familia y amigos más cercanos. Así una intimidad expuesta estaría compuesta por elementos que si bien los participantes reconocen que aún son parte del espacio íntimo, pueden y deben ser compartidos en función de la imagen de sí mismos que les gustaría proyectar. Una intimidad expuesta entonces se construiría en base a la administración que hacen los usuarios de sí mismos, ya que a través de cómo se muestran en *Facebook*, darían cuenta de la forma en que construyen su intimidad.

Podemos entender que la administración de sí en las relaciones cara a cara está en funcionamiento constante, como explica Goffman (1959). Sin embargo *Facebook* y las redes sociales en general cambian esta situación y los usuarios se ven enfrentados a una pantalla, donde la audiencia no podrá acceder a expresiones faciales u otros elementos del lenguaje corporal que en la vida fuera de la red entregan información importante sobre el sujeto. Mediante esta administración en *Facebook* los usuarios lograrían gestionar aspectos de su vida cotidiana y de su personalidad, en función de un ideal de sí, el cual estaría ligado a la aceptación por parte de una audiencia difusa, representada en los otros usuarios de la red. Podemos entender la influencia de esta audiencia a través de lo expuesto por Gubrium y Holstein (1998) respecto a los receptores de las narraciones que hacen los sujetos sobre sí. Según estos autores, quienes escuchan o en el caso de las redes sociales, quienes observan las publicaciones, no son sujetos pasivos, sino que colaboran en el qué y cómo se relatan los usuarios, e invocan ciertas expectativas y significados culturales sobre lo que se comparte. Además, el cambio entre los encuentros cara a cara y esta nueva forma de relacionarse a través de las redes sociales, entregaría la facilidad al usuario de moldear su imagen

según sus deseos, pero sobre todo según lo que piensa que la audiencia espera de él.

Si bien al usuario se le entrega la posibilidad de elegir quién es receptor de sus publicaciones, para los adolescentes la popularidad en esta red toma tal relevancia, que se banaliza esta elección y se deja de lado el control sobre la cantidad de personas que presencian esta imagen proyectada. Concordamos con Tello (2013) en que proteger el perfil y comprobar la visibilidad de las publicaciones “son elementos que pocos usuarios tienen en cuenta a la hora de realizar actividades en *Facebook*” (p. 212). Esta configuración en la privacidad pierde importancia en gran parte, puesto que el tener una gran audiencia es signo de un mayor estatus.

Respecto a esta situación la autora propone que los usuarios debemos empoderarnos y crear nuestras propias normas que sean compartidas por todos, de forma de recuperar la *intimidad perdida*. Sin embargo según lo que se obtuvo en la presente investigación, los adolescentes sí han creado un conjunto de normas pero éstas han servido para rigidizar los comportamientos aceptados en *Facebook* y no están necesariamente a la base de una preocupación por resguardar su intimidad. Los criterios a partir de los cuales se van creando e implementando las normas se van negociando en la performance dentro de esta red. Éstas han venido a reforzar imágenes de sí promovidas socialmente, lo que se podría relacionar con lo planteado por Gubrium y Holstein (1998) en cuanto a que la narración que realiza un sujeto no es de su propiedad individual sino que responde al contexto en el cual se enmarca y a las reglas que se establecen en cuanto a lo que es debido decir, y en el caso particular de las redes sociales, aquello que es aceptable y deseable exponer/compartir.

Pudimos recoger además que aún existe un resguardo de los espacios íntimos, tal como obtuvo Dillon (2013) en su investigación con adolescentes. Sin embargo en nuestro caso es posible entender a partir de lo que exponen los entrevistados que no es en realidad que estos elementos sean cuidados por el hecho de ser íntimos, sino porque su exposición podría afectar de forma negativa

la imagen que los demás tienen del usuario en cuestión. Coincidimos con los resultados de este autor, en cuanto a que no es que la intimidad deje de existir sino que la forma como se ha conceptualizado tradicionalmente está viviendo una transformación. Sin embargo es importante, creemos, cuestionarnos sobre esta transformación y en base a qué está ocurriendo.

Nos llama la atención en este proceso de construcción de intimidad de los adolescentes, el poder implícito que ejerce la audiencia, cómo en función de la repercusión, opinión y legitimación que vaya a entregar la audiencia, el usuario administra su performance en *Facebook*. Para el adolescente, toma especial relevancia la opinión de los demás en tanto su identidad aún se encuentra en construcción y las retroalimentaciones que entrega la audiencia podrían afectar directamente en su autoestima y autoconcepto. Esto en tanto según los relatos de los participantes, la valoración que hacen de sí mismos depende en gran medida de las respuestas obtenidas de la audiencia, sobre sus publicaciones. Nos parece importante cuestionarnos cuáles son las versiones de sí que emergen como más legítimas y cómo estas están siendo socialmente sostenidas/validadas. Ya que en definitiva para los adolescentes los sentimientos de tristeza o de rabia, debieran ocultarse, invalidando o suprimiendo esa parte de su persona, de su sí mismo.

Las distintas investigaciones al respecto (Corredor et al., 2011; Páramo, 2004; Portillo, 2006; Sibilia, 2008; Tello, 2013; Dillon, 2013) concuerdan en que las formas en que nos estamos desarrollando socialmente están siendo fuertemente marcadas por el auge de las redes sociales, debido a las distintas posibilidades de interacción que entregan a sus usuarios. Sin embargo nos parece que deberíamos ir más allá, ahondar en la motivación detrás de las diversas performance que se llevan a cabo, dentro del espacio de la red. Cómo es que se vuelve tan relevante lo que opinará el resto de lo que hacemos, cómo nos sentimos y cómo nos mostramos. En definitiva qué es lo que ha cambiado a nivel de sociedad, que ha venido a erigir la mirada del otro como determinante al momento de decidir cómo y quién podemos ser en la red. Nos preguntamos en

este punto qué tanto se extiende esto en las relaciones fuera del espacio virtual.

Ante estos planteamientos nos parece que sería relevante que futuras investigaciones pudieran profundizar en este fenómeno de exposición de la intimidad en *Facebook*. Pudiendo ser otro eje de investigación el preguntarse si este nivel de exposición y de administración de sí puede ser evidenciado en otros rangos etarios donde, según la literatura, el pertenecer al grupo de pares perdería un poco su importancia en pos de una identidad que ya se encuentra más consolidada. Si consideramos este cambio de la adolescencia a la adultez, podríamos asumir que la administración de sí en *Facebook* evolucionaría hacia algo más enfocado en responder a las propias concepciones de lo que está bien o no publicar. Sin embargo, como usuarias de *Facebook* podríamos aventurarnos a decir que esto no es así y que la esfera de esta red en sí se presta en mayor o menor medida para una constante búsqueda de aceptación de parte del otro expectante.

Si bien a través de los relatos de los participantes pudimos observar cómo la normatividad dentro de la red se impone desde y hacia los usuarios, también creemos que el espacio de *Facebook* permite el surgimiento de nuevas ideas y la creación de nuevas formas de vivir la experiencia de la red. Nos parece que el auge de esta red social y cómo los usuarios exponen su intimidad abre nuevas aristas de investigación ya que observar cómo se da esta exposición en *Facebook* no sólo nos permite ver las narrativas socialmente disponibles sino también las nuevas formas de relatarse y de pensarse a uno mismo.

REFERENCIAS

- Aberasturi, A. (2003). *La adolescencia normal*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Aguirre, A. (1994). *Psicología de la Adolescencia*. Barcelona: Marcombo.
- Almansa Martínez, A., Fonseca, O. y Castillo Esparcia, A. (2013). Redes sociales y jóvenes. Uso de Facebook en la juventud colombiana y española. *Comunicar*, 20(40), 127-135. doi:10.3916/C40-2013-03-03

- Álvarez, C., García, O. (2009). *Autoestima y Autoconcepto en adolescentes embarazadas*. (Tesis para obtener el título de Licenciado en Psicología Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo). Recuperado de http://bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083/jspui/bitstream/123456789/4246/1/AUTOESTIMAYAUTOCONCEPTOENADOLESCENTESEMBARAZADA_S.pdf
- Cornejo, M., Mendoza, F. y Rojas, R. (2008). La investigación con relato de vida: Pistas y opciones del diseño metodológico. *Psykhé* 17(1), 29-39.
- Corredor, J. A., Humberto Pinzón, Ó. y Guerrero, R. M. (2011). Mundo sin centro: cultura, construcción de la identidad y cognición en la era digital. *Revista de Estudios Sociales*, (40), 44-56. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81522330005>
- Dillon, A. (2013). Miradas de adolescentes argentinos sobre la intimidad en *Facebook*. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, (49), 15-28. Recuperado de http://journals.uoc.edu/index.php/analisi/article/view/n49-dillon/pdf_21
- Erikson, E. (2007). *Sociedad y Adolescencia*. México D.F: Siglo XXI editores.
- Farrés, M, Ferreira dos Santos, S. y Veloso, V. (2010). *Adolescentes en la Red: Algunos aportes psicoanalíticos*. Buenos Aires: Paidós
- Goffman, E. (1959). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Gil, A., Feliu, J., Espinosa, H. y Ramírez, M. (2007). Internet como un artefacto relacional: Jóvenes Migraciones y TIC. En Cádiz: Asociación de Profesionales de Psicología Social, *Psicología Social: Un Encuentro de Perspectivas* (pp. 492-497). Recuperado de http://www.researchgate.net/publication/258258576_Internet_Como_Un_Artefacto_Relacional_Jvenes_Migraciones_y_TIC
- Hurlock, E. (1987) *Psicología de la Adolescencia*. México DF: Paidós
- Iñiguez, L. (2008). Tipología de estrategias de muestreo. Apunte de clase, recuperado de

- <http://psicologiasocial.uab.cat/lupicini/o/>
- Kunin, J. (2008). Reseña de "Ciberculturas juveniles. Los jóvenes, sus prácticas y sus representaciones en la era de Internet" de Marcelo Urresti (edit.). *Revista Argentina de Sociología*, Noviembre-Diciembre, 297-300.
- Leivi, M. (1995). Historización, actualidad y acción en la adolescencia. *Psicoanálisis, revista de APdeBA*, Buenos Aires, 17(3), 585-612. Recuperado de <http://www.apdeba.org/wp-content/uploads/Leivi4.pdf>
- Maier, H. (1971). *Tres teorías sobre el desarrollo del niño: Erikson, Piaget y Sears*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Morduchowicz, R. (2012). *Los adolescentes y las redes sociales: la construcción de la identidad juvenil en Internet*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Papalia, D., Wendkos, S. y Duskin, R. (2009). *Psicología del Desarrollo: de la infancia a la adolescencia*. México: Ed. Mc Graw Hill.
- Pew Research Center. (2013). Global Attitudes Project: *Emerging Nations Embrace Internet, Mobile Technology*. Recuperado de <http://www.pewglobal.org/2014/02/13/emerging-nations-embrace-internet-mobile-technology/>
- Pick, S. (2000). *Yo adolescente, respuestas claras a mis grandes dudas*. México DF: Grupo Editorial Planeta.
- Portillo, M. (2006). Juventud, identidad y ciudad: algunos apuntes para la reflexión. *Andamios Revista de Investigación Social*, 2(4) 219-238. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=62820409>
- Reimond-Riviere, B. (1980). *El Desarrollo Social del Niño y del Adolescente*. Barcelona: Ed. Herdert.
- Santiago, R. y Navaridas, F. (2012). Web 2.0 en escena. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Comunicación*, (41), 19-30. Recuperado de http://acdc.sav.us.es/pixelbit/images/stories/a10_0064-premaq.pdf
- Instituto Nacional de la Juventud. *Séptima Encuesta Nacional de la Juventud, 2012*. Santiago, Chile: MAVAL Ltda. Recuperado de http://www.injuv.gob.cl/portal/wp-content/files_mf/septimaencuestanacionaljuventud2.pdf
- Sibilia, P. (2008.) *La Intimidación como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Sisto, V. y Fardella, C. (2008). Narrándose en la flexibilidad. Un análisis narrativo discursivo de la identidad en tiempos de flexibilidad laboral. *Revista de Psicología*, 17(2), 59-80.
- Sisto, V; Fardella, C. (2009). Control narrativo y gubernamentalidad: La producción de coherencia en las narrativas identitarias. El caso de profesionales chilenos adultos jóvenes en condiciones de vinculación laboral flexible. *Forum: Qualitative Social Research*, 10(2), Art. 29, <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0902292>.
- Social Bakers. (2012). *Facebook's Rising Potential in Latin America*. Disponible en <http://www.socialbakers.com/blog/668-facebook-s-rising-potential-in-latin-america-infographic>
- Tello, L. (2013). Intimidación y «extimidación» en las redes sociales. Las demarcaciones éticas de Facebook. *Comunicar*, 21(41), 205-213. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15828675022>
- Unicef. (2011). Estado Mundial de la Infancia. *La adolescencia temprana y tardía*. Encontrado en <http://www.unicef.org/spanish/sowc2011/pdfs/La-adolescencia-temprana-y-tardia.pdf>