

Expresiones y escrituras de adolescentes en el Facebook

MARIANA URIBE-CORTÉS,¹ MARÍA DE LOURDES VARGAS-GARDUÑO,²
ANA MARÍA MÉNDEZ-PUGA³



Resumen

Este texto presenta una investigación realizada con el objetivo de describir las expresiones y escrituras que adolescentes de contextos urbanos comparten en el Facebook, en tanto espacio virtual de interacción. Se analizaron las páginas de Facebook de seis adolescentes, que en 2016 se encontraban estudiando la secundaria, con edades entre 13 y 14 años. Se trabajó a partir de etnografía virtual y se hizo análisis de contenido de los distintos mensajes. Se encontró que la manera en que se configuran estas formas de comunicación y de escritura, está permeada por aspectos icónicos, por escrituras acorde a lo que circula y sin aparente preocupación por la convencionalidad de lo escrito, sino por la posibilidad de comunicar algo, de mostrar (se), redescubrir (se) y de reconstituir (se).

Palabras clave: Adolescente, Facebook, Ciberespacio, Comunicación.

The Written Expression of Adolescents on Facebook

Abstract

This text presents an investigation carried out with the objective of describing the expressions and writings that adolescents from urban contexts share on Facebook, as a virtual space for interaction. The Facebook pages of six adolescents, who were studying high school in 2016, aged between 13 and 14, were analyzed. The work was done from virtual ethnography which analyzed the contents of the different messages. It was found that the way these forms of communication and writing are configured is permeated by iconic aspects, by writing according to what is circulating and without apparent concern for the conventionality of what is written, but for the possibility of communicating something, of presenting (oneself), rediscovering (oneself) and reconstituting (oneself).

Key Words: Adolescent, Facebook, Cyberspace, Communication.

Recibido: 10 de enero de 2022
Aceptado: 1 de marzo de 2022
Declarado sin conflicto de interés

- 1 Maestra en Psicología, egresada de la Facultad de Psicología de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, México. Dirección electrónica: ur.mariana.cr@gmail.com. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-2704-5172>
- 2 Profesora e investigadora de la Facultad de Psicología de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, México. Dirección electrónica: maria.lourdes.vargas@umich.mx. Orcid: <http://orcid.org/0000-0002-7384-3098>
- 3 Profesora e investigadora de la Facultad de Psicología de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, México. Dirección electrónica: a_puga_m@yahoo.com. Orcid: <http://orcid.org/0000-0001-9013-4528>.

Introducción

En el siglo XXI parece que la comunicación se ha vuelto fácil, espontánea e inmediata a partir de la existencia de nuevas prácticas de interacción social, mediadas por la tecnología. Tales dinámicas comunicativas han conformado una cultura digital, a partir de un sinfín de posibilidades y modos de interacción, gracias al uso de diversas herramientas, tales como mensajes de texto, emoticonos, imágenes, fotografías, videos, *stickers*, *gifs* y *memes*, entre otras. Así, los nuevos modos de socialización de los internautas, especialmente de las personas adolescentes, configuran y reconfiguran el ciberespacio con dinámicas lúdicas, al jugar con los códigos y significados compartidos, por lo que las interacciones dan forma a una modalidad distinta de acercamiento afectivo a partir de expresiones simbólicas inéditas para cada una de las personas.

Ahora bien, uno de los usos de las redes sociales virtuales por parte de las personas adolescentes se relaciona con la posibilidad de darle forma a su identidad, ante el proceso de búsqueda en el que están inmersas, visualizándose de modos distintos, para así pertenecer a colectivos con motivaciones y necesidades similares a las propias, buscando adaptarse a las nuevas exigencias del entorno para así sentir que son reconocidas, vistas y aceptadas. En ese proceso, parecen recrear la idea de sí mismas, así como lo que les gusta, lo que sienten y piensan.

Como señala Portillo (2016) el “escaparatismo” se vuelve el discurso del éxito social, al hacerse visible en las redes para mantener la popularidad entre imágenes o videos. Así, la identidad virtual, de acuerdo con el autor, es una representación del sí mismo, al establecer una relación de participación, identificación y proyección, en donde quienes participan construyen opiniones acerca de sí, con base en el proceso de compartir preferencias, emociones, ideologías, posturas a favor o en contra de ideas o situaciones. En ese sentido, el autor concluye que la identidad se reduce a una expresión icónica entre los discursos que dependerá del tipo de red social, escolar, laboral, blog o foro, como distintas modalidades de discurso.

Facebook, al igual que otros espacios de interacción, mediados por las tecnologías, constituye un ámbito de uso cotidiano de la escritura donde confluyen, diversas aplicaciones de los teléfonos inteligentes (por ejemplo WhatsApp, Snapechat, TikTok, Smule, Messenger), en las que se hace uso del lenguaje

audiovisual, así como del escrito, constituyendo nuevas formas de expresión. A través de esos medios tecnológicos, se ha desarrollado una forma distinta del lenguaje, que algunos autores como Rocha (2004), han llamado “lenguaje chat”, porque surgió en esas formas de interacción y rompe con las reglas de la escritura tradicional en todos los ámbitos: sintáctico, morfológico, lexicológico e incluso, semántico.

Dado el carácter colectivo y social de la actividad en la que se genera ese tipo de escritura, es importante reflexionarla. Para apoyar ese proceso es posible considerar la postura sociocultural, desde la que autores como Lankshear y Knobel (2008, 2010) asumen la escritura, en tanto herramienta que permite al sujeto conocer y participar en las diferentes prácticas de uso social de la escritura o también denominadas prácticas sociales del lenguaje.

Las personas jóvenes construyen y participan en prácticas generacionales colectivas, en ese proceso lo afectivo parece ser el centro de su comunicación y de su demanda de respuesta. Esto las lleva a relacionarse continuamente en Facebook, revelando y compartiendo información que va pasando de lo banal a lo sustancial de sus vidas; de lo público a lo privado, de lo virtual a lo real. En sus encuentros comunicativos dejan una huella digital, a manera de línea del tiempo, fragmentos estáticos o prácticas regulares que, según Rivero, Aldana, y Baquero (2014), se relacionan y construyen un *habitus*, siguiendo el pensamiento de Bourdieu, desde la vida cotidiana, que emerge de la construcción social y representación de los nuevos modos de estar y de ser.

Ante esos fenómenos, la juventud aparece en la escena social con interés por asumir experiencias novedosas, espontáneas, de entretenimiento y socialización con sus pares, dentro del mundo virtual, mismo que les permite probar y combinar cuantas veces lo requieren, al manifestar como prueba y error la forma de mostrarse, moverse y relacionarse en el ciberespacio. Aunque en algunos sectores parecía haber disminuido la popularidad en el uso del Facebook entre adolescentes y jóvenes, las condiciones generadas por la pandemia del Covid-19, propiciaron una renovada continuidad y fortaleza.

Por otro lado, la construcción de la identidad es una de las tareas más relevantes de la adolescencia, como lo señalan Erikson (1972/2007) y otros autores (Quiroga, 1999; Díaz, 2011; Blos, 2008); aunque en realidad es un proceso que dura toda la vida, en esta etapa adquiere características muy importantes y trascendentales para el resto de su existencia. Otra tarea

de la adolescencia es el logro de autonomía y el desprendimiento familiar, que suelen propiciar múltiples tensiones con los padres y figuras de autoridad; y una tercera tarea es la búsqueda de experiencias en las que prueben sus ideas o las de otros que les llamen la atención, así como sus ideales y formas de ver el mundo. Todo lo anterior se relaciona con la necesidad de pertenecer a grupos, ser valorado y ser aceptado; y es aquí donde Facebook ocupa un lugar relevante, ya que se constituye un punto de encuentro con sus pares, con quienes comparten códigos y van compartiendo su capital social (Bourdieu, 1991).

En función de lo anterior es que se realizó la investigación: “Los sentidos subjetivos que otorga un grupo de adolescentes morelianos a las publicaciones del Facebook”, el cual constituyó parte de la tesis de Maestría en Psicología de la primera autora. Para este artículo se retoman parte de los resultados, con el propósito de reflexionar en torno a las formas de expresión de los participantes, enfatizando algunos aspectos relacionados con lo que escriben.

Adolescentes en el mundo virtual

Las personas menores de 18 años parece que nacieron en una realidad conformada por la comunicación digital, no obstante, también buscan adaptarse a ésta, considerando que sus progenitores y lo que les rodea no siempre son parte de esa nueva cultura; por este motivo se les denomina “nativos digitales” (Merino, 2011). En este contexto convergen los nuevos modos de ser, las formas de interactuar y consumir insumos culturales que engloban la generación también conocida como @ (Feixa, 2006), Web (Moral y Ovejero, 2005) o “the thumb generation” (Bernete, Vigar, Fresneda, Urre, Anaya y Mathiey, 2004). En México, la cantidad de personas vinculadas a las redes sociales se ha incrementado, dado el número de usuarios de Internet (84.06 millones) y la forma de acceso más común es a través de un teléfono inteligente o *smartphone* (96%), de acuerdo con datos de INEGI (2020), a partir de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2020.

Desde una mirada psicosocial, este fenómeno comunicacional en espacios virtuales, se asume como prácticas sociales que facilitan la construcción identitaria de las personas adolescentes (Dans, 2010, como se citó en González-Ramírez y López-Gracia, 2018), de manera creativa, a través de las plataformas que se han convertido en un espacio central para socializar.

Los adolescentes participan, intercambian, producen y se hacen visibles para integrarse y pertenecer a las nuevas comunidades virtuales (Morduchowicz, 2012, 2013). Además, Del Prete y Redon (2020) señalan que cada vez es menor la edad en la que se abre una cuenta en Facebook, pudiendo ser desde los nueve años.

A la juventud le interesa la comunicación flexible, eficaz y emotiva que les permita expresar, coquetear, encontrar, compartir, informar, entretenerse, buscar o conocer personas, socializar y obtener reconocimiento por parte de un grupo o de varios grupos a la vez (Correa, 2011). Todo ese conjunto de acciones, vínculos y significados se manifiesta en una forma fluida, intercambiable en todos los desdoblamientos de la identidad virtual, así como en el reconocimiento de sus capacidades (Machado, 2009). Esto, hasta cierto punto, dependerá de las motivaciones y decisiones que se posibilitan en Facebook, como reflejo de nuevos modos de subjetividad que han surgido de las formas que el ciberespacio propone, en donde se crean *avatares* y se realizan videollamadas, es decir, representaciones y formas de verse y estar. Ciertamente, la libertad se manifiesta en la autonomía para la expresión; sin embargo, al mismo tiempo los adolescentes se encuentran sometidos a la presión social y personal del ciberespacio, es decir, no todo se puede.

Ante estos cambios, Lankshear y Knobel (2008) sugieren que las personas adolescentes pueden participar de las nuevas alfabetizaciones, que emergen y hacen posible nuevas mentalidades dentro del ciberespacio, como parte de sus “experiencias espaciales”; así, organizan, interpretan, dan sentido a lo que encuentran y responden a lo que experimentan, por escrito, con imágenes o videos, o con otras formas inéditas que seguirán apareciendo. Por ende, la comunicación multimedia posibilita nuevas formas de estar presente en entornos virtuales (Morado, 2018), desde una conectividad inmediata y acelerada, transformando las categorías espacio y tiempo. De acuerdo con lo anterior, resulta importante considerar el análisis que hacen autores como Del Prete y Redon (2020), Chamarro, Bertan, Oberst, y Torres (2016), Araña, Tortajada, y Capdevila (2014), González-Ramírez y López-Gracia (2018), para destacar algunas ventajas y desventajas que representa Facebook para los adolescentes (Cuadro 1).

Facebook: escritura vs iconografía

Facebook ha significado una renovación en la manera de comunicarse, relacionarse y de experimen-

Cuadro 1. Ventajas y desventajas del uso del Facebook entre los adolescentes

Ventajas	Desventajas
Autoexpresión. Construcción de relaciones. Mayor control social respecto a su relación con los demás. Participación y colaboración Posibilidades de Educación formal e informal. Expresa su identidad y subjetividad. Libertad de opinión. Apertura de los contenidos. Facilita la autoafirmación Validez del grupo de iguales.	Adicción a las nuevas tecnologías. Ciberacoso sexual. Acceso a contenido poco fiable. Ciberbullying. Malinterpretación de la información social. Compartir información de otras personas. Publicar contenido inapropiado. Exponerse a distintas formas de violencia La creación de perfiles falsos. Presión social Ansiedad de popularidad

Fuente: Elaboración propia a partir de la información proporcionada por Del Prete y Redon (2020); González-Ramírez y López-Gracia (2018); Chamarro *et al.* (2016); Araña *et al.* (2014).

tar nuevos modos de plasmar segmentos del yo a través de la pantalla. La escritura es uno de los medios de comunicación que permite expresar ideas y emociones, aunque con frecuencia, la información aparece fragmentada a través de copiar, borrar, cortar y pegar, lo que Cortés (2014) explica como una manera de composición de la palabra electrónica, que permite seleccionar los elementos adecuados de lo que se quiere expresar, inventando nuevas formas de usar el lenguaje de acuerdo con las opciones y mecanismos disponibles para editar.

Por lo anterior, la escritura en Facebook adquiere formas que pueden ser matizadas por los distintos contenidos que plasman los usuarios, a través de las herramientas que les brinda la plataforma, de manera flexiva y lúdica. Así, las palabras, las imágenes, los sonidos y lo táctil constituyen el puente ideal que conecta la experiencia de los usuarios en sus modos de comunicarse, de acuerdo con las prácticas sociales del ciberespacio.

De este modo, modificar y jugar representan actos que recombinan elementos simbólicos, conocimiento y experiencias que potencian la creatividad del internauta, a través de las herramientas que proporciona Facebook, otras redes sociales y aplicaciones, que se encuentran conectadas entre ellas. El papel activo de la persona le permitiría expresar su estilo, al nutrirse de la hiperestimulación y la inmediata gratificación de obtener respuesta o reconocimiento a cada microacción realizada (Gértrudix, Borges, y García 2017, como se citó en Del Prete y Rendon 2020).

Rivero, Aldana y Baquero (2014) plantean que existen ciertos patrones comportamentales en la juventud internauta, que se desprenden del común uso de los *emoticones* en línea, para ser más expresivos, utilizan-

dolos como estrategias para obtener validación, consenso, aceptación y capital social. Otra particularidad es el acto de abreviar el lenguaje oral y escrito, al dejar ver sus gustos, sus disgustos, sus experiencias que se observan de manera estática en el *habitus* lingüístico, que no es más que el capital social, económico, artístico y afectivo, según Bourdieu (1991).

La escritura del afecto, como plantea Espejel (2014), se realiza compartiendo textos, imágenes, fotografías y videos o por una combinación de cualquiera de los anteriores; por lo general son contenidos breves e inmediatos, otorgan sensación de simultaneidad, a partir del llamado a la hipertextualidad o hiperdiscurso que se vuelve eficaz para esa sensación "de estar en muchas partes". De acuerdo con Correa (2011) las imágenes actúan como palabras, al generar un significado, una historia o una narración de la persona en línea; al constituirse en discurso, se precisa del lenguaje para codificarlos y descodificarlos. Autores como Sandoval, Enciso y Mendoza (2015), señalan que el lenguaje se tiende a economizar para hacer más rápida y eficiente la comunicación.

De esa manera, los jóvenes usuarios despliegan estrategias de lenguaje iconográfico que se encuentran en los instrumentos utilizados por Facebook como imágenes, fotografías, álbumes, videos, *gifs*, *stickers*, el desdoblamiento de "me gusta" y emoticones, para darle mayor sustento a la expresión de sus pensamientos, sentimientos, emociones e impulsos. Todos esos recursos permiten identificar en el ciberespacio sus gustos, hábitos, creencias, motivaciones y actitudes, con el propósito de respaldar sus gestos e intenciones frente a las pantallas, con elementos iconográficos.

Facebook se muestra como una red tejida de imá-

genes, al convertirse en una especie de carta de presentación o de diario de lo que somos o pretendemos ser. Así, de acuerdo con Martino (2016), a través de todo lo compartido se muestran lazos familiares y elementos identitarios, que permiten entender qué usos hacen de ellas, qué sentido expresan y la potencialidad para construir su estilo en la presentación de sí mismos. De esa manera, los adolescentes retoman nuevos modos de pasar su tiempo libre, entretenerse, buscar información, compartir, producir e identificarse con el contenido.

El lenguaje virtual o el ciberlenguaje, según Berlanga y Martínez (2010), emerge tras los procesos dinámicos y creativos, al reforzar una conectividad constante, inmediata y acelerada en el ciberespacio. Estas formas de comunicar se vuelven una tendencia juvenil caracterizada por un lenguaje en constante movimiento, flexible, pero que son una transgresión a la escritura formal, al crear un diferente y dinámico lenguaje iconográfico. Los usuarios emplean los emoticonos, el léxico recurrente y la expresión informal; por ende, se da desde este punto de vista, un debilitamiento de la literacidad y adquiere mayor peso el lenguaje iconográfico, respecto de la escritura. Se eleva el uso de la hipertextualidad y gana terreno la participación, la interacción inmediata y cooperativa a través del *chat* o videollamadas. En ese mismo sentido, Vaqueiro (2012) señala que los adolescentes abrevian las palabras y priorizan la multimodalidad para comunicarse con un fin lúdico y reducen recursos del sistema ortográfico (Garzón, 2017).

Palazón, Sicilia y Delgado (2014) han demostrado cómo se vinculan las marcas o consumos culturales con las redes sociales. En su trabajo resaltan el papel activo del sujeto para pertenecer a una comunidad virtual y poder moverse e intercambiar información, relacionada con sus sentimientos y emociones con tan solo un "clic". Ante eso, "el amor a la marca" se ve regulado por el tiempo que el usuario se mantiene en las redes sociales virtuales, es decir, mientras más tiempo permanezcan conectados, mayor será la cantidad de enlaces e intercambios que realicen en el ciberespacio.

En términos de las particularidades de Facebook, Rivero *et al.* (2014) argumentan que se ha convertido en una prótesis afectiva, enfocándose en el *habitus* lingüístico y en la capacidad del sujeto para hacer frente al mar de información y en el uso de las herramientas que ofrece. Esto conforma el perfecto escenario para observar las prácticas que constituyen un capital lingüístico diverso de quienes participan, al emplear el

lenguaje socialmente aceptado y comprendido para participar y pertenecer.

García (2012) por su parte, destaca algunos matices subjetivos que expresan los adolescentes en las redes sociales virtuales, como los discursos textuales o de imágenes que abarcan producciones de sentido en el ciberespacio. El diseño o edición del contenido a partir del color, tamaño y forma de la letra, los gestos representados por los emoticonos, *stickers o gifs*, seleccionados bajo una intencionalidad. Cortázar (2014) por su parte, plantea que el uso de las TIC facilita y agiliza la rapidez con que circula la información, como es el caso de los *memes, selfies, imágenes rumorales y gifs*, expresiones relacionadas con imágenes que buscan ironizar, mostrar, seducir, crear opinión y circular a manera de rumor. De este modo, como señala Van Dijk (2016), Facebook influye en las emociones por medio de los recuerdos, lo que se comparte y se elige publicar. Y todo recuerdo, imagen, autobiografía o memoria constituye lenguaje fragmentado que se plasma en el espacio virtual.

En la interacción generada dentro de Facebook resulta fundamental el empleo de la expresión "me gusta", la cual alude a una actitud positiva y de apropiación por parte de quienes visitan la página de un usuario. Por tal razón, en el 2016 la modalidad enriqueció sus opciones al diversificarse el "me gusta" por: *me gusta; me encanta; me divierte; me asombra; me entristece; me enfada*; y posteriormente, en 2020, incorporó otros emoticonos, como *me importa*. Así, Facebook es un espacio de continuo flujo de emoticonos o de opciones de "me gusta", que son empleados por los internautas como fuente de gran apoyo para la consolidación del cibergrupo. En el caso de los adolescentes, es el reflejo de la organización y participación social que van construyendo y reconstruyendo en el mundo virtual para afirmarse y apropiarse del espacio que les ha tocado vivir.

Método

La investigación se realizó dentro del paradigma cualitativo con una perspectiva etnográfica, trabajando con lo que se ha denominado etnografía virtual (Hine, 2004) o netnografía (Del Fresno, 2011). La etnografía virtual se desprende de la etnografía y apela a una descripción densa de los grupos poblacionales, pero ahora, desde un espacio virtual, con una gran relevancia para los distintos grupos etarios, las culturas, las lenguas y los contextos para comprender la realidad social que se está produciendo en el ciberes-

pacio donde millones de personas conviven y se expresan diariamente.

Participantes

En el Cuadro 2 se describen los datos más relevantes de los seis participantes de la netnografía. Para resguardar la confidencialidad, a lo largo de esta investigación, se emplearon los códigos de la primera columna, para identificar a cada participante. Como puede observarse por sus edades en el tiempo que se realizó la investigación (2016), todos se ubican en la etapa de la adolescencia temprana.

Técnicas

Las técnicas principales fueron la observación de los muros de Facebook de seis participantes en la investigación y el análisis de redes sociales o ARS (Del Fresno, 2011). Esa observación derivó en el registro de fotografías de portada y de perfil, así como de las publicaciones recibidas y hechas, a partir de fichas de trabajo a lo largo de seis meses, de manera intensiva, para después hacer observaciones cada seis meses, a lo largo de cinco años.

Procedimiento

Para utilizar las herramientas netnográficas y hacer la observación, se abrió una cuenta de Facebook *ex profeso* para la investigación. Se aplicó un cuestionario a 604 estudiantes de secundaria con la intención de tener un panorama aproximado del consumo de Facebook por parte de adolescentes de escuelas públicas. A partir del cuestionario, se identificó a los participantes cuyo consumo de Facebook resultó más elevado y se invitó a los grupos para que solicitaron ser aceptados en la cuenta de Facebook de la investigación, incluyéndose varios, pero quedando finalmente seis. En todos estos procedimientos, se tuvieron las consideraciones éticas que se describen más adelante.

Se realizó un análisis de contenido de su material, a través de fichas técnicas diseñadas para tal fin. Tam-

bién, se efectuaron entrevistas semiestructuradas con quienes participaron para recuperar sus propias interpretaciones acerca de las publicaciones que hacían en su muro: imágenes, textos, música, entre otros, lo que también permitió triangular la información obtenida y contar con elementos que nos permitieron comprender mejor su construcción subjetiva.

Para la interpretación de la información se empleó el análisis de contenido (Krippendorff, 1990), que facilitó la sistematización de información respecto a la descripción e interpretación de los diferentes modos de comunicación, como los discursos, mensajes, textos, imágenes, entre otros.

Respecto de las consideraciones éticas, se contactó con los directores y directoras de las escuelas secundarias entregándoles una carta de presentación en donde se habló de la importancia y objetivos del proyecto de investigación. Se organizó una charla con padres y madres de familia, así como alumnos de ambas secundarias en la que se expusieron las ventajas y desafíos que el Facebook tiene en la vida cotidiana de los adolescentes, además de solicitar la autorización de madres y padres. Una vez que se tuvo la autorización de autoridades escolares y familiares, se establecieron las fechas para la aplicación. Concluido ese proceso, se les dio una breve introducción acerca del proyecto a los alumnos, mencionándoles que los datos que proporcionaran serían confidenciales y utilizados únicamente para los fines de la investigación. Asimismo, se garantizó el compromiso de la confidencialidad a lo largo de todo el proceso y en los procedimientos del mismo.

Resultados

A partir del análisis de los muros de Facebook de los participantes, para recuperar los mensajes escritos o iconográficos alusivos a la identificación de las ideas, creencias, valores, motivaciones y actitudes del internauta, los efectos cognitivos o conductuales

Cuadro 2. Información de los seis participantes en el trabajo netnográfico

Código	Sexo	Edad	Grado y grupo	Frecuencia de uso de Facebook a la semana	Horas diarias de conexión a Facebook	Número de amigos en Facebook
M02-1A	M	13	2A	5 a 6 días	2 a 3	1543
F03-3A	F	14	3A	Diariamente	4 a 5	4795
M03-4D	M	14	3D	5 a 6 días	4 a 5	219
M03-5D	M	14	3D	2 a 4 días	4 a 5	738
F03-6D	F	14	3D	Diariamente	4 a 5	454
F03-7F	F	14	3F	4 a 5 días	5 a 6	338

Fuente: Elaboración propia con información derivada de la observación.

que el mensaje relaciona con aspectos obvios o manifiestos, se identificaron como unidades de análisis, elementos tales como: imagen o foto de portada, imagen o foto de perfil, expresiones emotivas, lo que el usuario comparte, considerando los “me gusta” que acumula.

Posteriormente, se diseñaron fichas técnicas que dieron un panorama del contenido de los muros de los participantes, para analizar los textos, las imágenes, los videos y otras formas de comunicación que utilizan cotidianamente. El corpus analizado se generó mediante capturas de pantalla de los seis participantes, a lo largo de sus publicaciones durante seis meses. Se logró reconocer las frecuencias con que aparece un símbolo, al interpretar con atención si tenían connotaciones positivas o negativas los mensajes, manifestados en la construcción de sus relaciones afectivas con sus pares y consigo mismos. De esa manera se describe lo más representativo de la información de cada uno de los participantes. Asimismo, se descifraron sus mensajes desde lo más evidente y obvio de la decodificación, hasta las particularidades de cada uno.

Con la información se construyeron cuatro categorías: elementos textuales, datos iconográficos (constituidos principalmente a través de las imágenes y emoticones), elementos fotográficos y aplicaciones de “me gusta”, desde los que los adolescentes despliegan sus actos performativos, constituyendo la subjetividad del usuario.

La primera categoría retoma los elementos textuales y lingüísticos, en relación con la escritura con ortografía y sintaxis no convencionales; se emplean cambios morfológicos en las palabras, por ejemplo, el uso de abreviaciones de palabras como que (k); también (tmb); si (sip) o bien (bn); lo que coincide con lo reportado por Vaqueiro (2012) y Garzón (2017). Además, suelen utilizar el *spanglish*, como por ejemplo el *bye*, escrito como *Bai* (adiós), el *ok* (muy bien), el *tk* (gracias) o abreviaturas como el *tqm* (te quiero mucho); elementos similares a los encontrados en el testimonio de Tirira (2013). Este ejercicio de escritura es relevante y se considera que despierta un interés por acceder a otros tipos de escritura más informales, lúdicos e inmediatos, posibilitando una práctica social del lenguaje, a partir de escrituras propias (Lankshear y Knobel, 2010).

La segunda categoría recupera los elementos iconográficos. Al respecto, se encontró que las imágenes representaban identificaciones con programas de televisión, actores, cantantes, personajes de caricatu-

ras, grupos musicales, entre otros. En estos casos, escenas de caricaturas o de programas de televisión son empleados para describir situaciones con las cuales se identifican ellos mismos o con el grupo al que pertenecen. Y debido a que es la etapa en donde se vuelve relevante identificarse con su grupo o sus imágenes e ideales, tienden a influir patrones culturales que los medios masivos de comunicación sugieren a las nuevas generaciones, como plantean Palazón et al. (2014) en torno a las marcas comerciales. Esto es posible observarlo en un ejemplo de un participante quien busca compartir e implicar a su compañero, aludiendo a la natación que ambos practican, mostrando dos personajes de caricatura que descansan: “Tu amigo y tu terminando de nadar... más afloje...” (sic) aludiendo a la distancia que ambos nadan. *Porque solo entre nadadores nos entendemos* (F03-6D, 20 de marzo 2015). Este tipo de mensajes, a lo largo de la pandemia, siguió apareciendo, añorando reiteradamente la práctica de la natación.

Una de las composiciones (F03-6D, 27 de abril, 2020) utiliza imágenes de gatos, con textos alusivos “textraño” “Así me traes” “Eres arte” “k onda we”. Otra imagen muestra a otro personaje que alude a una estudiante estudiosa, pero al mismo tiempo la muestra preocupada, evidenciando ciertas dificultades para acreditar matemáticas, con el mensaje: “pasaré matemáticas, pasaré matemáticas” (FO3-7F, 15 de marzo de 2015). La imagen es un personaje de una serie de televisión, que se caracteriza por tener buen desempeño escolar.

Otro grupo de imágenes son arreglos fotográficos o *memes*, en las que se observan dos escenarios, ambos relacionados con elementos escolares, al igual que el de *pasaré matemáticas* mencionado anteriormente. En la primera imagen está la caricatura de Bob Esponja con una mochila y el texto “los que van a primero” en la otra imagen un grupo de militares con el texto “los que van a tercero” (F03-3A, 24 de abril 2015). Un segundo arreglo tiene también una fotografía de una banda de guerra, con el texto “mis vacaciones” y en la otra, unos jóvenes jugando en la playa con el texto “las vacaciones de otros” (M03-4D, 20 de junio 2015). Un arreglo fotográfico incorpora imágenes de animales y de caras sorprendidas, ante la imagen de un profesor, con el texto “nuestras clases próximamente” (F03-3 A, 13 de marzo de 2020), justo en la fecha en que se da la noticia de las clases en línea por la pandemia del Covid-19.

La tercera categoría estuvo constituida por los elementos fotográficos de los participantes o de temas

relacionados a sí mismos. Se pudo apreciar que algunas fotografías se encontraban editadas o diseñadas por ellos a través de aplicaciones o *software* desde su teléfono móvil. Al diseñar, personalizan las imágenes dándole un retoque que satisface su sentido estético, para representar su estilo o para transmitir algo en particular (Correa, 2011).

En ese proceso, la foto del perfil se muestra retocada, buscando evidenciar ciertos elementos e invitando a colocar el “me gusta”, haciendo con ello posible incrementar la popularidad en el ciberespacio (Araña *et al.* 2014; Portillo, 2016). Una de estas imágenes muestra a una estudiante en tres fotografías en las que parece comunicar algo específico con las manos, con el texto “soy una tonta que se conforma con mirarte de lejos esperando en secreto me regales tu último primer beso” (F04-6D, 21 de marzo 2015). En estos casos, la propuesta no sólo es mostrarse y construir el escenario para la actuación, sino propiciar el acercamiento más íntimo con la persona a la que se dirige (Correa, 2011), generando condiciones a las que se ha denominado *performances de intimidad o multitud* (Linne, 2016).

Otro ejemplo en esta categoría es el que muestra la imagen de un caballo y la vista de un valle, así como el texto siguiente, acompañado de emoticonos: “Todo tiene sentido desde que estás conmigo (imagen de un corazón y una pareja), profundamente yo Te Amo (carita con ojos de corazones) porque tu nombre es mi suerte (carita sonriente) y los días sin verte son eternidad (carita sonriente y corazón roto)” (M03-5D, 19 de junio de 2015). Los emoticonos son empleados de manera exponencial en sus discursos con la finalidad de apoyar su experiencia emocional, buscando con ello reforzar los lazos afectivos y el uso de estrategias lingüísticas que parecen buscar muchos “me gusta”, además de reinventar sus propios significados no lineales que los llevan a construir senderos propios acerca de sí mismos y de los otros (Del Prete y Redon, 2020).

Un ejemplo es la imagen en la que se muestran objetos relacionados con la práctica de la charrería, en la cual se enfatiza el discurso del enamorado que busca convencer de la realidad del amor, creando con ello el performance para mostrar lo que mejor constituye la identidad de la persona en términos de una actividad atrayente, elegante, fuerte, pero al mismo tiempo delicada y suave, al mostrar la rosa; constituyendo todo ello rasgos específicos de una clara identidad masculina, pero que no desdeña el romanticismo y desde la que busca conquistar y atraer; todo esto

se expresa intercalando texto y emoticonos (M03-5D, 23 de agosto de 2015).

Por otro lado, en la cuarta categoría, “me gusta”, se encontró que replantean sentidos y significados con los iconos, de acuerdo con sus necesidades de aceptación y pertenencia, mostrando con ello, nuevos modos de emplear las herramientas que les brinda Facebook. Por ejemplo, emplean la diversidad de “me gusta” a manera de opción múltiple la cual viene acompañada por algún premio, pregunta o sugerencia, en donde emplean distintas modalidades de uso. Este tipo de comportamiento muestra cómo se modifican y cambian los modos de comunicación en el ciberespacio, al desplegar y adoptar estrategias a su conveniencia (F03-7F, junio 8 del 2015).

Finalmente, una imagen en la que se lee “te publico si tienes foto (emoticonos) conmigo deja la en los comentarios te hago mini biblia (emoticonos)”, parece no solo querer captar la atención, sino comunicar y buscar respuesta, para que les publiquen en su muro o les reafirmen en sus publicaciones y contenidos, demostrando así la importancia que representan los vínculos afectivos dentro de Facebook, en donde sienten la reafirmación, escucha, valoración y comprensión que sus amigas, amigos o familiares muestran (F03-7F, Junio 16 del 2015).

Se puede concluir que efectivamente los adolescentes han empleado las redes sociales en su vida cotidiana como prótesis afectiva (Rivero *et al.* 2014). En ella despliegan su identidad y su creatividad a través de las herramientas multimedia, las cuales constituyen los nuevos modos de comunicación instantánea, fácil y creativa de utilizar. Facebook se ha convertido en un espacio atractivo para los jóvenes, quienes construyen y reconstruyen las prácticas de socializar e interactuar virtualmente. Al mismo tiempo, las necesidades, motivaciones y las demandas de internautas potencializan los cambios dentro de la red con el propósito de conseguir, afianzar, estrechar lazos y pertenecer a diferentes grupos o comunidades.

Facebook constituye un diálogo en interacción entre la identidad en línea, social y el plano de la realidad, que se van transformando recíprocamente y permanentemente, por consecuencia modifican el lenguaje y los modos de comunicación. El rompecabezas del lenguaje se vuelve lúdico y divergente para representar los sentimientos y emociones que rigen los códigos y prácticas de estos nuevos espacios. Un claro ejemplo es la imagen de perfil que desemboca en una serie de procesos que implican la toma de decisiones afectivas, cálculos, estrategias, gustos y

capacidades por las tecnologías de la información y la comunicación (TIC); como habilidades para editar, cargar, descargar y compartir algunas imágenes o publicaciones. Así los adolescentes cambian las formas de expresarse, en donde prueban un sinnúmero de reconfiguraciones digitales, al jugar y explorar representaciones de sí mismos. Una de las actividades relacionadas con las clases en línea durante la pandemia, fue la creación de avatares, que algunos de los adolescentes asumieron como tarea colectiva, comentando la imagen y composición elegidas (2 de junio del 2020, varios participantes).

Por todo ello, resulta de gran interés para la psicología por las consecuencias afectivas, sociales y cognitivas; en el uso y la forma en que la juventud se desenvuelve a través de significados, códigos y símbolos que se van modificando a través de Internet. De esa manera los adolescentes despliegan su imaginación en las nuevas formas de mostrarse y de comunicarse; al acortar las palabras, incorporando sensaciones con *memes*, emoticonos, *gifs*, *stickers*, imágenes, entre otros.

Así, la creatividad da paso a nuevas reconfiguraciones subjetivas al mostrar nuevas formas de narrar al “yo en línea” de forma iconográfica. Al reconfigurar el lenguaje virtual que se entremezcla con la comunicación asincrónica y sincrónica, como modos de interactuar a través de videollamadas o el *chat* de manera grupal o individual y mediante una publicación más abierta, pública o privada, al tener mayor control en la búsqueda de la mejor respuesta o el mayor alcance.

De ese modo, las configuraciones del lenguaje virtual se encuentran modificando las prácticas sociales de los adolescentes. Al constituir un performance a través del lenguaje y la cultura. En el transcurso de la investigación, se identificó cómo los adolescentes se expresan libremente a través de sus capacidades creadoras y sensibles, desplegando su narrativa virtual. Esa capacidad se refleja en las formas en que plasman sus lazos afectivos más significativos y sus expresiones emocionales.

En este sentido, los planteamientos de algunos investigadores como Morduchowicz (2012, 2013), Sandoval, Enciso y Mendoza (2015) resaltan el rol activo y la capacidad de los usuarios en el sitio, en el sentido de que construyen y reconstruyen su expresión y autoconocimiento, empleando las herramientas de Facebook, a manera de un diario virtual que va narrando su historia de vida con fotografías, imágenes, comentarios, publicaciones con amigos, música y conteni-

dos diversos, con los que se identifican los usuarios con un “me gusta”.

Conclusiones

El aporte de este estudio ha sido observar cómo la red social virtual, Facebook se volvió un espacio para esclarecer las dinámicas complejas que se generan e influyen en la construcción de la identidad en línea de las y los adolescentes, sus formas de relacionarse y comunicar, así como el uso de la escritura, a lo largo de casi cinco años.

Con esta investigación se pudo apreciar que Facebook constituye un espacio en el que participan activamente un gran número de los adolescentes del siglo XXI. Además, en esas participaciones parecen sentirse cómodos, fortalecen su construcción identitaria y satisfacen sus necesidades de aceptación, así como su sentido de pertenencia a un grupo de pares para garantizar su seguridad y permitir seguir compartiendo las vicisitudes de la vida durante la pandemia.

Así, cuidar y mantener esa identidad virtual adquiere una exigencia psíquica y emocional por parte de ellos, con los demás internautas. Esto se relaciona con lo que plantean Del Prete y Redon (2020) en relación con la búsqueda de aceptación y el reconocimiento de los otros, como elementos primordiales en los adolescentes a la hora de relacionarse en la red; por ello resulta relevante el tener en cuenta los límites y normas de lo que se puede mostrar, para regular los comportamientos, puesto que se incide en la subjetividad del adolescente.

La Internet ha resultado un espacio de transformación cognitiva y de nuevos procesos de comunicación multimodales, de lectura, escritura e hiperdiscursos. Y como ya se ha mencionado, el canal preferido por los jóvenes son las redes sociales virtuales que los alejan de la esfera familiar y escolar; al apropiarse y plasmar una identidad virtual por segmentos de capital social que obtienen, intercambian y crean; a través de sus intereses, motivaciones, emociones y sentimientos al emplear la iconografía por encima de la escritura. A la luz de los análisis que se han presentado, se puede ver que existen dos caras en la moneda: por una parte, la ventaja de que puedan expresarse de manera fácil y rápida con sus pares; pero por otra, la frágil seguridad en la privacidad de los adolescentes, volviéndolos un grupo vulnerable como un sector que tiene alta posibilidad de encontrarse presionados por las exigencias de la audiencia y su libertad de navegación.

Todo lo planteado hasta ahora muestra que Facebook sigue actualizándose y mantiene enganchados a los internautas por las herramientas que ofrece, los cuales se van renovando de acuerdo a la constante competencia del momento; incluso su creador, Zuckerberg, ha mencionado que apuesta a una realidad virtual y aumentada, por lo que Facebook se renombró "Meta" (Sánchez-Vallejo, 2021). En el caso de los adolescentes participantes en esta investigación, se considera que en la flexibilidad de Facebook han encontrado diversión, presencia social y formas de representar su identidad y habitar la red, la cual se construye y reconstruye de manera continua de acuerdo con valores, motivaciones y nuevos aprendizajes de su generación la cual se ve sumamente influida por los medios masivos de comunicación, los consumos culturales y la hiperconexión que se integra en la vida de los adolescentes.

Finalmente, como recomendación de nuevas investigaciones y para un nuevo análisis se sugiere observar, mediante la netnografía, otras aplicaciones como TikTok o Snapchat y sus efectos psicológicos en los adolescentes, particularmente en las herramientas que identifican tu rostro e incorporan accesorios, maquillaje o algún tipo de disfraz sobreponiéndolo a la hora de tomar fotografías o hacer grabaciones. Esto implicará develar dinámicas complejas dentro del ciberespacio y la promoción e intervención en la salud mental de los jóvenes internautas, que resulta esencial retomar ante la pandemia por Covid-19.

Referencias

- Araüna, N. Tortajada, I. y Capdevila, A. (2014). Interacciones adolescentes en las redes sociales: el frágil manejo de la popularidad. En: Huertas, A. y Figueras, M. (Ed.), *Audiencias juveniles y cultura digital*. Institut de la Comunicació, Barcelona: UPF/AEIC. 5-229. Recuperado de https://ddd.uab.cat/pub/l1libres/2014/166676/Ebook_INCOM-UAB_5.pdf
- Berlanga, I. y Martínez, E. (2010). Ciberlenguaje y principios de retórica clásica. *Redes sociales: el caso Facebook*. *Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 7 (2), 47-61. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=82315410004>
- Bernete, F. Vigara, A. M. Fresneda, C. Urre, A. Anaya, C. y Mathiey, G. (2004). *Comunicación y lenguaje juveniles TIC*. Madrid: España, INJUVE (Instituto de la juventud). Recuperado de <https://tinyurl.com/exvu7bpe>
- Blos, P. (1979/2008). *Psicoanálisis de la adolescencia*. Recuperado de <http://deliranteserial.blogspot.mx/2008/08/psicoanlisis-de-la-adolescencia-peter.html>
- Bourdieu, P. (1991). *El sentido práctico*. Madrid: Taurus.
- Correa, E. (2011). El impacto de las redes sociales virtuales en la identidad y subjetividad de los adolescentes. Tesis de Doctorado en Pedagogía, de la Facultad de Filosofía y letras UNAM. Recuperado de <http://132.248.9.195/ptb2011/octubre/0673541/Index.html>
- Cortázar, F. (2014). Imágenes rumorales, memes y selfies: elementos comunes y significativos. *Iztapalapa Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 77 (35), 191-214. Recuperado de <https://revistaiztapalapa.izt.uam.mx/index.php/izt/article/view/149/300>
- Cortés, S. (2014). *La palabra electrónica: Prácticas de lectura y escritura en la era digital*. México: FOEM.
- Chamarro, A. Bertan, E. Oberst, Ú. y Torres, A. (2016). Gestión de la privacidad de los perfiles de Facebook de adolescentes. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 48, 197-208. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36843409014>
- Del Fresno, M. (2011). Netnografía. Investigación, análisis e intervención social on line. Recuperado de <http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2019/07/Del-Fresno-Netnografia.pdf>
- Del Prete, A. y Redon, S. (2020). Las redes sociales online: Espacios de socialización y definición de identidad. *Psicoperspectivas*, 19 (1), 1-11. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol19-issue1-fulltext-1834>
- Díaz, Y. (2011). *Sistematización de la experiencia de acompañamiento de un grupo de adolescentes de "La Valentín" de 1994-2002. Hacia la conformación de una comunidad de aprendizaje*. 121p. Tesis (Maestría en Pedagogía). Universidad Nacional Autónoma de México, Ciudad de México. Recuperado de <https://tinyurl.com/59w8sv32>
- Erikson, E. (1972/2007). *Sociedad y adolescencia*. Ciudad de México: Siglo XXI. 20ª ed.
- Espejel, D. (2014). La escritura del afecto: Los vínculos, entre los jóvenes en la cultura digital. En S. Flores (coord.). *Redes Sociales Digitales*, (pp. 73-92). México: CONACULTA.
- Feixa, C. (2006). Generación XX. Teorías sobre la juventud en la era contemporánea. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 4, 3-18. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=77340202>
- García, M. (2012). *Construcción de identidad y subjetividad en los jóvenes a través de las redes sociales virtuales*. Recuperado de <https://tinyurl.com/2p8jtcht>
- Garzón B. A. P. (2017). Adolescentes, escritura y TIC. *Infancias Imágenes*, 16 (1), 131-143. Recuperado de <https://revistas.udistrital.edu.co/index.php/infancias/article/view/9919>
- González-Ramírez, T. y López-Gracia, A. (2018). La identidad digital de los adolescentes: usos y riesgos de las tecnologías de la información y la comunicación. *Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa*, 17 (2) 77-85, <http://dx.medra.org/10.17398/1695-288X.17.2.73>
- Hine, Ch. (2004). *Etnografía virtual*. Barcelona: UOC.
- INEGI (2020). *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares* (ENDUTIH)

2020. Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2020/#Tabulados>
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido*. Madrid: Paidós. 1ª ed.
- Lankshear, C. y Knobel, M. (2008). *Digital literacies*. USA: Peter Lang Publishing. 2ª ed.
- Lankshear, C. y Knobel, M. (2010). *Nuevos alfabetismos: Su práctica cotidiana y el aprendizaje en el aula*, Madrid: Morata. 2ª. ed.
- Linne, J. (2016). La "multimidad": performances íntimas en Facebook de adolescentes de Buenos Aires. *Estudios Sociológicos*, 34 (100) 65-84. Recuperado de <https://tinyurl.com/3zkxvhx5>
- Machado, A. (2009). *El sujeto en la pantalla: La aventura del espectador del deseo a la acción*. Barcelona: Gedisa.
- Martino, M. C. (2016). Reflexiones sobre imágenes fotográficas, vínculos familiares e identidades entre argentinos/caboverdeanos de Buenos Aires. *Revista Corpus, Archivos Virtuales de la Alteridad Americana*, 6 (2), 1-10. Recuperado de <https://journals.openedition.org/corpusarchivos/1746#tocfrom1n2>
- Merino M. L. (2011). Jóvenes en redes sociales: significados y prácticas de una sociabilidad digital. *Revista Juventud Protagonista: Capacidades y Límites de Transformación Social*, 95, 31-43. Recuperado de http://www.injuve.es/sites/default/files/tema2_revista95.pdf
- Morado Florencia, M (2018). Entornos virtuales de aprendizaje complejos e innovadores: Una experiencia de creación participativa desde el paradigma emergente. *Revista Electrónica Educare*, 22 (1) 1-17. Recuperado de <https://tinyurl.com/4czs2d8p>
- Moral, J. y Ovejero, A. (2005). Luventus digitalis y luventus ludens como tipologías psicológicas de jóvenes contemporáneos. *Intervención Psicosocial*, 14 (2), 161-175. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/1798/179817557002.pdf>
- Morduchowicz, R. (2012). *Los adolescentes redes sociales: La construcción de la identidad*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Morduchowicz, R. (2013). *Los adolescentes del siglo XXI: Los consumos culturales en un mundo de pantallas*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Palazón, M. Sicilia, M. y Delgado, E. (2014). El papel de las redes sociales como generadoras de "amor a la marca" *Universia Business Review*, 41, 18-39. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43330207002>
- Portillo, J. (2016). Planos de realidad, identidad virtual y discurso en las redes sociales. *Logos*, 26(1), 51-63. Recuperado de <https://revistas.userena.cl/index.php/logos/index>
- Quiroga, S. (1999). *Adolescencia: del goce orgánico al hallazgo de objeto*. Buenos Aires: EUDEBA.
- Rivero A. G. Aldana, Y. y Baquero M. J. (2014). The Construction of Facebook as an Affective Prosthesis. *Íkala, Revista de Lenguaje y Cultura*, 19 (2), 149-166. Recuperado de <https://revistas.udea.edu.co/index.php/ikala/article/view/16044>
- Rocha, M. A. (2004). El lenguaje de los jóvenes en el chat. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, 10 (19), 109-140. Recuperado de <https://tinyurl.com/48jy3jxn>
- Sánchez-Vallejo (28 de octubre de 2021). Facebook cambia el nombre de su matriz por Meta. *El País*. Recuperado de <https://elpais.com/tecnologia/2021-10-28/meta-el-nuevo-nombre-de-la-compania-de-facebook.html>
- Sandoval P. C. A. Enciso A. R. y Mendoza R. A. (2015). Redes sociales: lenguaje virtual y ortografía. *Revista Educateconciencia*, 6 (7), 75-88. Recuperado de <https://tinyurl.com/bd6n7bdy>
- Tirira, M. (2013). *La escritura en las redes sociales*. Testimonio. Recuperado de <https://tinyurl.com/mr2f3sar>
- Van Dijk, J. (2016). *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Vaqueiro, M. (Septiembre, 2012). *Ciberlenguaje juvenil en las redes sociales*. Trabajo presentado en el Congreso Iberoamericano de las Lenguas en la Educación y en la Cultura. Salamanca, España. Recuperado de <https://tinyurl.com/2p8bcexw>