

**MUNDO ONLINE Y EL USO DE FACEBOOK: EL CASO DE LOS
ESTUDIANTES DE SECUNDARIA DE LA I.E.M. INEM DE PASTO-NARIÑO.
AÑO 2013.**

**ELIZA MARÍA CAGUAZANGO SUAREZ
OMARY ALEXANDRA CHAVES MOLINA**

**ASESORA:
GLORIA MARÍA RIVAS DUARTE
MAGÍSTER**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE SOCIOLOGÍA
SAN JUAN DE PASTO
SEPTIEMBRE.
2014**

**MUNDO ONLINE Y EL USO DE FACEBOOK: EL CASO DE LOS
ESTUDIANTES DE SECUNDARIA DE LA I.E.M. INEM DE PASTO-NARIÑO.
AÑO 2013.**

Trabajo de grado presentado como requisito para optar el título de Socióloga

**ELIZA MARÍA CAGUAZANGO SUAREZ
OMARY ALEXANDRA CHAVES MOLINA**

**ASESORA:
GLORIA MARÍA RIVAS DUARTE
MAGÍSTER**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE SOCIOLOGÍA
SAN JUAN DE PASTO
SEPTIEMBRE.
2014**

NOTA DE RESPONSABILIDAD

Las ideas y conclusiones aportadas en el siguiente trabajo son responsabilidad exclusiva del autor.

Artículo 1ero del acuerdo N° 324 de octubre 11 de 1966 emanado del Honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño.

Nota de aceptación.

Presidente del jurado

Jurado

Jurado

San Juan de Pasto, Noviembre del 2014.

AGRADECIMIENTOS

Nuestros sinceros agradecimientos a la I.E.M. INEM Luis Delfin Insuasty Rodríguez, por permitirnos trabajar con sus estudiantes y brindarnos el espacio y el tiempo para desarrollar nuestras actividades, además reconocemos su amabilidad y disposición en el suministro de la información necesaria para llevar a cabo esta investigación.

Infinitas gracias a nuestra asesora y maestra Gloria María Rivas Duarte, quien se convirtió en nuestro principal eje orientador a lo largo de nuestra tarea investigativa.

RESUMEN

Esta investigación está inscrita en el contexto digital y tiene como objetivo: Interpretar el uso de la red social *Facebook* en estudiantes de secundaria de la I.E.M INEM Luis Delfín Insuasty Rodríguez de la ciudad de San Juan de Pasto – Nariño en el año 2013, planteando como objetivos específicos: interpretar el uso de *Facebook*, comprender el *sexting* en el uso de *Facebook* y conocer la protección de la información compartida en *Facebook*.

La presente investigación es de tipo exploratorio y cuenta con una metodología mixta, en donde el enfoque cuantitativo y cualitativo se complementan para lograr un análisis más amplio y preciso de la realidad. Las herramientas de recolección de la información fueron: un cuestionario, entrevistas semiestructuradas y la conformación de grupos de discusión, el trabajo se realizó con una muestra probabilística estratificada de 367 estudiantes con una confianza del 95% y un 5% de margen de error de la I.E.M Luis Delfin Insuasty Rodríguez de la ciudad de San Juan de Pasto en el año 2013.

En la investigación se encontró que los estudiantes le dan diferentes usos a *Facebook*, entre ellos: *chatear*, ver otros perfiles, subir fotos, subir videos, realizar comentarios, realizar publicaciones, crear perfiles con identidad oculta, compartir información y practicar *sexting*. Se encontró que el uso de *Facebook* esta mediado por la construcción de un *yo virtual*, que es una representación virtual idealizada de los usuarios, que busca encontrar la validación de sus acciones ante los diferentes usuarios en *Facebook*.

Palabras claves: Facebook, Mundo online, Sexting, Yo virtual.

ABSTRACT

This research is registered in the digital context and aims: Interpret the use of social network Facebook in high school students of IEM INEM Luis Delfin Insuasty Rodriguez of San Juan de Pasto - Nariño in 2013 and its specific objectives were: to interpret the use of the Facebook, understand the sexting in using the Facebook and to know protection information shared on Facebook.

This research is exploratory and has a mixed methodology, where the quantitative and qualitative approach to complement a more comprehensive and accurate analysis of reality. The tools of data collection were a questionnaire, semi-structured interviews and the formation of discussion groups, work was conducted with a stratified random sample of 367 students of IEM Luis Delfin Insuasty Rodriguez city in Pasto the year 2013.

Research has found that students give different uses for Facebook, including: chat, view other profiles, upload photos, upload videos, make comments, make posts, create profiles with hidden identity, share information and practice sexting. Facebook use is mediated by the construction of a yo virtual, which is an idealized virtual representation, which seeks to find validation for their actions to the different users on Facebook

Keywords : Facebook, Virtual World, Sexting , I virtual, Virtual space.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN.....	11
1. MARCO TEÓRICO	18
2. EL USO DE FACEBOOK EN LOS ESTUDIANTES DE LA I.E.M INEM.	37
2.1 LA CONEXIÓN A FACEBOOK	37
2.2 FACEBOOK Y LOS VÍNCULOS SOCIALES.	39
2.3 COMENTARIOS Y PUBLICACIONES EN FACEBOOK; LA CONTINUIDAD DEL MUNDO OFFLINE.	43
2.4 LA CONSTRUCCIÓN DEL <i>YO VIRTUAL</i> , EN BÚSQUEDA DE LA IMAGEN PERFECTA.....	45
2.5 MI YO VIRTUAL, NAVEGANDO POR EL FESTIVAL DE VIDAS PRIVADAS.	47
2.6 LA IDENTIDAD OCULTA EN LA BÚSQUEDA DE MAYOR INFORMACIÓN ..	51
3. EXHIBICIÓN DEL CUERPO A LOS ESPECTADORES DE LA RED: SEXTING	54
3.1 EL <i>SEXTING</i> , ENTRE LA ACEPTACIÓN Y EL RECHAZO DEL PÚBLICO. ..	54
3.2 LA EXHIBICIÓN DEL CUERPO A LOS ESPECTADORES DE LA RED: LA PRODUCCIÓN DE <i>SEXTING</i>	60
3.3 LOS <i>VERSUS</i>	64
3.4 PROTECCIÓN DE LA INFORMACIÓN EN FACEBOOK.....	67
3.5 PUBLICAR O NO PUBLICAR, BUSCANDO LOS LÍMITES DE LA INFORMACIÓN.	67
3.6 LA ZONA OSCURA DE FACEBOOK.	71
3.7 ORIGEN DE LAS NOCIONES DE PROTECCIÓN.	74
CONCLUSIONES	77
BIBLIOGRAFÍA.....	89
WEBGRAFÍA	92
ANEXOS	94

LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Lugar de conexión a Facebook (porcentaje).	38
Gráfico 2. Actividades realizadas en Facebook.	40
Gráfico 3. Tipo de Contactos que los estudiantes agregan a Facebook (porcentaje).....	41
Gráfico 4. Número de contactos en la red social Facebook (Porcentaje).	50
Gráfico 5. Porcentaje de estudiantes que conocen a personas que realizan sexting.	55
Gráfico 6. Porcentaje de estudiantes que agregarían a un contacto que realice sexting.	57
Gráfico 7. Porcentaje de estudiantes que realizan sexting y lo comparten en Facebook.	60
Gráfico 8. Motivos para realizar sexting según sexo (porcentaje).....	61
Gráfico 9. Porcentaje de personas a quienes comparten sexting en Facebook. ...	63
Gráfico 10. Porcentaje de datos publicados en la opción público de Facebook. ...	68
Gráfico 11. Porcentaje de estudiantes que han recibido información de seguridad según la fuente de información.	74
Gráfico 12. Porcentaje de actividades que realizan los padres o tutores cuando sus hijos navegan en Facebook.	76

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A.Operacionalización de conceptos.....	95
Anexo B. Encuesta	98
Anexo C. Formato de preguntas para los grupos de discusión y las entrevistas.	101

INTRODUCCIÓN

Durante los años 70 del siglo XX, y en el periodo subsiguiente, surgieron los principales avances tecnológicos, que han dado paso a la sociedad informacional. Entre los avances tecnológicos están: la creación del ARPA (*Advanced Research Project Agency*) por el Departamento de Defensa Estadounidense en 1969, esta red electrónica daría paso a la internet; en 1975 la creación del microordenador y la producción de los sistemas operativos de Microsoft, en 1999 la conformación de las primeras redes virtuales, y en 2004 la aparición de la web 2.0 con la cual las redes sociales virtuales se masifican. Esta revolución tecnológica se caracteriza por su capacidad de penetración en todos los dominios de la actividad humana.

Lo anterior representa un cambio importante hacia la difusión masiva de la tecnología, no solo cambió todo el sistema tecnológico, sino también las interacciones sociales y organizativas, que ahora se encuentran inscritas en las tecnologías de la información y comunicación.

Las TICs (Tecnologías de la información y la comunicación) se conciben como el universo de dos conjuntos, representados por las tradicionales Tecnologías de la Comunicación (TC) –constituidas principalmente por la radio, la televisión y la telefonía convencional– y por las Tecnologías de la Información (TI) caracterizadas por la digitalización de las tecnologías de registros de contenidos (informática, de las comunicaciones, telemática y de las interfaces)¹.

Las TICs son un fenómeno global, que involucran el acceso de personas de diferentes partes del mundo a internet. A nivel nacional el total de suscriptores de internet ha aumentado, “en el año 2012 el total de suscriptores a internet era de 7.037.242 y en el año 2013 el número de suscriptores llegó a 8.448.331 suscriptores, lo que significó el aumento de 1.411.089 de nuevos suscriptores a internet”²

¹ SÁNCHEZ, Esmeralda. Las tecnologías de información y comunicación (tic) desde una perspectiva social. P. 156. Disponible en internet: <http://www.redalyc.org/pdf/1941/194114584020.pdf> [Este sitio fue consultado el 30 de noviembre de 2012].

² Ministerio de las tecnologías de la información y las comunicaciones. Boletín trimestral de las tics cifras cuarto trimestre 2013. República de Colombia Bogotá D.C. marzo 2013. Elaborado Marzo 2013. P. 7. Disponible en internet: http://colombiatic.mintic.gov.co/602/articles-4992_archivo_pdf.pdf. [Este sitio fue consultado el 10 de marzo del 2013].

Dentro de las TICs se encuentra las redes sociales virtuales, las cuales permiten a los usuarios “construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, articular una lista de usuarios, compartir una conexión, y recorrer una lista de conexiones. La naturaleza y la nomenclatura de estas conexiones pueden variar de un sitio a otro”³.

Las redes sociales están insertas en la cotidianidad de los colombianos, según el Ministerio TIC (Tecnología de la información y la Comunicación): “8 de cada 10 colombianos visitan las redes sociales y de éstos el 98% tiene cuenta en *Facebook*”⁴. Es importante destacar que la red social *Facebook* cuenta con “16 millones de usuarios registrados en Colombia y por tanto el país ocupa el puesto 14 a nivel mundial y el tercero a nivel de Latinoamérica con mayor número de usuarios registrados en *Facebook*”⁵. Por tal motivo, la presente investigación se centra en dicha red, por ser la que alberga un mayor número de usuarios en Colombia. Redes sociales como *Facebook*, dan paso a un nuevo universo de investigación, donde surgen nuevas formas de interacción social y de comunicación, especialmente en la población joven. En Colombia el uso del mundo *online* involucra principalmente a jóvenes, los rangos de edad de las personas que más utilizaron internet desde cualquier lugar se encuentra entre los “12 y 24 años de edad (69,6%), lo que demuestra que la población joven es la que más se conecta a internet. El uso de las redes sociales en la población joven, ha generado “diversas preocupaciones por parte de las generaciones adultas”⁶, sobre todo en el tipo de información que comparten y las acciones que realizan en la red. Se resalta que las personas de “más de 55 años, el 90,8% reportaron que no habían usado internet”⁷, lo anterior evidencia la denominada brecha generacional digital, que impide a los migrantes digitales comprender las acciones de los nativos digitales en la red virtual.

³ Boyd y Ellison presente en Boletines panda labs. P. 3. Disponible en internet: http://www.pandasecurity.com/img/enc/Red_Soc_punto_mira.pdf [Este sitio fue consultado el 30 de mayo de 2012].

⁴Ministerio TIC. El Ministerio TIC e Ipsos Napoleón Franco presentaron el estudio de Consumo Digital. Disponible en internet: <http://www.mintic.gov.co/index.php/mn-news/1903-8-de-cada-10-colombianos-usan-internet>. [Este sitio fue consultado el 14 de junio del 2013]

⁵ SEO COLOMBIA. Estadísticas de *Facebook* en Colombia. Disponible en internet: <http://www.seocolombia.com/blog/estadisticas-facebook-colombia-2012>. [Este sitio fue consultado el 14 de junio del 2013].

⁶ Preocupaciones, que son suministradas en boletines de diversas paginas como pantallas amigas (<http://www.pantallasamigas.net>), En Tic Confío (<http://www.enticconfio.gov.co/>) y la Alianza para la seguridad en Internet (<http://asi-mexico.org/sitio/>)

⁷ DANE. Indicadores básicos de tecnologías de información y comunicación - TIC para Colombia. Año 2011. Disponible en internet: https://docs.google.com/viewer?url=http%3A%2F%2Fwww.dane.gov.co%2Ffiles%2Finvestigaciones%2Fboletines%2Ftic%2Fbol_tic_2011.pdf . [Este sitio fue consultado el 14 de junio de 2013].

Las redes sociales abren las puertas a nuevas prácticas entre los actores sociales, entre ellas el *sexting*, como un fenómeno social que se ha dado a conocer como una práctica preocupante en adolescentes y jóvenes.

El *sexting* como la realización y publicación de fotos desnudas o semidesnudas en los medios electrónicos, se ha dado a conocer especialmente desde el año 2008, cuando *The National Campaign to Prevent Teen and Unplanned Pregnancy* en Estados Unidos reveló que: “el 20% de los jóvenes encuestados entre 13 y 19 años había enviado en internet fotos en las que aparecían desnudos o semidesnudos”⁸.

Según el estudio realizado por la alianza para la seguridad en internet⁹, en México en el año 2012, entre los motivos para realizar *sexting* se encuentra el romance juvenil, expresión de intimidad, coqueteo, lucimiento, Impulsividad, presión de los amigos, venganza, o intimidación. Entre los posibles destinatarios están: novia, alguien que les gusta, ex novio/novia, mejor amigo/a, amigos, desconocidos y compañeros de clase.

En Colombia no existen cifras oficiales sobre el *sexting*, sin embargo hay algunos estudios exploratorios que se han acercado a la problemática presente en las redes sociales virtuales. En la ciudad de San Juan de Pasto en el año 2012 por ejemplo, se encontró que: “el 10% de niños(as) y adolescentes de una institución educativa se han tomado fotos de carácter sexual y las han compartido en los medios electrónicos”¹⁰. La problemática del *sexting* no ha sido abordada en profundidad en la ciudad de Pasto, desconociéndose sus causas y su relación con el uso de las redes sociales virtuales.

Con base en la descripción del problema se planteó la presente investigación, formulando como pregunta central: ¿Cuál es el uso de la red social *Facebook* en estudiantes de secundaria de la I.E.M INEM Luis Delfín Insuasty Rodríguez de San Juan de Pasto – Nariño en el año 2013? Como preguntas orientadoras se determinaron las siguientes:

⁸ The National Campaign to Prevent Teen and Unplanned Pregnancy: Sex and Tech, Results from a Survey of Teens and Young Adults (Dec. 2008). Disponible en internet: <http://www.thenationalcampaign.org/sextech/>, [Este sitio fue consultado el 22 de octubre del 2012].

⁹ Alianza para la seguridad en internet. El efecto internet. Sexting: cuando la diversión se convierte en delito. P. 8. [En línea]. Disponible en internet: <http://es.scribd.com/doc/111287217/Revista-Baja-Sexting-5> [Este sitio fue consultado el 16 de Febrero de 2012].

¹⁰ CAGUAZANGO, Eliza, CHAVES, Omary. Riesgos y amenazas en el ciberespacio. Estudio inédito. Observatorio del Delito de la Policía Nacional, Seccional Nariño. Pasto 2012.

- ¿Cuál es el uso la red social *Facebook*, en estudiantes de la I.E.M INEM Luis Delfín Insuasty Rodríguez de San Juan de Pasto – Nariño en el año 2013?
- ¿Hay evidencias de *sexting* en el uso de la red social *Facebook* en estudiantes de la I.E.M INEM Luis Delfín Insuasty Rodríguez de San Juan de Pasto – Nariño en el año 2013?
- ¿Cuáles son los motivos para realizar *sexting* en *Facebook* en estudiantes de la I.E.M INEM Luis Delfín Insuasty Rodríguez de San Juan de Pasto – Nariño en el año 2013?
- ¿Existe o no protección de la información compartida en *Facebook*, en los estudiantes de la I.E.M INEM Luis Delfín Insuasty Rodríguez de San Juan de Pasto – Nariño en el año 2013?

A partir de la formulación del problema y las preguntas orientadoras, se formuló el objetivo general y los tres objetivos específicos.

El objetivo general de la investigación fue: Interpretar el uso de la red social *Facebook* en estudiantes de secundaria de la I.E.M INEM Luis Delfín Insuasty Rodríguez de la ciudad de San Juan de Pasto – Nariño en el año 2013.

Los objetivos específicos de la investigación fueron:

- Interpretar el uso de la red social *Facebook* en estudiantes de la I.E.M INEM de San Juan de Pasto.
- Comprender el *sexting* en el uso de la red social *Facebook* en estudiantes de la I.E.M INEM de la ciudad de San Juan de Pasto.
- Conocer la protección de la información compartida en *Facebook*, por los estudiantes de la I.E.M INEM de San Juan de Pasto.

Para tener mayor claridad en los objetivos propuestos fue necesario realizar una conceptualización de las principales categorías utilizadas, teniendo que, se entiende por uso: las actividades que realizan los estudiantes en *Facebook*. Por *sexting*: la producción y publicación en *Facebook* de imágenes (fotografías) con personas desnudas o semidesnudas con actitudes sexualmente sugestivas hacia el receptor de la imagen. Y la protección de la información es entendida como el manejo de privacidad de la información que los estudiantes comparten en *Facebook*.

La investigación se desarrolló a partir de los objetivos propuestos, y representó la oportunidad de generar una interpretación del uso de la red social *Facebook*, la presencia de *sexting*, y la seguridad en el uso de *Facebook*, en los estudiantes de la I.E.M INEM Luis Delfín Insuasty Rodríguez de la ciudad de San Juan de Pasto, escrudiñando el fenómeno en la magnitud de la sociedad contemporánea, a partir del análisis sociológico.

La presente investigación se justifica por su importancia e interés, debido a que revela el contexto de nuevos fenómenos sociales presentes en el mundo *online* y que involucra de manera significativa a la población interconectada. Esta investigación permitió generar una lectura oportuna y clara sobre el uso y manejo de la red social *Facebook*, que sirve como material de información sobre nuevas prácticas y percepciones de los estudiantes en el mundo *online*.

Es importante reconocer que no se encuentra literatura especializada, ni investigaciones específicas sobre el tema en la ciudad de San Juan de Pasto, por lo tanto el estudio es novedoso para la ciudad, porque explora una realidad que ha sido poco estudiada hasta el momento.

Sin duda el estudio representó una lectura interesante en la sociedad actual, implícita en los medios de información y comunicación, siendo este estudio una base para futuras investigaciones sobre la temática.

La metodología de la investigación, se realizó a partir del método mixto. Según Hernández Sampieri el enfoque mixto “permite la integración entre los enfoques cualitativo y cuantitativo en un mismo estudio; ambos llegan a mezclarse y a incluirse lo cual, lejos de empobrecer la investigación, la enriquece, son visiones complementarias”¹¹.

Se utilizó un modelo en dos etapas, aplicando primero herramientas cuantitativas y posteriormente herramientas cualitativas en el estudio. Las visiones complementarias fueron importantes en este caso, debido a que el estudio es exploratorio y es necesario realizar una contextualización general del fenómeno, para luego profundizar mediante aspectos cualitativos.

¹¹HERNÁNDEZ Sampieri, R., FERNÁNDEZ Collado, C., & Baptista Lucio. Fundamentos de metodología de la investigación. México DF: Editorial McGraw-Hill. 2007.

En primera instancia se aplicaron herramientas cuantitativas, aplicando un cuestionario (Anexo 2), resultado de la operacionalización de conceptos (Anexo 1). El total de preguntas del cuestionario fue de 21, entre las cuales se contempló preguntas: cerradas, de opción múltiple y de escalas Likert. Posteriormente se realizaron talleres con los grupos de discusión con preguntas semiestructuradas y entrevistas semiestructuradas (Anexo 3).

La población correspondió a los estudiantes de secundaria de Sexto a Once grado de la Institución Educativa Municipal INEM Luis Delfín Insuasty Rodríguez de la Ciudad de San Juan de Pasto, usuarios de la red social *Facebook* matriculados en la institución en el año 2013.

El total de los estudiantes de secundaria de la institución para el año 2013 ascendió a 2.768, de los cuales 2.520 eran usuarios de *Facebook*. Teniendo en cuenta el total de los estudiantes que tienen cuenta en la red social *Facebook* se seleccionó la población a encuestar a través de un muestreo probabilístico estratificado y aleatorio, con una muestra del 95% de confianza y un 5% de margen de error.

La muestra total fueron 367 estudiantes de secundaria de la Institución educativa, municipal Luis Delfín Insuasty (incluido el 10% más por las posibles adversidades en la aplicación del cuestionario). De los cuales fueron seleccionados: 63 estudiantes del grado Sexto, 55 estudiantes del grado Séptimo, 64 estudiantes del grado Octavo, 58 estudiantes del grado Noveno, 65 estudiantes del grado Décimo y 62 estudiantes del grado Once. Aplicándose un muestreo estratificado proporcional y aleatorio.

En la metodología cualitativa, al escoger los casos a indagar se tuvo en cuenta la calidad de la unidad de trabajo, es decir, el sentido de comprensión del ambiente y el problema de investigación. Por ello, en los grupos de discusión se indagó a 8 estudiantes de secundaria de la I.E.M INEM Luis Delfín Insuasty Rodríguez, usuarios de *Facebook*, quienes fueron seleccionados a través de una muestra dirigida de casos tipo, que ayudaron a entender el fenómeno de investigación, siendo estudiantes que manifestaron conocer y usar en mayor profundidad la red social *Facebook*.

Para profundizar en el *sexting* se indagó a cuatro estudiantes seleccionados a través de una muestra de sujetos voluntarios, quienes conocían y realizaban *sexting*, y se interesaron en participar en la investigación. Este proceso se realizó con 1 hombre y tres mujeres de secundaria de la institución.

Tanto los grupos de discusión como las entrevistas se aplicaron a estudiantes que se interesaron en participar en la investigación, después de haber respondido el cuestionario sobre el uso de *Facebook*.

Para el análisis de la información cuantitativa (cuestionario) se organizó, clasificó y analizó la información acudiendo al programa Microsoft Excel. Para comprender la información cualitativa (entrevistas y grupos de discusión) se utilizó Microsoft Word y Atlas Ti que permitieron agrupar e interpretar la información.

Toda la información recolectada, además de ser organizada y clasificada, fue interpretada principalmente desde las visiones de las sociedades *posmodernas*, abordando el soporte teórico de Manuel Castells, Gilles Lipovetsky y Zygmunt Bauman, según estos sociólogos contemporáneos las relaciones sociales actuales se caracterizan por la liquidez de las interrelaciones, por la individualización de las personas, y por el consumo y la producción de información en los sistemas tecnológicos. Además de recoger algunos planteamientos conceptuales de Carlos Marx y Max Weber.

Finalmente, la clasificación e interpretación de la información obtenida, dio como resultado el informe que se presenta a continuación, el cual se desarrolla en diferentes capítulos, en primer lugar, se presenta el marco teórico que sustenta la investigación, en segundo lugar, el marco de antecedentes que da cuenta del panorama actual del problema estudiado. En tercer lugar, se presenta el apartado denominado *el uso de Facebook*: en este acápite se describen la conexión a *Facebook*, las actividades en *Facebook* y su vinculación con las relaciones sociales en un contexto virtual. En cuarto lugar, se aborda el *sexting* desde dos perspectivas, primero la mirada de las personas que no realizan *sexting* pero tienen amigos y conocidos que si lo realizan, y segundo, desde la mirada de quienes realizan esta práctica. En quinto lugar, se presenta un panorama de la protección de la información, en donde se muestra la existencia de eventos negativos en *Facebook* y la influencia de los padres y los medios de comunicación en las nociones de riesgo peligro y protección de los estudiantes. Finalmente, se dan a conocer las conclusiones de la investigación y la bibliografía empleada en el presente estudio.

1. MARCO TEÓRICO

Existen muchas posturas ideológicas, teóricas y conceptuales a partir de las cuales se puede comprender la realidad actual, sin embargo en la presente investigación se abordarán los planteamientos de Carlos Marx, Max Weber, Manuel Castells, Gilles Lipovestky y Zygmunt Bauman, autores que brindan luces interesantes (aunque no las únicas), para explicar y entender el mundo *online*, y las relaciones virtuales insertas en él. A continuación se presentan los aportes teóricos que permitieron generar un panorama de las relaciones sociales virtuales, para ello fue relevante identificar la transformación que ha tenido el capitalismo, desde la época industrial; que ha sido abordado por Marx y Weber. Hasta un capitalismo fundamentado en la individualización, que ha sido tema de las teorías de Castells, quien ha denominado esta época como informacional; Bauman quien comprende que el capitalismo se encuentra en un estado líquido, y Lipovetsky quién considera que la sociedad actual se encuentra atrapada en el vacío. En otras palabras el presente marco teórico contextualiza el problema de investigación desde el análisis del sistema capitalista, su reestructuración y el surgimiento de nuevos espacios sociales virtuales.

Desde Carlos Marx se comprende que los modos de producción definen y caracterizan una época histórica, “es un determinado modo de la actividad de los individuos, un determinado modo de manifestar su vida, un determinado modo de los mismos. Tal y como los individuos manifiestan su vida, así son. Lo que son coinciden por consiguiente con su producción”¹².

“En la producción social, los hombres entran en determinadas relaciones independientes de su voluntad, relaciones de producción que corresponden a determinados grados de desarrollo de las fuerzas productivas materiales. Estas relaciones de producción en su conjunto constituyen la estructura económica de la sociedad, la base real sobre la cual se erige la superestructura jurídica y política, y a la que corresponden determinadas formas de conciencia social”¹³.

¹² MARX y F. Engels, la ideología alemana. P.25. Disponible en internet: http://www.socialismo-chileno.org/biblioteca/La_IA_marx.pdf [Este sitio fue consultado el 19 de agosto de 2014].

¹³ MARX, Karl. Contribución a la crítica de la economía política. P.33. Disponible en internet:<http://www.moviments.net/espaimarx/docs/8d9a0adb7c204239c9635426f35c9522.pdf>. [Este sitio fue consultado el 18 de agosto de 2014].

Las relaciones de producción son en sí las relaciones económicas que se establecen según la posición que ocupan los hombres en la producción, entre quienes cuentan con los medios de producción y entre quienes solamente cuentan con su fuerza de producción, de aquí la diferencia entre la clase social dominante, los capitalistas, y la clase social dominada, los obreros.

En el modo de producción capitalista el hombre es alienado en su trabajo, “esto no significa que el trabajo se convierte en objeto, asume una existencia externa, si no que existe independientemente fuera de él mismo, y ajeno a él, y que se opone a él como un poder autónomo”¹⁴.

Marx presenta una protesta contra la alienación del hombre en la sociedad industrial, aquí, los hombres no se reconocen a sí mismos, puesto que se reconocen en relación a la mercancía. En este sentido, el fin último del hombre se limita a obtener productos para satisfacer sus necesidades, lo cual involucra la deshumanización y automatización, porque el hombre se reconoce separado de la naturaleza, los demás, y de sí mismo.

Al exaltar al objeto como fin último del hombre, éste cae en la idolatría que es “siempre el culto a algo; donde el hombre ha colocado sus propias facultades creadoras, y después se somete, en vez de reconocerse a sí mismo en su acto creador. Los ídolos son obra de la mano del hombre, son cosas y el hombre se postra y adora a las cosas”¹⁵. La extrañación del ser frente al objeto, conduce a éste a la veneración, y sometimiento ante el objeto.

Un ser libre, es un ser con conciencia de sí, mientras que un ser alienado hace de su actividad vital, de su ser y de su vida, un medio para su existencia. La emancipación del hombre no se limita a la liberación de la clase trabajadora, sino que tiende a la emancipación del ser humano a través de la restitución de la actividad enajenada, es decir, de la actividad libre de todos los hombres. Según Marx “es evidente sobre este presupuesto, que cuanto más se gasta el trabajador en su trabajo más poderos se vuelve el mundo de los objetos que crea frente a sí mismo, más pobre se vuelve su vida interior y menos pertenece a sí mismo”¹⁶

¹⁴ MARX, Karl. Manuscritos económico - filosóficos. México: Grijalbo. 1968.P. 117

¹⁵ Erich From. Marx y su concepto del hombre. México: Fondo de cultura económica. 1978. P 51

¹⁶ MARX, Karl. Manuscritos económico - filosóficos. Op cit., p.105.

La alienación desde Marx aparece ligada a la economía, donde el trabajo humano en las relaciones de producción capitalista; entre los dueños de los medios de producción y los que solo cuentan con su fuerza de trabajo, ha dado paso a la alienación del trabajador. En este sistema el hombre se vuelve extraño al producto de su trabajo, este no le pertenece, en este proceso el hombre es alienado en su trabajo y en su vida debido a que mira como finalidad última el objeto. En el sistema capitalista “el trabajador desciende a nivel de mercancía y a nivel de una mercancía miserable”¹⁷, el trabajador esta alienado y reducido a su propio trabajo, “el trabajador se convierte en esclavo del objeto; primero, en tanto recibe un objeto de trabajo, y segundo, en tanto recibe medios de subsistencia. Así, el objeto le permite existir, primero como trabajador y después como sujeto físico”¹⁸

Para Marx el sistema capitalista “ha hecho de la dignidad un simple valor de cambio, ha sustituido las numerosas libertades escrituradas y bien adquiridas por la única y desalmada libertad de comercio”¹⁹. Ha trasgredido las relaciones familiares y las ha reducido a simples relaciones de dinero.

Para Marx la liberación del individuo está relacionada con el desarrollo de las capacidades del *ser genérico*. Es decir “un ser con conciencia de sí”²⁰. El *ser genérico* debe lograr desarrollar actividades (trabajos) conscientes y deliberadas en el proceso de producción, las actividades no deben ser mecánicas sino actividades creativas de los actores. Para lograr esto, es necesaria la conciencia como un producto social que impulse a los actores a cambios, no solo ideales, sino también materiales, en el modo de producción.

Desde la teoría de Max Weber el capitalismo industrial no es una tendencia a enriquecerse monetariamente, sino, por el contrario el capitalismo es considerado “como el freno o por lo menos, como la moderación racional de este impulso irracional lucrativo”²¹. Ciertamente el capitalismo se identifica con la aspiración a la ganancia pero dentro de una ordenación capitalista de la economía, correspondiente al cálculo del capital, “es decir, se integra una serie planificada de

¹⁷Ibid., p. 103.

¹⁸Ibid., p. 106.

¹⁹MARX, Carlos, ENGLÉS, Federico. Manifiesto del partido comunista. Pekin: Ediciones en Lenguas Extranjeras.1969. P. 36.

²⁰MARX, Karl. Manuscritos económico - filosóficos. México: Grijalbo. 1968. P. 111.

²¹La ética P.9

prestaciones útiles reales o personales, como medio adquisitivo en el balance final, de los bienes estimables en dinero”²².

El capitalismo moderno “ha sido grandemente influenciado en su desarrollo por los avances de la técnica; su actual racionalidad háyase esencialmente condicionada por las posibilidades técnicas de realizar un cálculo exacto”²³. Los avances técnicos no han sido condicionados por los intereses capitalistas, pero su aplicación ha sido decisiva para el orden de la sociedad. “El moderno capitalismo industrial racional necesita tanto de los medios técnicos de cálculo del trabajo, como de un derecho previsible y una administración guiada por reglas formales”²⁴. El capitalismo es producto de una serie de acciones sociales racionalmente elaboradas. El autor define la acción social como “una acción en donde el sentido mentado por el sujeto o sujetos está referido a la conducta de otros orientándose por está en su desarrollo”²⁵.

Weber clasifica en tres tipos la acción social:

1. Racional con arreglo a fines: determinada por expectativas en el comportamiento tanto de objetos del mundo exterior como de otros hombres, y utilizando esas expectativas como condiciones o medios para el logro de fines propios racionalmente sopesados y perseguidos. 2. Racional con arreglo a valores: determinada por la creencia consciente en el valor –ético, estético, religioso o de cualquier otra forma, como se le interprete- propio y absoluto de una determinada conducta, sin relación alguna con el resultado, o sea puramente en méritos de valor. 3. Afectiva, especialmente emotiva, determinada por afectos y estados sentimentales actuales, y 4. Tradicional: determinada por una costumbre arraigada”²⁶. Según Weber la sociología busca entender e interpretar la acción social, toda interpretación busca la evidencia, esta evidencia puede ser de carácter racional o de carácter endopático, en este sentido el grado máximo de evidencia se encuentra en los medios empleados para el desarrollo de una acción con arreglo a fines racionalmente orientada.

²² WEBER, Max. La ética protestante y el espíritu del capitalismo. España: Ediciones Península.1993. P.10.

²³ *Ibíd.*, p.16

²⁴ *Ibíd.*, p.16.

²⁵ WEBER, Max. Economía y sociedad. México: Fondo de Cultura Económica. 2005. P. 5.

²⁶ *Ibíd.*, p. 20.

Para Weber el método de la sociología comprensiva es racionalista, la cual busca la construcción de tipos, los cuales son elaborados por el investigador para “comprender la acción real, influida por irracionalidades de toda especie (afectos, errores), como una desviación del desarrollo de la acción racional”²⁷. Por comprensión el autor plantea que debe entenderse, primero “la comprensión actual del sentido mentado en una acción”²⁸, que es en esencia la comprensión racional y actual de las acciones. Segundo “la comprensión explicativa”²⁹, que se refiere a comprender los motivos (rationales o irracionales) que llevaron al desarrollo de la acción. Por tanto comprendemos la acción humana no solamente de un modo actual sino por los motivos que hicieron posible esa acción. El motivo es “la conexión de sentido que para el actor o el observador aparece como el fundamento con sentido de una conducta”³⁰. Resumiendo lo anteriormente mencionado, es posible afirmar que la sociología se ocupa de comprender, comprender es encontrar las conexiones de sentido, de las cuales tenemos una explicación del desarrollo de la acción. Además la acción social puede orientarse por la existencia de un orden legítimo. Y este orden existe si tiene validez, es decir si este orden es obligatorio y es considerado como un modelo de conducta. Sin embargo “el mismo individuo puede orientar su conducta en diversos ordenes contradictorios; y no solo de un modo sucesivo, cosa de todos los días, sino aun en la misma acción”³¹.

Según Weber³² quienes actúan socialmente pueden atribuir validez legítima a un orden determinado, debido a: la tradición, la creencia afectiva, la creencia racional con arreglo a valores, la legalidad estatuida positivamente. Siendo la validez de carácter sagrado de la tradición la forma más universal y primitiva, y la legalidad la forma de legitimidad más común en la actualidad. Por tal situación es labor de la sociología descubrir la clase típica de la validez en cuestión.

Desde la teoría contemporánea Manuel Castells comprende que el Capitalismo ha entrado en un proceso de flexibilización e individualización de las relaciones sociales, se asiste a la disolución de las grandes concentraciones de trabajo y a la formación de redes de trabajo pequeñas y medianas, en este contexto se plantea

²⁷ Ibid. p. 7.

²⁸ Ibid., p. 8

²⁹ Ibid. p. 8.

³⁰ Ibid., p.10.

³¹ Ibid., p.26.

³² Ibid., p. 29.

que “el capitalismo ha sufrido un proceso de reestructuración profunda, caracterizado por una mayor flexibilidad en la gestión, en la descentralización e interconexión de las empresas, los cambios sociales han estado acompañados de transformaciones económicas y tecnológicas”³³.

El proceso de reestructuración del capitalismo, se debe a una transformación en el modo de desarrollo, del industrialismo al informacionalismo. “Los modos de desarrollo, son los dispositivos tecnológicos, mediante los cuales el trabajo actúa sobre la materia para generar el producto, cada modo de desarrollo se define por el elemento que es fundamental para fomentar la productividad en el proceso de producción”³⁴. En el informacionalismo, la acción del conocimiento sobre sí misma es la principal fuente de productividad, “la fuente de la productividad estriba en la tecnología de la generación de conocimiento, el procesamiento de la información y la comunicación de símbolos”³⁵.

Así mismo el modo de producción posee un principio de actuación, “el industrialismo se orienta hacia el crecimiento económico, el informacionalismo hacia el desarrollo tecnológico, es decir hacia la acumulación de conocimiento, y hacia grados más elevados de complejidad en el procesamiento de la información”³⁶

La transformación en el modo de desarrollo ha implicado cambios en las relaciones sociales, y en la estructura social, debido a una tendencia hacia una nueva organización social, que se sustenta en una estructura de redes. “Las redes, son instrumentos apropiados para una economía capitalista basada en la innovación, la globalización y la concentración descentralizada”³⁷.

Según Castells una red es un conjunto de nodos interconectados. Un nodo es un punto en el que una curva se intersecta a sí misma. Lo que un nodo es, depende de las redes a las que se refiera. La tipología definida por las redes determina que

³³ CASTELLS, Manuel. La era de la información: economía, sociedad y cultura. Vol. 1 La sociedad red. México: Siglo XXI Editores, S.A. de. CV. 2004. P. 29.

³⁴ Ibid. p. 43.

³⁵ Ibid. p. 43.

³⁶ Ibid. p. 43.

³⁷ Ibid. p. 509.

la distancia (o intensidad y frecuencia de interacción) entre otros puntos (o posiciones sociales) sea más corta (o más frecuente o más intensa) si ambos son nodos de una misma red que si no pertenecen a la misma³⁸.

Las redes son estructuras abiertas, capaces de expandirse y de integrar nuevos nodos siempre que “compartan los mismos códigos de comunicación (por ejemplo, valores o metas de actuación). Una estructura social que se basa en las redes, es un sistema muy dinámico y abierto, susceptible a innovarse sin amenazar su equilibrio”³⁹.

En una organización en redes las relaciones sociales superan el espacio y el tiempo.

Las localidades se desprenden de su significado cultural, histórico y geográfico y se reintegran en redes funcionales o en collages de imágenes, provocando un espacio de flujos que sustituye al espacio de lugares. El tiempo se borra en el sistema de comunicación, cuando el pasado, el presente y futuro pueden reprogramarse mutuamente para interactuar en el mismo mensaje. El espacio de flujos y el tiempo atemporal son los cimientos necesarios para una nueva cultura, que trasciende e incluye la diversidad de los sistemas de representación transmitidos por la historia⁴⁰.

En la sociedad actual de espacio y tiempo de flujos, se busca la identidad colectiva o individual, que se convierte en la fuente fundamental de significado social “que se está convirtiendo en la principal y a veces única, fuente de significado en un periodo histórico caracterizado por una amplia desestructuración de las organizaciones, deslegitimación de las instituciones, desaparición de los principales movimientos sociales y expresiones sociales”⁴¹

Mientras que las redes globales conectan o desconectan de forma selectiva individuos, grupos, según su importancia para cumplir metas procesadas en la red, las identidades particulares se fundamentan de raíces históricas. “Nuestras

³⁸ Ibid., p. 507.

³⁹ Ibid., p. 508.

⁴⁰ Ibid., p. 408.

⁴¹ Ibid., p. 29.

sociedades se estructuran cada vez más en torno a una opción bipolar entre la red y el yo⁴².

En medio de la posición bipolar entre la red y el yo, se manifiesta una fragmentación social, debido a que se rompe la comunicación entre la tendencia de la red a organizarse en torno a funciones y la búsqueda de significado de las personas. Cuando “la comunicación se rompe, los grupos sociales y los individuos se alienan unos de otros, ven al otro como extraño, y al final como una amenaza. En este proceso la fragmentación social se extiende, ya que las identidades se vuelven más específicas y aumenta la dificultad de compartirlas”⁴³.

Para Castells internet aparece como un escenario de comunicación abierta, y por lo tanto de reconocimiento del otro. Es un escenario en el que se expresa los procesos sociales, los intereses sociales, los valores sociales, las instituciones sociales.

“Internet en ese sentido no es simplemente una tecnología; es el medio de comunicación que constituye la forma organizativa de nuestras sociedades, es el equivalente a lo que fue la factoría en la era industrial. Internet es el corazón de un nuevo paradigma sociotécnico que constituye en realidad la base material de nuestras vidas y de nuestras formas de relación, de trabajo y de comunicación. Lo que hace internet es procesar la virtualidad y transformarla en nuestra realidad, constituyendo la sociedad red, que es la sociedad en que vivimos”⁴⁴.

El mundo online desde la perspectiva de Castells representa “un sistema en el que la misma realidad es capturada por completo, sumergida de lleno en un escenario de imágenes virtuales”⁴⁵. En este espacio hay comunidades, pero estas se caracterizan por ser personalizadas es decir “comunidades de personas basadas en los intereses individuales y en las afinidades y valores de las personas”⁴⁶.

⁴² Ibid. p. 29.

⁴³ Ibid. p. 29.

⁴⁴ CASTELLS, Manuel. Internet y la sociedad red. P.8. Disponible en internet: http://www.cabuenes.org/03/documentos/cursos/globalizacion/bloque2/glob_blq2_08.pdf [Este sitio fue consultado el 20 de agosto de 2014]

⁴⁵ CASTELLS, Manuel. La era de la información: economía, sociedad y cultura. Vol. 1 La sociedad red. México: Siglo XXI Editores, S.A. de. CV. 2004. P. 406

⁴⁶ CASTELLS, Manuel. Internet y la sociedad red. Óp. cit., p.9

A partir de la teoría del vacío de Gilles Lipovetsky, es posible comprender que el actual capitalismo se encuentra en un proceso de cambio, dado que la sociedad pretende pasar de los valores del individuo moderno, a los valores del individuo social, pero aún la sociedad no ha pasado al segundo proyecto, la sociedad se encuentra en medio de esos dos proyectos, el vacío es ese; no poder identificarse con ningún proyecto. “La sociedad posmoderna no tiene ídolo ni tabú, ni tan solo imagen gloriosa de sí misma, ningún proyecto histórico movilizador, estamos ya regidos por el vacío, un vacío que no comporta, sin embargo ni tragedia ni apocalipsis”⁴⁷.

Según Lipovetsky⁴⁸ la sociedad actual, está dirigida por una nueva estrategia, que desbanca las relaciones de producción en beneficio de una apoteosis de las relaciones de consumo, “que consisten esencialmente en multiplicar y diversificar la oferta, en proponer más para que uno decida más, en sustituir la sujeción uniforme por la libre elección, la homogeneidad por la pluralidad, la austeridad por la realización de los deseos”⁴⁹.

Esta sociedad se encuentra inscrita aún en la era del consumo, se consume de manera distinta cada vez más objetos e informaciones. Presentándose un “consumo de la propia existencia a través de la proliferación de los *mass media*, del ocio, de las técnicas relacionales, el proceso de personalización genera el vacío tecnicolor”⁵⁰.

En la cultura posmoderna se legitima la afirmación de la identidad personal, en donde cualquier persona tiene derecho a ser ciudadano y a su reconocimiento social, es una sociedad “en la que nada debe imponerse de un modo imperativo y duradero, en la que todas las opciones, todos los niveles pueden cohabitar sin contradicción ni postergación”⁵¹.

⁴⁷ LIPOVETSKY, Gilles. La era del Vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo. Barcelona: Editorial anagrama. 1990. P. 9-10

⁴⁸Ibid., p. 17.

⁴⁹Ibid., p.19.

⁵⁰Ibid., p. 10.

⁵¹Ibid. p. 11.

Según Lipovetsky⁵² la cultura posmoderna ha ampliado el individualismo, en el momento en el que diversificó las posibilidades de elección, y con ello se anularon los puntos de referencia, destruyendo los sentidos únicos y los valores superiores de la modernidad.

“Sin embargo no es cierto que estemos sometidos a una carencia de sentido, a una deslegitimación total; en la era posmoderna perdura un valor cardinal, intangible, indiscutido, a través de sus manifestaciones múltiples: el individuo y su cada vez más proclamado derecho a realizarse, de ser libre en la medida que las técnicas de control social despliegan dispositivos cada vez más sofisticados y humanos”⁵³.

Es decir que no existe una carencia de valores, como tal, sino que existe un nuevo marco axiológico, que rige la sociedad actual. En este sentido, y siguiendo las ideas del autor, es pertinente afirmar que existe una crisis de los grandes valores que amalgaman (la democracia, el capital), en las grandes estructuras; no obstante, no hay crisis en las pequeñas agrupaciones colectivas. Dado que el individualismo no significa una independencia asocial sino la existencia de “unas ramificaciones en colectivos con intereses miniaturizados, hiperespecializados: agrupaciones de viudos, de padres de hijos homosexuales, de madres lesbianas”⁵⁴. Estas pequeñas agrupaciones, al interior se presentan: más unidas, con valores y normas establecidas. La *res pública* se extiende, pero la *res privada* se comprime, se hace más rígida, es una masa más compacta. En esas pequeñas agrupaciones o *res privada* está el narcisismo colectivo.

“A cada generación le gusta reconocerse y encontrar su identidad en una gran figura mitológica o legendaria que reinterpreta en función de los problemas del momento: Edipo como emblema universal, Prometeo, Fausto, Sísifo, como espejos de la condición moderna. Hoy Narciso es a los ojos de un importante número de investigadores, en especial americanos, el símbolo de nuestro tiempo”⁵⁵.

⁵²Ibid., p. 11.

⁵³Ibid., p. 11.

⁵⁴Ibid., p. 13.

⁵⁵Ibid., p. 49.

En Lipovetsky el concepto de narcisismo radica en: a través del yo, la persona observa lo que está alrededor, es un narcisismo que se extiende más allá de la imagen reflejada, este narcisismo se extiende a lo que es común entre el yo y los otros, “narciso ya no está inmovilizado ante su imagen fija”⁵⁶. La tarea de narciso es liberar al cuerpo de los tabúes y sujeciones arcaicas, y “hacerlo de este modo permeable a las normas sociales”⁵⁷.

El narcisismo tiende a reducir la carga emocional invertida en el espacio público y aumentar las prioridades de la esfera privada. En el narcisismo colectivo las personas se juntan porque se parecen y tienen los mismos objetivos existenciales. “Al hacer del yo el blanco de todas las inversiones, el narcisismo intenta ajustar la personalidad a la atomización sibilina engendrada por sistemas personalizados”⁵⁸. Según Lipovetsky las personas buscan un desapego *cool* en las relaciones, es decir relaciones sin emociones, para protegerse de las decepciones, y así encontrar un equilibrio interior. “La imposibilidad de sentir, vacío emotivo, aquí la desubstancialización ha llegado a su término, explicitando la verdad del proceso narcisista, como estrategia del vacío”⁵⁹. Sin embargo en este panorama de personas insensibles e independientes “hay que oponer los clubs de encuentros, los pequeños anuncios, la red, esos millares de esperanzas de encuentros, de relaciones de amor, y que precisamente cada vez más cuesta realizar”⁶⁰. No obstante a pesar de las diferentes posibilidades de encuentro, en todas partes encontramos la soledad, el vacío, la dificultad de sentir, de ser transportados fuera de sí”⁶¹. Según Lipovetsky⁶² Narciso se encuentra mal programado, puesto que por una parte existe una absorción en sí mismo que le impide afectarle al otro, pero aún desea una relación afectiva. Narciso se encuentra en el vacío.

Desde otra concepción teórica Zygmunt Bauman entiende que la modernidad se dividió en dos etapas, la modernidad sólida de capital pesado (época de la primera industrialización y en donde los planes a largo plazo eran relevantes) y la modernidad líquida en la cual el capitalismo es liviano.

⁵⁶Ibid., p. 56.

⁵⁷Ibid., p. 63.

⁵⁸Ibid., p. 55.

⁵⁹Ibid., p. 76.

⁶⁰Ibid., p. 77.

⁶¹Ibid., p. 77-78.

⁶²Ibid., p. 78.

Bauman⁶³ define los sólidos como formas que persisten en el tiempo, mientras que los líquidos se transforman constantemente. Es evidente que la modernidad líquida, de ligereza y de flujos ha dado paso a una nueva estructura social caracterizada por formas de interacción, consumo y producción de diferente índole, donde es el sistema tecnológico actual el principal medio para acentuar los procesos de rapidez y de relaciones sociales poco duraderas.

Para Bauman la modernidad líquida se debe a su continua acción individualizadora, individualizar al sujeto implica un proceso de autoafirmación y autonomía, que involucra la emancipación del mismo, sin embargo, la individualización es un proceso de dominación del individuo consigo mismo. En la modernidad líquida toda la responsabilidad recae sobre el individuo.

“Derretir los sólidos significa, primordialmente, desprenderse de las obligaciones irrelevantes que se interponían en el camino de cálculo racional de los efectos; tal como lo expresa Max Weber, liberar la iniciativa comercial de los grilletes de las obligaciones domésticas y de la densa trama de los deberes éticos”⁶⁴

La disolución de los sólidos condujo a una progresiva emancipación de la economía de sus tradicionales ataduras políticas, éticas y culturales. Sedimentó un nuevo orden, definido primordialmente en términos económicos. “El poder de licuefacción se ha desplazado del sistema a la sociedad, de la política a las políticas de la vida... o ha descendido del macronivel al micronivel de la cohabitación social”⁶⁵. Las personas que lucharon durante la Ilustración por poder obtener libertades civiles y deshacerse de la tradición, se encuentran presionados ahora con la obligación de ser libres.

La sociedad actual otorga libertad a los hombres y mujeres para que se experimenten y determinen quienes son, este es un rasgo distintivo en la modernidad líquida, dado que es la búsqueda incesante de identidad, a diferencia de la modernidad sólida donde socialmente estaba construido el papel que debían desempeñar las personas desde el momento de su nacimiento.

⁶³ BAUMAN, Zygmunt. Modernidad Líquida. Argentina: Fondo de Cultura Económica.2008. P. 31

⁶⁴ Ibid., p.10

⁶⁵ Ibid., p.13

La identidad humana se transforma de algo dado a una tarea, donde los actores tienen que ser responsables de esta tarea y de las consecuencias de su desempeño. “En otros términos, consiste en establecer una autoría de *jure*; la necesidad de transformarse en lo que se es, constituye la característica de la vida moderna”⁶⁶.

Como resultado las personas se encuentran individualizadas y desarraigadas al cuerpo republicano, lo único que los anima a aventurarse a la esfera pública es la desesperada necesidad de interconectarse, antes que la búsqueda de causas comunes.

“Compartir intimidades, tiende a ser el método preferido para la construcción de comunidades. Esta técnica de construcción solo puede dar a luz comunidades frágiles y efímeras: comunidades de preocupaciones compartidas, ansiedades compartidas u odios compartidos, pero en todo caso comunidades de percheros, de reuniones momentáneas”⁶⁷.

Según Bauman para las personas el espacio social no es mucho más que una “pantalla gigante sobre la que son proyectadas las preocupaciones privadas sin dejar de ser privadas ni adquirir nuevos valores colectivos durante su proyección; el espacio público es donde se realiza la confesión pública de los secretos e intimidades privados”⁶⁸.

La modernidad sólida era una época de compromiso mutuo, la modernidad fluida es una época de descompromiso, huida fácil y persecución sin esperanzas. “En la modernidad liviana dominan los más elusivos, los que tienen libertad para moverse a su antojo”⁶⁹, las personas que se acercan a la instantaneidad, son ahora las dominantes.

“La modernidad significa muchas cosas y su advertimiento puede evaluarse empleando diferentes parámetros. Sin embargo un rasgo de la vida moderna y de

⁶⁶ Ibid., p. 37

⁶⁷ Ibid., p. 42

⁶⁸ Ibid., p. 42

⁶⁹ Ibid., p. 129

sus puestas en escena es el cambio entre el espacio y el tiempo”⁷⁰, en la época actual todas las partes del espacio pueden alcanzarse en el mismo lapso de tiempo, ninguna parte del espacio es privilegiada; los líquidos no se fijan en el espacio.

En la modernidad sólida el tiempo se mantenía en relación a la historia gracias a su capacidad de concentración; a la prolongación de los tramos de espacio que las unidades de tiempo permitían alcanzar. Sin embargo “debido a la flexibilidad y capacidad de expansión el tiempo se ha convertido en el arma para conquistar el espacio”⁷¹, siendo la instantaneidad el ideal último de la modernidad.

⁷⁰Ibid., p. 42

⁷¹Ibid., p. 42

ANTECEDENTES

El presente marco de antecedentes se hace necesario para contextualizar el estudio de investigación. Se revisó exhaustivamente diferentes estudios que se encuentran en el campo de las ciencias sociales (sociología, ciencias políticas, psicología, pedagogía, etc.), gran parte de los estudios cuentan con un enfoque interdisciplinario y están relacionados con el uso y manejo de las redes sociales virtuales; sin embargo, se presenta como antecedentes los estudios seleccionados por la pertinencia del tema y contenido, estos estudios provienen de diferentes países tales como: España, México y Colombia, principalmente, además de un estudio realizado en 25 países europeos. Los estudios revisados han empleado diversos métodos dependiendo de los objetivos propuestos, tales como: métodos mixtos, métodos cualitativos y métodos cuantitativos.

Los resultados de los estudios revisados dan cuenta de la creciente accesibilidad de las personas a internet y de las implicaciones que tiene para los internautas acceder a internet sin un adecuado uso y manejo de la información compartida. Además los estudios dan cuenta de los diferentes riesgos a los que se exponen los menores al acceder a internet a una edad muy temprana cuando aún carecen de mecanismos de regulación y seguridad. Al tiempo que evidencian la existencia de una brecha generacional digital, que separa los nativos de inmigrantes digitales, y que impide el buen uso y manejo de la información compartida en las redes sociales por parte de los nativos digitales, además los estudios dan cuenta de nuevas prácticas como el *sexting* en el mundo *online*.

A continuación un estudio que apunta a analizar el consumo de las redes sociales y sus peligros, denominado “Jóvenes consumidores y redes sociales de Garcés y Ramos”⁷² en el año 2010 en Castilla-La Mancha España. Se propone como objetivo analizar las implicaciones, presentes y futuras, que el desarrollo de las redes sociales a través de internet, tiene para los/as jóvenes consumidores/as de Castilla-La Mancha. Para ello se indagó a 485 jóvenes de Castilla-La Mancha, entre las edades de 16 a 35 años, mediante un muestreo aleatorio con una confianza del 95%. Se obtuvo que “la inmensa mayoría de los jóvenes de Castilla-La Mancha (83%) pertenece al menos a una red social, el 78% manifiesta usarlas habitualmente y más de la mitad de los jóvenes que usan las redes sociales lo hacen todos los días (56%)”⁷³.

⁷²GARCÉS Prieto Javier, RAMOS Miguel Ángel. Jóvenes consumidores y redes sociales en Castilla-La Mancha. [En línea]. Disponible en internet: <http://www.portaljovenclm.com/documentos/noticias/3069/JovenesConsumidoresyRedesSocialesenCLM.pdf>. [Este sitio fue consultado el 21 de marzo de 2012].

⁷³Ibid., P. 108.

En el estudio se afirma que: “la auténtica amistad se disuelve en la masa indeterminada y superficial de los contactos o amigos. De esta forma, en medio de tanta comunicación virtual las personas pueden tener un profundo sentimiento de soledad e incluso en ocasiones llegar a sustituir su vida real por una virtual”⁷⁴.

Así mismo encontraron que el anonimato, la suplantación de identidades, perfiles falsos y la apariencia de impunidad, propician el ciberacoso, el *ciberbullying*, insultar o atacar, dar a conocer información -falsa o verdadera- de otras personas y realizar venganzas mediante la difusión de información personal y privada.

El anonimato, el falseamiento de identidades y la sensación de impunidad favorecen que determinadas personas pierdan los valores éticos, los principios y las normas jurídicas que rigen la convivencia. Continuamente, a través de la red, se pisotean los derechos intelectuales, se engaña a personas ingenuas o inexpertas y se intentan miles de fraudes y delitos. Los menores constituyen un colectivo muy vulnerable para pederastas, sectas, grupos que hacen apología de la violencia, así como para otros colectivos o personas que pueden incitarles a actuar de forma perjudicial para sí mismo y para los demás⁷⁵.

Por otra parte, la alianza para la seguridad en internet⁷⁶, en México en el año 2012, estudió a 10.000 adolescentes y encontró que el 7.9% había enviado imágenes de sí mismo desnudo o semidesnudo a personas conocidas como a desconocidas, el 10.2% conocía a alguien que haya enviado (o reenviado) por internet o por celular imágenes desnudo o semidesnudo, ya sea a conocidos o desconocidos. Entre los motivos para realizar *sexting* se encuentra el romance juvenil, expresión de intimidad, coqueteo, lucimiento, Impulsividad, presión de los amigos, venganza, o intimidación. Entre los posibles destinatarios están: novia, alguien que les gusta, ex novio/novia, mejor amigo/a, amigos, desconocidos y compañeros de clase. En el estudio se asume que una de las causas de la presencia de *sexting* se encuentra en la desinhibición que produce en el usuario la sensación de “anonimato, producto del interactuar con una pantalla en vez de hacerlo frente a frente con otras personas”⁷⁷.

⁷⁴Ibid. P. 22.

⁷⁵ Ibid. P. 31.

⁷⁶ Alianza para la seguridad en internet. El efecto internet. Sexting: cuando la diversión se convierte en delito. Op. Cit., P.8

⁷⁷Ibid., P. 8.

En cuanto a los problemas del *sexting* se plantea que los riesgos se encuentran al salir al campo público en el que los niños(as) o adolescentes se ven ante implicaciones sociales como penales. El *sexting* “se constituye en un problema por la facilidad de difusión que tienen las imágenes en formato digital, de traspasar los límites y llegar a muchas personas, que puedan no tener las mejores intenciones con los adolescentes”⁷⁸.

En el estudio realizado por Garmendia y otros⁷⁹ en el año 2011 denominado riesgos y seguridad en internet, se realizó una aproximación y análisis de una encuesta que se basa en el uso de internet en los menores, las respuestas para hacer frente a los riesgos, las percepciones y las prácticas de seguridad. La encuesta fue realizada a un total de 25.420 niños y niñas entre 9 a 16 años que usan o que han usado internet en 25 países europeos.

Entre los resultados se ha detectado que los menores acceden a internet cuando aún carecen de plataformas de concienciación sobre regulación y seguridad. Por lo tanto, a pesar de las referencias populares de los nativos digitales y sus competencias, “muchos niños y niñas carecen de recursos que a través del uso les permitan explorar las oportunidades que les ofrece internet para desarrollar habilidades digitales fundamentales”⁸⁰.

Enfáticamente en las prácticas que pueden suscitar efectos negativos y peligros se realiza una clasificación, tal como se observa en la tabla 1.

⁷⁸Ibid.,P. 8.

⁷⁹GARMENDIA, M., GARITAONANDIA, C., MARTÍNEZ, G., CASADO y miembros de la red eukids online. Riesgos y seguridad en internet: La menores españoles en el contexto europeo. [En línea]. Disponible en internet: [http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20II%20\(200911\)/National%20reports/Spanish%20report.pdf](http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20II%20(200911)/National%20reports/Spanish%20report.pdf). [Este sitio fue consultado el 20 de marzo de 2012].

⁸⁰Ibid., P. 8.

Tabla 1. Clasificación de peligros en las redes sociales.

	Contenido Receptor de contenidos masivos	Contacto Participante en una actividad <i>online</i> (iniciada por un adulto)	Conducta Perpetrador o víctima en un intercambio entre iguales
Agresividad/ Violencia	Contenido violento o agresivo	Acoso	Bullying, acoso entre iguales
Sexual	Contenido Pornográfico	Grooming, abuso sexual o explotación	Acoso sexual 'sexting'
Valores	Contenidos racistas o que inciten al odio	Persuasión ideológica	Contenido generado por usuario potencialmente peligroso
Comercial	Marketing encubierto	Uso indebido de los datos personales	Juego, violación de derechos de autor

Fuente: Riesgos y seguridad en internet*

En la Tabla 1 se observa la clasificación de los peligros en internet teniendo en cuenta: los riesgos de contenido (en los que el niño o niña es Receptor), riesgos de contacto (en los que el niño o niña participa de algún modo, aunque sea involuntario) y riesgos de conducta (dónde el niño o niña es actor). En el estudio se encontró que si bien los riesgos estudiados pueden ser considerados perjudiciales en sí mismos, en la mayoría de los casos no desembocan en ningún perjuicio en el menor.

El estudio concluye que el 84% de los menores utiliza internet en sus hogares, por lo tanto son los padres los que están en mejor posición para mediar el uso que sus hijos hacen de internet. Sin embargo el estudio también evidencia que el 64% de los menores afirma saber más de internet que sus padres, esta percepción del conocimiento de sus padres implica que en muchos casos los menores pueden no considerar a sus padres como una ayuda en este terreno.

En el estudio realizado por Patricio Cabello Cádiz, titulado: Análisis Multidimensional para el Estudio de los Riesgos en el Uso de Las Tics por Parte de Preadolescentes y Adolescentes, se identifican los riesgos en el uso y manejo de las redes sociales, a partir del enfoque dramatúrgico, en 5 grupos de discusión, formados con chicos y chicas correspondientes a tres segmentos etarios (11 a 13 años, 14 a 16 años y 17 a 19 años), del municipio de Leganés (Madrid).

* Tabla realizada por: Garmendia, Garitaonandia, Martínez, g., casado y miembros de la red Eu kids Online. Riesgos y seguridad en internet: La menores españoles en el contexto europeo. [En línea].<http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%2011%20National%20reports/Spanish%20report.pdf>. [consultado el 20 de marzo de 2012]

Los temas que se trataron en el *role playing*, fueron la exposición de fotos propias en redes sociales a extraños y la comunicación con personas desconocidas. Se generó el espacio para que los adolescentes y preadolescentes discutieran y crearan la historia, al final se evaluó la situación con los asistentes.

Cádiz ha considerado que es relevante que si bien, preadolescentes y adolescentes aparecen como sujetos con bastantes recursos para poder manejar de manera responsable los medios digitales y con una noción clara del peligro. Preadolescentes y adolescentes muestran cierta ingenuidad y una resistencia muy débil para abrir espacios donde se producen riesgos que tal vez no son comúnmente visibilizados. Pese a que el discurso de preadolescentes y adolescentes se encuentra poblado por alusiones a la pedofilia, no se observa un cuestionamiento a personas que les parezcan familiares y no amenazantes⁸¹.

Ante el imaginario de riesgos por ciberacoso de tipo sexual los adolescentes y preadolescentes conciben un escenario de posibles problemas en los medios tecnológicos, sin embargo la concepción de seguridad no se ve representada en las acciones de privacidad y control de accesibilidad a otros usuarios, presentando dificultades en el buen uso y manejo de la información compartida en las redes sociales.

⁸¹CABELLO Cádiz, Patricio. Análisis Multidimensional para el Estudio de los Riesgos en el Uso de Tics por parte de Preadolescentes y Adolescentes. Óp. cit.,P.73

2. EL USO DE FACEBOOK EN LOS ESTUDIANTES DE LA I.E.M INEM.

Los resultados obtenidos en esta investigación corresponden a los estudiantes de secundaria de la I.E.M. INEM usuarios de *Facebook*, de los cuales el 48% correspondió a hombres y el 52% correspondió a mujeres. Los estudiantes encuestados tenían entre los 11 años a 18 años de edad, el 40% fueron estudiantes entre los 15 años y los 16 años de edad, el 35% fueron estudiantes entre los 13 años y los 14 años de edad, el 14% fueron estudiantes entre 17 años y 18 años de edad, y finalmente el 10% fueron estudiantes entre los 11 años y 12 años de edad. Los estudiantes se encontraban en los diferentes estratos sociales, así: el 48% de los estudiantes en el estrato dos, seguido por el 29% de los estudiantes en el estrato uno, el 20% de los estudiantes en el estrato tres y un 2% de los estudiantes en el estrato cuatro.

A continuación se describe el uso de la red social *Facebook*, que se desarrolla en seis contenidos que dan cuenta de: la conexión a *Facebook*, las actividades en *Facebook* y su vinculación con las relaciones sociales en un contexto virtual.

2.1 LA CONEXIÓN A FACEBOOK

Castells ha definido que la era de la información se organiza en torno a redes, que se encuentran interconectadas unas con otras, formando una estructura social, en la que un individuo o un conjunto de ellos están relacionados con otros actores sociales. “Estas redes constituyen la nueva morfología social de nuestras sociedades y la difusión de su lógica de enlace modifica de forma sustancial la operación y los resultados de los procesos de producción”⁸². Las redes son elementos sustanciales en la estructura de la sociedad informacional y con ello ciertamente en la plataforma virtual *Facebook*, donde operan “a la velocidad de la luz, y configuran procesos y funciones dominantes”⁸³. *Facebook* es una red social que puede ser considerada “como un servicio que permite a los individuos, construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, articular una lista de otros usuarios, compartir una conexión, y recorrer una lista de las conexiones”⁸⁴. *Facebook* hace parte de un lugar, sin lugar físico, que existe por sí mismo, y que está cargado de imágenes y significados, en una conexión instantánea al sistema tecnológico.

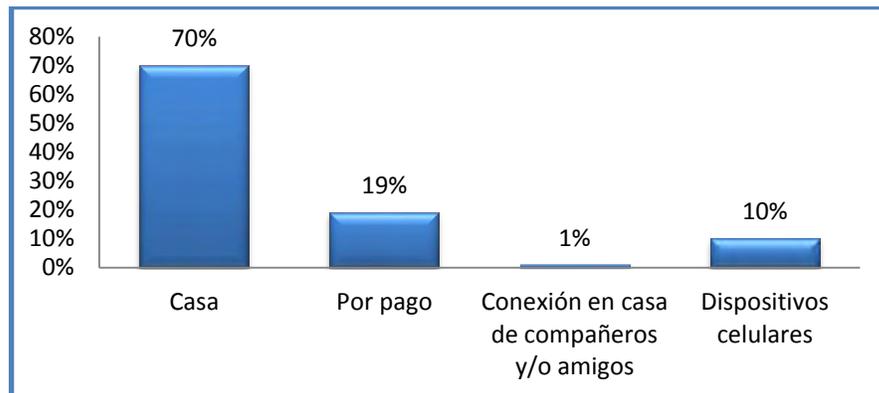
⁸² CASTELLS, Manuel, Op cit., P. 505

⁸³ Ibid. p.506.

⁸⁴ CABELLO Cádiz, Patricio, Op cit., P. 123.

La conexión a *Facebook* puede ser desde cualquier espacio físico y desde diferentes medios electrónicos con conexión a internet. En la investigación se encontró que el 70% de los estudiantes utilizan la conexión a *Facebook* desde sus casas, el 19% de los estudiantes la conexión a *Facebook* desde establecimientos por pago (Café-internet), el 10% de los estudiantes se conecta a *Facebook* desde dispositivos celulares y el 1% se conecta a *Facebook* desde la casa de sus compañeros o amigos, como se consigna en el gráfico 1.

Gráfico 1. Lugar de conexión a Facebook (porcentaje).



Fuente: Esta investigación.

El lugar que utilizan los estudiantes para conectarse a *Facebook* es principalmente la casa, esto le permite a la mayor parte de los estudiantes conectarse por más tiempo. “El 85% de los estudiantes que tienen conexión a *Facebook* desde sus hogares navegan en *Facebook* más de dos horas diarias, en tanto, el 52% de los estudiantes que se conectan desde establecimientos comerciales emplean menos de dos horas diarias”. Esta situación según las entrevistas se debe principalmente a factores como restricción horaria y restricción del presupuesto económico personal.

Desde la investigación cualitativa se pudo comprender que *Facebook*, es ante todo un espacio donde los estudiantes interactúan y comparten información, encuentran entretenimiento y tienen la posibilidad de navegar entre la información virtual compartida por otros usuarios.

*Facebook es una red social donde hay muchos amigos, puedo mirar lo que publican, las fotos, y la vida personal de la gente*⁸⁵.
(Vanessa, 17 años)

⁸⁵ *Ibíd.*

Entre los estudiantes es común ser usuario de *Facebook*, el 98% de los estudiantes de la I.E.M INEM son usuario de esta red. Según los testimonios esta situación se ha dado porque los amigos y los conocidos ya tenían cuenta en *Facebook*, y por tanto eso promovió que nuevos usuarios ingresen a la red para estar en contacto y poderse comunicar por un medio común, tal como se muestra en el siguiente testimonio:

¿Por qué tienes un perfil en *Facebook*?

Mis amigos comenzaron a hablar sobre eso, y me llamo la atención. Y me dijeron ¡que, por qué no tenía *Facebook*!, y entonces, me cree un perfil⁸⁶.
(Gustavo, 16 años)

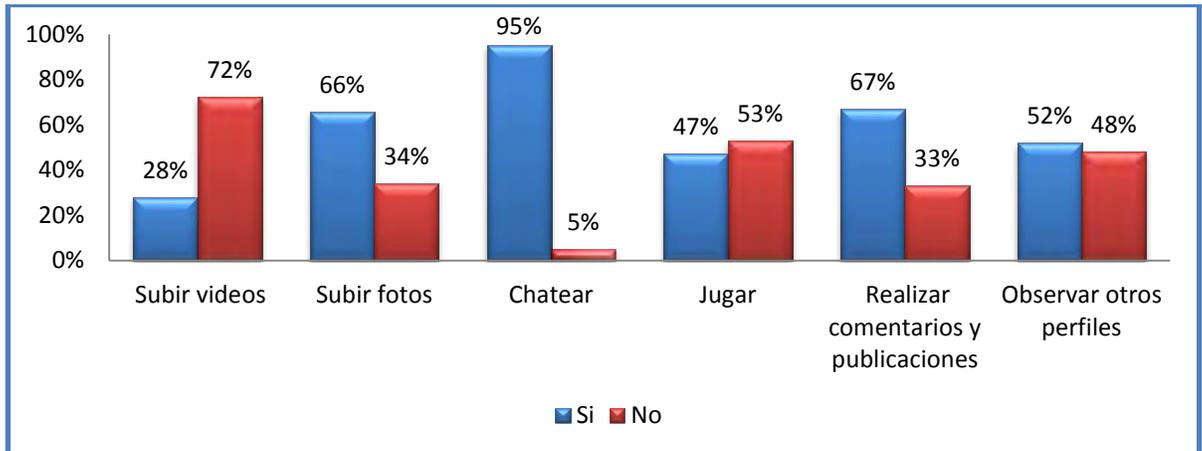
Los estudiantes han ingresado a *Facebook* con el propósito de encontrarse con sus amigos y compañeros. Los integrantes de los grupos de discusión afirmaron que mientras están conectados a *Facebook* no olvidan el espacio social y material en el que se encuentran, debido a que el mundo *offline* puede determinar para algunos estudiantes restricciones en la conexión a *Facebook*.

2.2 FACEBOOK Y LOS VÍNCULOS SOCIALES.

El uso que los estudiantes le dan a *Facebook* es diverso, sin embargo, se enfoca en la comunicación y en la interacción de los usuarios en la plataforma virtual. Los estudiantes realizan actividades como: *chatear*, observar perfiles, jugar, subir fotos, subir videos, compartir y publicar información. El siguiente gráfico da cuenta de las actividades realizadas en *Facebook*.

⁸⁶ ENTREVISTA con Gustavo, estudiante de Noveno de la Institución Educativa INEM Luis Delfin Insuasty Rodríguez. Pasto, 30 de octubre de 2013.

Gráfico 2. Actividades realizadas en Facebook.



Fuente esta investigación⁸⁷.

Los estudiantes generalmente en *Facebook*: *chatean* (95%), realizan comentarios y publicaciones (67%), suben fotos (66%) y juegan (47%). La actividad jugar aparece con un 47%, y es una de las actividades que se caracteriza por vincular a diferentes usuarios en una red de competencia, de interacción y de comunicación en torno a los juegos, participar en los juegos de *Facebook* es ante todo hacer parte de un cuerpo social entrelazado por gustos e intereses en común.

Chatear es uno de los usos más representativos de *Facebook* para comunicarse tanto con los contactos *offline* y *online*. La interpretación de la información cualitativa, permitió determinar que los *contactos offline* son personas conocidas cara a cara, mientras que los *contactos online* hacen referencia a aquellas personas que han sido agregadas en *Facebook* sin conocerlas personalmente. Los estudiantes prefieren *chatear* con personas conocidas *offline* porque con ellos refuerzan los vínculos sociales *offline*. Así lo expresaron los estudiantes en sus testimonios:

*Yo chateo más con amigos, ellos son conocidos del colegio o del barrio. Hablamos de lo que hay en general, por ejemplo las fiestas de Halloween, o qué vamos a hacer el sábado*⁸⁸.
(Vanessa, 17 años)

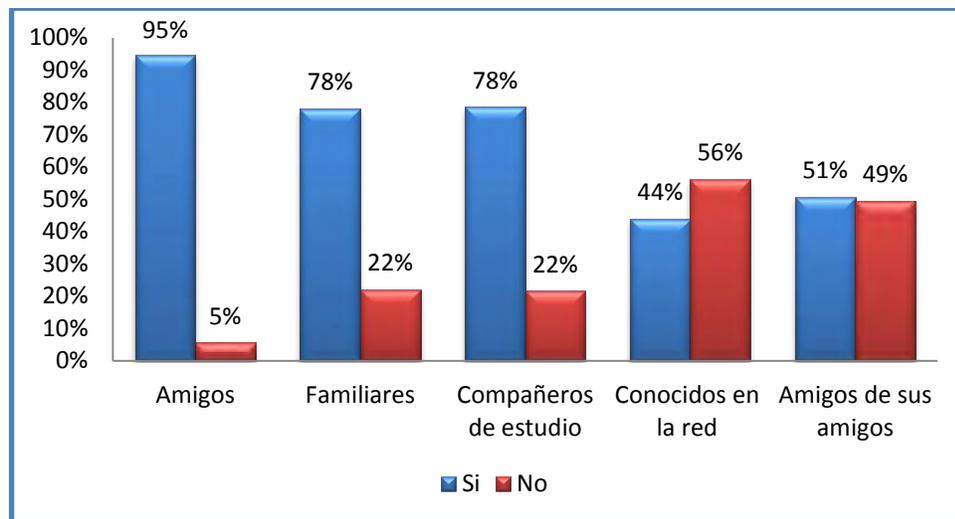
En la investigación se encontró que los estudiantes principalmente han agregado a

⁸⁷ Actividades como: observar otros perfiles, subir fotos, realizar comentarios y publicaciones, serán profundizadas en los siguientes apartados.

⁸⁸ *Ibíd.*

personas que conocen fuera de *Facebook* (Ver gráfico 3). Es así como, el 95% agregan a amigos, el 78% agregan a familiares y el 78% agregan a compañeros de estudio.

Gráfico 3. Tipo de Contactos que los estudiantes agregan a Facebook (porcentaje).



Fuente: Esta investigación.

Los estudiantes principalmente desean interactuar con contactos provenientes del mundo *offline*, por ello agregan principalmente a familiares, amigos y compañeros de estudio. Pero también agregan en un 44% a conocidos de la red, principalmente agregan a estos perfiles porque son considerados agradables e interesantes con los cuales se comparte gustos e intereses. Sin embargo reconocen que los usuarios desconocidos y extraños pueden utilizar *Facebook* para engañarlos, por lo cual se muestran un poco distantes al interactuar con los conocidos de la red. En tanto que, con los *contactos offline*, los vínculos sociales no se disuelven, sino que se fortalecen en las actividades que realizan en la red social virtual. La red virtual es una base compartida de un orden normativo, es básicamente el de una cultura común y el de un orden simbólico. En *Facebook*, los vínculos sociales se proyectan, se comparten pensamientos e ideas, todo esto enmarca un conjunto de pensamientos comunes, capaces de cohesionar y de marcar un sentido de pertenencia. Los vínculos sociales se mantienen en una red de dependencia mutua con los usuarios cercanos, de ideas y pensamientos comunes. Lipovetsky los ha denominado agrupaciones hiperespecializadas, en donde lo *privado* es más compacto, es decir que en estos grupos existe mayor compromiso social porque comparten intereses y objetivos comunes.

A continuación uno de los testimonios que dan cuenta de la situación descrita anteriormente:

Tenemos un grupo que es del 7-11, otro que es Zero Factory, otro waryos, otro los más loros de Pasto, ahí, a veces publican canciones, o que hay fiestas. En estos grupos estamos los que somos. (...)El fin de estos grupos es fortalecer la amistad⁸⁹.
(Natalia, 16 años)

En *Facebook* existen un conjunto de símbolos compartidos, que se encuentran presentes en los diferentes grupos sociales de *Facebook*, estos grupos presentan una identidad que los distingue de los otros grupos. Las ideas y los pensamientos diferentes acentúan los vínculos que diferencian a un *nosotros* de los *otros*.

A partir de los planteamientos de Castells, es posible comprender que una red compartida es más estrecha mientras haya menor distancia entre los miembros de la red. Estas redes se mantienen por emociones compartidas y una comunicación abierta, que el autor las denomina comunidades emocionales, las cuales “representan conjuntos cimentados por la especialización y mecanismos de solidaridad”⁹⁰.

Al respecto, se presenta uno de los testimonios que denota tal situación.

Yo soy de un grupo del deportivo Pasto, en ese perfil suben imágenes para respaldar al equipo y hacen indirectas a los otros hinchas. Uno hace comentarios para el equipo contrario, y entonces los otros hinchas responden, ahí se forma un complot⁹¹.
(Jeison, 14 años)

De esta forma se podría afirmar que en *Facebook* los estudiantes están vinculados emocionalmente a los demás y son objeto de vinculación para los otros, evalúan a los demás y son evaluados por los otros, son capaces de interpretar símbolos y ellos mismos se convierten en símbolos en *Facebook*.

En *Facebook* se generan espacios importantes para la expresión, en este escenario no desaparecen los vínculos sociales, por el contrario se refuerzan, los estudiantes se proyectan a la sociedad virtual, permitiendo que el colectivo virtual apruebe o rechace los diferentes gustos e intereses.

⁸⁹ ENTREVISTA con Natalia, Op. Cit.

⁹⁰ SANABRIA, Fabián. Vínculos virtuales. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. 2011. P.78.

⁹¹ ENTREVISTA con Jeison, estudiante de Séptimo de la Institución Educativa INEM Luis Delfin Insuasty Rodríguez. Pasto, 22 de octubre de 2013.

2.3 COMENTARIOS Y PUBLICACIONES EN FACEBOOK; LA CONTINUIDAD DEL MUNDO OFFLINE.

“Facebook les permite a los jóvenes expresarse con su propia voz y representar sus experiencias con sus propias palabras”⁹².

Los estudiantes buscan mantenerse en contacto con personas *offline* y *online* a través del intercambio de información, en *Facebook* los estudiantes no solo consumen información sino que también producen información, no son sujetos pasivos frente a una pantalla, sino también son sujetos activos que interactúan y coadyuvan a construir la red social virtual. Realizar comentarios y publicaciones, es otro de los usos más destacados que realizan los estudiantes en la red social, y es precisamente a partir de este uso, que los estudiantes pueden expresar sus pensamientos e ideas a un grupo amplio de usuarios de *Facebook*. Esta situación es el reflejo del actual capitalismo, según Castells es producto del modo de desarrollo informacional, en dicho sistema los procesos de producción, experiencia y poder se rigen por una nueva estructura social basada en la información.

En la investigación se encontró que el 64% de los estudiantes realizan comentarios y publicaciones (ver gráfico 2), ellos expresan los acontecimientos de su diario vivir, sus opiniones y pensamientos ante los demás usuarios de *Facebook*.

*A veces me pasa algo en el colegio y lo publico, Yo publico todo lo que estoy haciendo. Un día, una amiga me dijo por Facebook que yo publicaba todo, entonces ese día me dio rabia, y en la noche publiqué: no te metas en mi vida, yo puedo publicar las cosas que yo quiera, es mi Facebook y si quieres elimíname⁹³.
(Vanessa, 17 años)*

⁹² MORDUCHOWIZC, Roxana. Los adolescentes y las redes sociales, la construcción de la identidad juvenil en internet. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica. 2012. P. 11.

⁹³ ENTREVISTA con Vanessa, estudiante de Once de la Institución Educativa INEM Luis Delfin Insuasty Rodríguez. Pasto, 28 de octubre de 2013.

Desde la investigación cualitativa se logró comprender que cuando los estudiantes se expresan en *Facebook* lo hacen siempre pensando en los otros. “Los adolescentes no están solos cuando escriben en su perfil. Lo hacen siempre en relación con otros, que a veces son sus amigos y, otras veces la misma sociedad, a la que necesitan integrarse y pertenecer”⁹⁴.

En este universo de posibilidades y de interacción constante, *Facebook* no impone que contenidos deben aparecer en los muros, sino que son los autores quienes eligen el contenido que desean publicar y desean ver. Comentar y publicar las acciones realizadas por los demás en *Facebook*, se da especialmente ante la confirmación de una situación compartida.

*Se comentar imágenes de amor, los chistes que publican mis amigas porque me gustan*⁹⁵
(Vanessa, 17 años)

En la información cualitativa se encontró que los estudiantes observan los comentarios y publicaciones de sus contactos en la red, estos comentarios pueden generar una situación compartida que les motiva a comentar y a publicar esta información, pero en ocasiones existe información que no alcanza a generar una *situación compartida*, por lo que la información es ignorada o en otros casos rechazada.

*A las publicaciones de mujeres envidiosas se comentar: todavía no ha nacido la perra que me haga temblar de miedo*⁹⁶.
(Natalia, 16 años)

*Hay publicaciones que no comento porque no me interesan*⁹⁷
(Gustavo, 16 años)

Facebook además de ser un medio de comunicación es un escenario de

⁹⁴MORDUCHOWIZC, Roxana, Op. Cit., P. 93.

⁹⁵ ENTREVISTA con Vanessa, Op cit.

⁹⁶ ENTREVISTA con Natalia, Op. Cit.

⁹⁷ ENTREVISTA con Gustavo, Op. Cit.

interacción y un espacio de encuentro, donde se construyen significados sociales que no son divergentes del mundo *offline*, debido a que son continuos al contexto social de los usuarios, sin embargo la investigación pudo determinar que en *Facebook* se presenta un *yo virtual* idealizado.

Desde la investigación cualitativa se pudo establecer que el *yo virtual* aparece en el uso de las redes sociales y es una idealización del *yo no virtual*, estos dos sujetos crecen juntos y se complementan. “Cuando el sujeto *no-virtual* vive una experiencia que le resulta significativa, su reflejo *virtual* la representa de inmediato, utilizando las diferentes instancias que ofrece la red *virtual* para tal efecto”⁹⁸.

De este modo el mundo *online* es en parte un reflejo de las acciones del mundo *offline*, el emisor del mensaje en el medio digital no se aleja del contexto social en el que se encuentra, debido a que sus experiencias pensamientos y emociones son plasmados en el medio digital.

*¡Yo si publico que da miedo!, a mí me gusta publicar, por ejemplo cuando uno sale a bailar, publica: que tal el guayabo el de ayer, o cuando estoy triste por amor por culpa del muchacho que me tiene mal*⁹⁹.
(Laura, 14 años)

Dependiendo de las condiciones sociales de las personas, de cómo se identifican, y cómo se sienten se genera una interacción en *Facebook*, y se decide qué hacer en la red, qué contenidos mirar, y qué contenidos publicar. Desde esta perspectiva se puede decir que, la red social *Facebook*, es un espacio social e inmaterial en el que ocurren prácticas y relaciones sociales que se relacionan con el mundo no virtual.

2.4 LA CONSTRUCCIÓN DEL YO VIRTUAL, EN BÚSQUEDA DE LA IMAGEN PERFECTA.

En la investigación cualitativa se encontró que los perfiles de los estudiantes en *Facebook*, cambian constantemente, porque los estudiantes actualizan frecuentemente la información de su perfil, agregando nuevas fotos y renovando su información. Es así como el perfil se convierte en un espacio de flujos, dinámico, cambiante y fugaz que depende de la relación con el entorno *virtual* y *no*

⁹⁸ AGUILAR Rodríguez, Daniel y otros, Op. Cit., P. 201.

⁹⁹ ENTREVISTA con Laura, Op. Cit.

virtual; donde son los otros, quienes insinúan o exigen que contenidos publicar y cuáles no.

*Al principio tenía una foto, pero no sé, las elimino y pongo otras, no me gusta tener la misma foto, siempre coloco nuevas. No sé, es que uno se mira y esta como muy niñito, entonces cambio la foto a una más actual*¹⁰⁰.
(Gustavo, 16 años)

Los estudiantes tienen audiencias y producen contenidos para esa audiencia y así obtienen la aprobación del grupo de pares o contactos, es por ello que usan *Facebook* para mostrar una *imagen idealizada* (carente de defectos) de ellos mismos, esta *imagen idealizada* no es más que el *yo virtual*; todo esto es posible porque el mundo *online* da la oportunidad de crear versiones ideales rebosantes de virtudes y carentes de defectos.

A partir de la información cualitativa, se encontró como hallazgo que el *yo virtual* es la representación de los estudiantes ante los demás, ellos a través de un proceso de racionalización definen gustos, intereses, pensamientos y en definitiva proyectan una *imagen idealizada* de sí mismos en el entorno digital. Entonces, el *yo virtual* es producto de un proceso consciente y racionalizado, en donde el autor posee control de los rasgos y elementos que lo definen digitalmente, es por ello que, eligen que contenido publicar y que contenido omitir en la red.

*Sí mando una invitación a Facebook, y en mi foto aparezco como un choche, todo desechable, no aguanta, no me agregarían*¹⁰¹.
(Castro, 14 años)

*Es que, uno no va a colocar la foto más fea, en la que salga al lado de un tarro de basura*¹⁰².
(Marilyn, 14 años)

Las fotos publicadas es un uso de *Facebook*, y ayuda a los estudiantes a

¹⁰⁰ ENTREVISTA con Gustavo, Op. Cit.

¹⁰¹ ENTREVISTA con Castro, Op. Cit.

¹⁰² ENTREVISTA con Marilín, estudiante de Séptimo de la Institución Educativa INEM Luis Delfin Insuasty Rodríguez. Pasto, 22 de octubre de 2013.

proyectar la *imagen idealizada* de sí mismos a la sociedad, la construcción del *yo virtual* de los adolescentes se diseña siempre en relación con los demás. Las fotos son parte de la búsqueda por obtener un espacio en el ámbito virtual, como manifestación de reconocimiento o principio valorativo de identificación.

Las transformaciones tecnológicas y los cambios sociales que ha traído consigo, están modificando la manera como los estudiantes se perciben a sí mismos, y como se representan en el universo digital. En cada publicación de: fotos, videos, estados de ánimo, comentarios y en general de la información que se comparte en la red, los estudiantes buscan definir y encontrar su *yo virtual*. Los perfiles en la red social *Facebook* juegan un papel importante en la construcción del *yo virtual* de los estudiantes, en la red aprenden a negociar esa identidad con los otros por medio de su *yo virtual*.

2.5 MI YO VIRTUAL, NAVEGANDO POR EL FESTIVAL DE VIDAS PRIVADAS.

Aquí se sucinta un *wanderlust* (pasión de viajar, ansia de ver el mundo) un goce por vagabundear, que es el hecho de los exploradores, de los conquistadores, de aquellos que descubren los nuevos mundos, llamado de lo desconocido, esto es lo que está en juego en el caso de los caballeros posmodernos. Navegan en internet en busca del grial que como todo grial, no tiene contornos ni contenidos precisos. Aquí importa solo el camino, solo el vagabundeo, solo el hecho de navegar”¹⁰³.

En *Facebook*, los estudiantes navegan entre la multiplicidad de perfiles que ofrece la red social, eligiendo qué contenido observar y consumir, las personas pueden ir revisando la información de los perfiles por curiosidad o buscando algo en específico. En *Facebook* está “La nueva legión de confesados y confidentes que tomaron la web 2.0 y que promete satisfacer la voluntad del público contemporáneo: la avidez de curiosear y consumir vidas ajenas”¹⁰⁴.

*Miro perfiles, y es como para enterarme de lo que pasa, porque quiero saber cosas nuevas*¹⁰⁵.
(David, 14 años)

¹⁰³ MAFFESOLI, Michel, Op. Cit., P. 19.

¹⁰⁴ SIBILIA, Paula. La intimidad como espectáculo. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica. 2008. P. 92.

¹⁰⁵ ENTREVISTA con David, Op. Cit.

Desde los grupos de discusión se conoció que los estudiantes observan otros perfiles, buscando la información que han publicado sus contactos. Cuando observan un perfil, comienzan mirando sus fotografías, su información personal, si tienen alguna relación sentimental, sus amigos, su muro y en general las publicaciones de ese perfil, lo anterior es expresado en el testimonio que se presenta a continuación.

*Uno de curioso ahí mirando la vida de los demás. Uno revisa la relación que tienen las personas, las fotos, lo que le han publicado, y si a uno especialmente le gusta alguien, le mira todo, desde donde dice: se unió a Facebook¹⁰⁶.
(Vanessa, 17 años)*

Observar otros perfiles hace parte de las actividades realizadas en *Facebook*, en la investigación se encontró que el 52% de los estudiantes observan otros perfiles, en *Facebook* (ver gráfico 2). Desde Bauman se puede comprender que al entrar al mundo líquido los muros de *Facebook* se tornan confusos y se abre camino al afán por consumir la información personal de los otros. En el festival de vidas privadas en *Facebook*, las fronteras de lo público y lo privado se desdibujan, y aparece una colección de vidas privadas en forma de perfiles. “Hoy sabemos que la transparencia lisa y brillante de la pantalla de un monitor conectado a internet puede ser aún más enemiga del misterio, más locuaz e indiscreta que cualquier ventana modernista”¹⁰⁷. En la actualidad, el propósito de los estudiantes en la red virtual, es ver y sobre todo, ser visto, mostrarse y exhibirse.

El individuo en el mundo *online* convirtió la intimidad en un espectáculo, por tanto exhibir la intimidad e intentar ser visto en *Facebook* (donde hay millones de usuarios) es una condición imprescindible. Desde la investigación se comprendió que la máxima aspiración de los estudiantes es ser vistos por los usuarios de la red, quienes legitiman su *imagen virtual*.

*Entre más me conozcan por Facebook, mejor¹⁰⁸.
(Darío, 14 años)*

En general los entrevistados opinan que para ser visible en *Facebook* es

¹⁰⁶ ENTREVISTA con Vanessa, Op cit.

¹⁰⁷ SIBILIA, Paula, Op. Cit., P. 94.

¹⁰⁸ ENTREVISTA con Darío, estudiante de Séptimo de la Institución Educativa INEM Luis Delfin Insuasty Rodríguez. Pasto, 22 de octubre de 2013.

importante el número de contactos que se tenga en la red, al igual que los comentarios y publicaciones que realicen los otros usuarios en sus muros. Aquí la casa de Cristal de Benjamín cobra importancia porque “hace alusión a la transparencia, la visibilidad total, enemiga del misterio, como lo es la pantalla del monitor conectada a internet”¹⁰⁹.

Los propios asuntos *íntimos* se publican, se comparten como bandera identitaria del *yo virtual*. Pero los asuntos *íntimos*, publicados y compartidos son seleccionados, sesgados y casi siempre maquillados por el usuario.

Para los adolescentes la apariencia física es trascendental en su vida, consideran que existen unos mínimos estándares de la imagen del cuerpo y la presentación personal que se tienen en cuenta a la hora de mostrarse en el mundo *online*. *Facebook* ha privilegiado especialmente el sentido de la vista, aquí existe un mundo del *look*, de la imagen, del espectáculo; una sociedad donde todo es visual.

*En Facebook uno necesita verse bien, que los demás lo miren bien, a uno le interesa que lo miren bien arreglado. Porque imagínese estar desarreglado, no que pena*¹¹⁰.
(Natalia, 16 años)

*Para tomarse una foto para el Facebook hay que estar bien arreglada, bien vestidita, bien simpática para que la foto le guste a los demás*¹¹¹.
(Laura, 14 años)

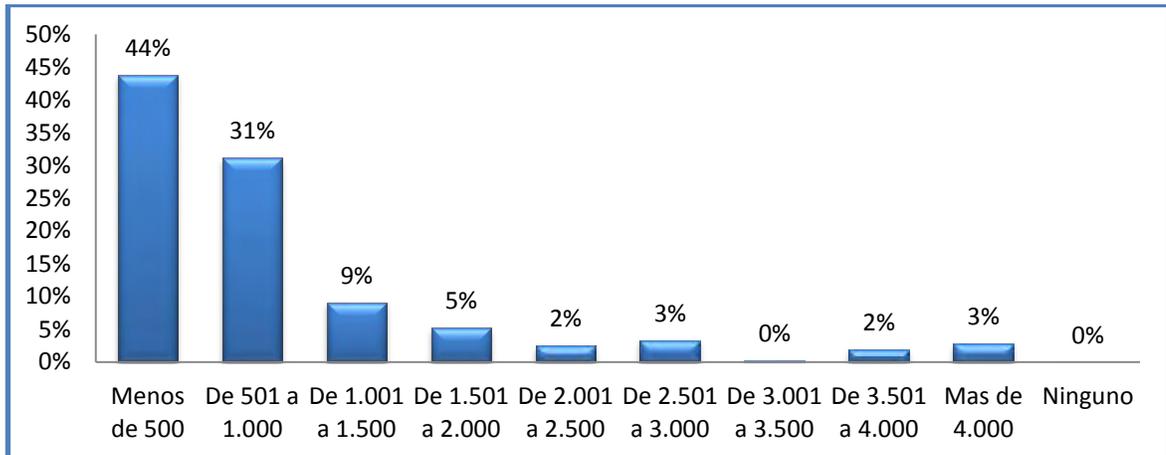
Los estudiantes tienen la necesidad de que los conozcan, de mostrarse al mundo a través de su *yo virtual*, por ello además de la imagen que proyectan, también son importantes los amigos y los admiradores *online*. En la investigación se encontró que el 56% de los estudiantes tienen más de 500 contactos en *Facebook*, y el 44% de los estudiantes tienen menos de 500 contactos, información que se encuentra especificada en el gráfico 4.

¹⁰⁹ SIBILIA, Paula, Op. Cit., P. 94.

¹¹⁰ ENTREVISTA con Natalia, Op. Cit.

¹¹¹ ENTREVISTA con Laura, Op. Cit.

Gráfico 4. Número de contactos en la red social Facebook (Porcentaje).



Fuente: Esta investigación.

Facebook es una plataforma para exhibirse y para buscar la atención de los otros *virtuales*. “Parece tratarse de un gran movimiento de mutación subjetiva, que empuja paulatinamente los ejes del yo hacia otras zonas: desde el interior hacia el exterior, del alma hacia la piel, del cuarto propio a las pantallas”¹¹². La sociedad del espectáculo ha dado paso a personas exteriorizadas que responden a nuevas maneras de hacer, de estar y de ver el mundo.

*Quando tengo la atención hacia mí en Facebook, es como ser el punto de atracción, y me siento feliz*¹¹³.
(Gustavo, 16 años)

La visibilidad para los estudiantes no es solamente un deseo o una meta que alcanzar, es la evidencia de ser y estar en el mundo *online*. Ahora se valora la visibilidad, la representación de la imagen virtual, dando paso a un narcisismo colectivo, Para Maffesoli: “Narciso no se pierde en su imagen sino en el estanque donde se proyecta su imagen”¹¹⁴.

¹¹² SIBILIA, Paula, Op. Cit., P. 105.

¹¹³ ENTREVISTA con Gustavo, Op. Cit.

¹¹⁴ MAFFESOLI, Michel, Op. Cit., P.13.

*La apariencia física es importante porque los hombres se fijan más en la apariencia, es una manera de atraer a los hombres*¹¹⁵.
(Vanessa, 17 años)

*Uno entra al gimnasio, para hacerse ancho y tomarse fotos así, como para conseguir admiradoras*¹¹⁶.
(Gustavo, 16 años)

Los estudiantes exaltan *la imagen idealizada*, las fotografías e imágenes tienden a mostrar la importancia de la apariencia física y los estándares de belleza, que provocan un narcisismo por el cuerpo *virtual*, porque existe un amor inmoderado por el reflejo de su imagen *virtual*. Exaltar la representación virtual en *Facebook* equivale a caer en una idolatría, donde los estudiantes al colocar sus fuerzas creadoras en la producción de su imagen, en vez de reconocerse a sí mismo en su acto creador, adoran su imagen virtual. Situación que desde Marx es reconocida como la alineación del hombre por el objeto, donde este se vuelve extraño a su trabajo, ya que no le pertenece; “cuanto más poderoso se vuelve el mundo de los objetos que crea frente a sí mismo, más pobre se vuelve su vida interior y menos pertenece a sí mismo”¹¹⁷. Ciertamente los cambios tecnológicos y el acceso a “nuevos fenómenos de exposición de la intimidad en los medios contemporáneos, son una mera exacerbación de cierto narcisismo y exhibicionismos”¹¹⁸, situación que también se asemeja a lo planteado por Bauman cuando establece la transición del estado sólido del capitalismo caracterizado por la acumulación de artículos (el tener), a un capitalismo líquido donde el parecer y la apariencia son imprescindibles.

2.6 LA IDENTIDAD OCULTA EN LA BÚSQUEDA DE MAYOR INFORMACIÓN

En *Facebook* existen diferentes tipos de perfiles, algunos son una representación del *yo virtual*, y otros son *perfiles con identidad oculta*; es decir que, las características y los datos personales del perfil virtual no representa en nada a la persona que utiliza el perfil. Es así como *Facebook* se convierte en un lugar en donde se pueden encontrar diferentes contactos con máscaras, todo ello gracias al anonimato, que brinda un sentimiento de libertad e independencia que se desarrolla en los individuos al ingresar a una red social.

¹¹⁵ ENTREVISTA con Vanessa, Op cit.

¹¹⁶ ENTREVISTA con Gustavo, Op. Cit.

¹¹⁷ MARX, Karl. Manuscritos económico - filosóficos. Op, Cit., P. 105

¹¹⁸ SIBILIA, Paula. Op, Cit., P. 105.

Gracias al anonimato que ofrecen las redes sociales, los usuarios pueden revisar información de *otros perfiles* sin ser vistos. Los estudiantes desde *perfiles con identidad oculta* satisfacen la necesidad de curiosidad, sin dejar evidencia de su propia identidad; dado que en la red es difícil comprobar la veracidad de los perfiles; en *Facebook* es posible crear una *identidad oculta* con la cual interactuar, olvidándose de las restricciones del mundo *offline*.

*Por ejemplo uno se crea un Facebook diferente y se la hace amiga a la novia de uno, y ella no sabe que es uno, entonces uno trata de hacérsela amiga, para irle sacando información, para ver la fidelidad*¹¹⁹.
(Gustavo, 16 años)

Los estudiantes crean perfiles con *identidad oculta* para obtener información, realizar bromas, o simplemente son otros *yo virtuales*, dado que una persona puede tener innumerables versiones de ella misma, lo que la transforma son los contextos en los que se relaciona, es decir existen innumerables personajes en cada uno, que solo en determinadas circunstancias aparecen.

*No quiero que sepan que soy yo, por eso hablo desde ese mi otro perfil, porque hay cosas que me pueden comprometer*¹²⁰.
(David, 14 años)

Los usuarios toman los medios que ofrece *Facebook* como el anonimato y la suplantación, para justificar su propósito de obtener mayor información desde un *perfil con identidad oculta*. La información se encuentra en la red pero para obtenerla los estudiantes justifican la necesidad de ocultar su propia *identidad virtual* y tomar una *identidad virtual* distinta, para lograr obtener la mayor información posible.

*En los otros perfiles, yo no tengo los mismos contactos porque necesito sacar información*¹²¹.
(David, 14 años)

*Es decir, enterarse de lo que hacen otros, pero que no sepan que es uno*¹²².
(Gustavo, 16 años)

¹¹⁹ ENTREVISTA con Gustavo, Op. Cit.

¹²⁰ ENTREVISTA con David, Op. Cit.

¹²¹ Ibid.

¹²² ENTREVISTA con Gustavo, Op. Cit.

Tener diferentes perfiles es uno de los usos que le dan los estudiantes a *Facebook*, y les permite navegar entre la diversidad de información, logrando entre el anonimato, la suplantación y la prolongación de su perfil, la búsqueda insaciable de mayor información.

3. EXHIBICIÓN DEL CUERPO A LOS ESPECTADORES DE LA RED: SEXTING

Se aborda el *sexting* desde la producción y publicación de imágenes (fotografías) con personas desnudas o semidesnudas con actitudes sexualmente sugestivas hacia el receptor de la imagen, desde un marco social, se debe considerar que la carga erótica o sexual que tiene una imagen no necesariamente corresponde a la opinión subjetiva de todas las personas, puesto que involucra el contexto social del actor y su manera de determinar las distintas formas de vestuario.

Con base en el carácter investigativo, se aborda el *sexting* desde dos perspectivas, primero la mirada de las personas que no realizan *sexting* pero tienen amigos y conocidos que si, y en segundo lugar desde la mirada de quienes realizan esta práctica. se describe la opinión que tienen los estudiantes respecto a las personas que realizan *sexting*, pues en su gran mayoría los estudiantes conocen a amigos (as) o compañeros (as) que realizan esta práctica. Y en segundo lugar, se describe el *sexting* a partir de las personas que comparten imágenes desnudas o semidesnudas en *Facebook*, encontrando los diferentes factores que inciden en los estudiantes para que produzcan y compartan este tipo de imágenes.

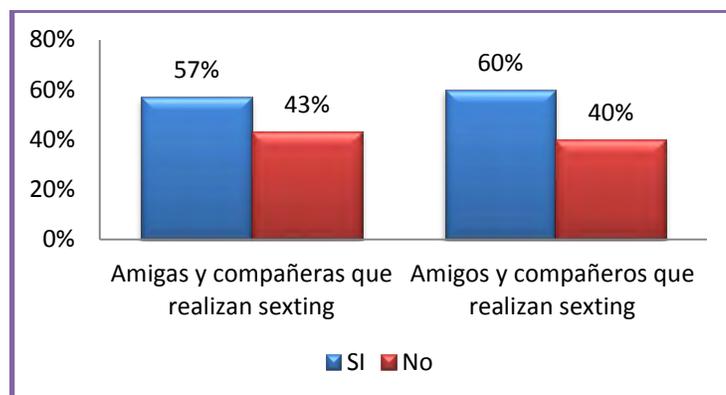
3.1 EL SEXTING, ENTRE LA ACEPTACIÓN Y EL RECHAZO DEL PÚBLICO.

La opinión de una imagen puede crear significados inesperados que no necesariamente contemplan la semiosis original de la imagen, tal es el caso de las imágenes de personas semidesnudas o desnudas que son capaces de disparar los niveles de imaginación de los receptores.

Las imágenes de *sexting* involucran a los espectadores y a las personas que las observan, para adquirir un significado específico. Los estudiantes de la investigación han sido espectadores de *sexting* en *Facebook*, y han cargado valorativamente las imágenes, dando significados y posturas a favor y en contra de esta práctica.

Los estudiantes en su gran mayoría conocen tanto a amigos y/o compañeros que han subido fotos de sí mismos semidesnudos en *Facebook*, como a amigas y/o compañeras que han subido fotos de sí mismas semidesnudas en *Facebook*, esta situación se puede evidenciar en el gráfico 5.

Gráfico 5. Porcentaje de estudiantes que conocen a personas que realizan sexting.



Fuente: Esta investigación.

Los estudiantes han observado tanto amigas y/o compañeras, y amigos y/o compañeros que publican imágenes de *sexting* en *Facebook*, según ellos son hombres los que más publican *sexting* en *Facebook*, sin embargo, esta actividad involucra tanto a mujeres como hombres y no es una actividad exclusiva de un solo sexo.

Para los estudiantes las personas que realizan *sexting* lo hacen con el fin de ser más visibles y reconocidos en la red virtual, así lo expresaron en sus testimonios:

*Una amiga mía las sube... Para llamar la atención, para que la miren*¹²³.
(Natalia, 16 años)

*Yo he mirado en el face, unos amigos se toman fotos indicando su cuerpo, son anchísimos y mis amigos tienen facilidad para que sus fotos gusten más por el físico*¹²⁴.
(Gustavo, 16 años)

Los estudiantes no son sujetos pasivos frente a la pantalla, son sujetos activos que realizan apreciaciones valorativas sobre las imágenes de *sexting*, estas apreciaciones son producto de la socialización que han recibido en el mundo *offline*, en donde han interiorizado normas, valores y pautas de conducta; a partir de lo cual juzgan los comportamientos de los demás como adecuados o inadecuados. Según Max Weber las personas guían sus acciones por un orden

¹²³ ENTREVISTA con Natalia, Op. Cit.

¹²⁴ ENTREVISTA con Gustavo, Op. Cit.

legítimo, es decir por un modelo de conducta, adquirido socialmente, “la validez de un orden está únicamente en aquella probabilidad de orientarse por esta representación”¹²⁵.

A continuación se presentan testimonios relacionados con la opinión que tienen los estudiantes sobre la acción del *sexting*.

*Por lo general ahora las muchachas de hoy en día, hasta sin ropa salen, solo para que les den un like, un me gusta y listo. Como unas fotos que suben sin blusa, sin brasier, a mí eso no me parece, que feo. En mi casa me han dicho que las únicas que se andan exhibiendo son las mujeres fáciles*¹²⁶.
(Geraldine, 14 años)

*A mí me parece desagradable que muchas muchachas, colocan perfiles casi desnudas, que salen con ropas íntimas*¹²⁷.
(Érica, 13 años)

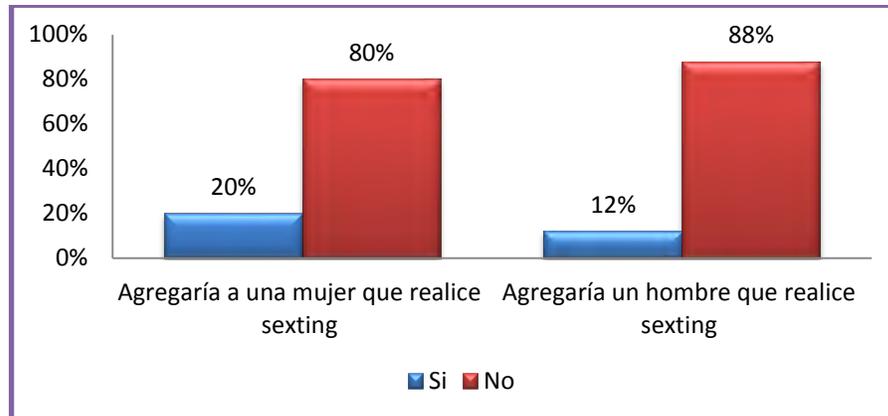
Los estudiantes consideran que estas imágenes no son adecuadas, y por lo tanto, ellos no agregan a personas o usuarios de la red social *Facebook* solo por tener una foto semidesnuda en el perfil, es decir, una imagen de *sexting* no es un elemento indispensable para que los estudiantes acepten a usuarios en su red de contactos, porque ellos califican de correcto o incorrecto, negativo o positivo, todo el contenido que se encuentra en el mundo *online*. En el siguiente gráfico se aprecia esta situación.

¹²⁵ WEBER, Max. Economía y sociedad. Op cit., p. 27

¹²⁶ ENTREVISTA con Geraldine, estudiante de Séptimo de la Institución Educativa INEM Luis Delfin Insuasty Rodríguez. Pasto, 22 de octubre de 2013.

¹²⁷ ENTREVISTA con Érica, estudiante de Séptimo de la Institución Educativa INEM Luis Delfin Insuasty Rodríguez. Pasto, 22 de octubre de 2013.

Gráfico 6. Porcentaje de estudiantes que agregarían a un contacto que realice sexting.



Fuente: Esta investigación.

Los estudiantes en su gran mayoría consideran que no aceptarían a personas solo por tener en el perfil una imagen de *sexting*, porque es una conducta inadecuada. Sin embargo, los estudiantes que si agregarían a personas que tienen imágenes de *sexting* en el perfil, tienden a agregar a personas del sexo contrario, de esta forma: “los hombres aceptan principalmente mujeres de *Facebook* con fotos semidesnudas en un 72%, mientras que las mujeres aceptan principalmente a hombres que realizan *sexting* en un 75%”¹²⁸.

Es decir que, mientras las mujeres prefieren agregar a hombres de *Facebook* con fotos semidesnudas, los hombres prefieren agregar a mujeres con imágenes de *sexting*, la afirmación anterior se corrobora en los testimonios de los estudiantes indagados.

*Uno como hombre tiene atracción hacia las mujeres, entonces, una mujer tiene como más facilidad para que sus fotos gusten más a los hombres*¹²⁹.
(David, 14 años)

¹²⁸ Fuente esta investigación.

¹²⁹ ENTREVISTA con David, Op. Cit.

*Los hombres a las mujeres les dan comentarios positivos, pero a los hombres les escriben comentarios negativos. Mientras que las mujeres le dan comentarios negativos a otra mujer diciéndole que esta fea, y a los hombres les escriben muchos comentarios positivos acerca de sus fotos¹³⁰.
(Érica, 13 años)*

A pesar de que los estudiantes consideran que tanto los hombres como las mujeres que suben *sexting* a *Facebook*, obtienen visibilidad y reconocimiento, también plantean que esta visibilidad y popularidad puede ser negativa, porque las personas que realizan *sexting* pueden ser discriminadas, insultadas y etiquetadas, especialmente en el mundo *offline*. A continuación se presentan algunos testimonios que dan cuenta de esta situación.

*Yo creo que los comentarios pueden ser positivos o negativos, porque a veces las discriminan en los lugares que las conocen¹³¹.
(Jeison, 14 años)*

*Son bien hipócritas en Facebook, le ponen me gusta y comentarios bien buenos, y en el colegio las tratan de Zorras¹³².
(Castro, 14 años)*

*Si un hombre sale semidesnudo, las mujeres pueden aceptarlo, pero los hombres lo tratan de gay, de tales¹³³...
(David, 14 años)*

Desde la información cualitativa, se logró determinar que a pesar de que hombres y mujeres reciben tanto comentarios positivos como negativos, son las mujeres quienes son más discriminadas, insultadas y *etiquetadas* que los hombres por realizar *sexting* y compartirlo en *Facebook*; porque según los estudiantes, no es mal visto, sí un hombre se toma una foto con el torso descubierto, sin embargo, en una mujer la connotación de esa imagen es distinta.

¹³⁰ ENTREVISTA con Érica, Op. Cit.

¹³¹ ENTREVISTA con Jeison, Op. Cit.

¹³² ENTREVISTA con Castro, Op. Cit.

¹³³ ENTREVISTA con David, Op. Cit.

Las mujeres tienen más que mostrar que un hombre, ¡es en serio!, porque si un hombre sale sin camisa en una foto, ¡nada que ver!, no pasa nada. Pero si una mujer sale sin camisa, sin eso que se ponen (brasier), la foto es muy diferente¹³⁴.
(Jeison, 14 años)

Más atacan a las mujeres, a los hombres no los agreden, y los comentarios que les hacen a los hombres son buenos. En los comentarios dicen: ¡huy que bueno!, ¡qué ejercicio haces!, y cosas así¹³⁵.
(David, 14 años)

Si es mujer le dicen: porque subes esas fotos, las discriminan diciéndoles putas, zorras, por qué haces eso, y a los hombres no les dicen nada¹³⁶.
(Vanessa, 17 años)

Siguiendo las ideas de Max Weber es posible interpretar que cuando los estudiantes rechazan o censuran la conducta de otros (por hacer *sexting*), están catalogando esta acción como incorrecta o negativa, y ante este tipo de acciones aparece la sanción social como un ente de control que hace que el cuerpo social tenga una mirada de rechazo ante la acción realizada, estas sanciones sociales están respaldadas por las normas sociales; estas normas sociales y las sanciones sociales traspasan del mundo *offline* y se mantienen en los vínculos virtuales. Las tecnologías de la información y la comunicación han permitido una amplia transformación en las formas de expresión y de relación, sin embargo, existen rasgos tradicionales del mundo *offline* que persisten en el mundo *online*, y es por ello que existe mayor discriminación hacia las mujeres que trasgreden las normas y los valores del orden tradicional de la sociedad. En *Facebook* existe diferente y múltiple contenido multimedia que navega entre la aceptación, el rechazo o la descalificación. La opinión sobre el *sexting* en los estudiantes involucra la percepción del cuerpo en una dimensión social y subjetiva, que permanece a través del flujo constante de la información digital.

¹³⁴ ENTREVISTA con Jeison, Op. Cit.

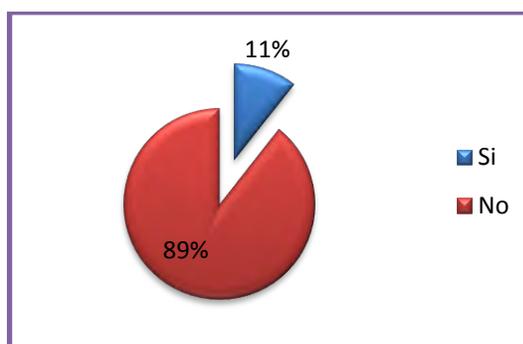
¹³⁵ ENTREVISTA con David, Op. Cit.

¹³⁶ ENTREVISTA con Vanessa, Op. Cit.

3.2 LA EXHIBICIÓN DEL CUERPO A LOS ESPECTADORES DE LA RED: LA PRODUCCIÓN DE *SEXTING*.

En la red social *Facebook* circula gran cantidad de contenido multimedia que ha sido compartido y reenviado por los diferentes usuarios, en este mundo *online* se privilegia el sentido de la vista, y por tanto la fotografía y la imagen ocupan gran parte del contenido multimedia y de las preocupaciones de los usuarios de la red. Al respecto, existe un tipo de fotografías particulares: el *sexting*. Los estudiantes que realizan *sexting* en general son pocos pero la mayoría de ellos afirma publicar este tipo de imágenes en *Facebook* para ser reconocidos por los demás.

Gráfico 7. Porcentaje de estudiantes que realizan sexting y lo comparten en Facebook.



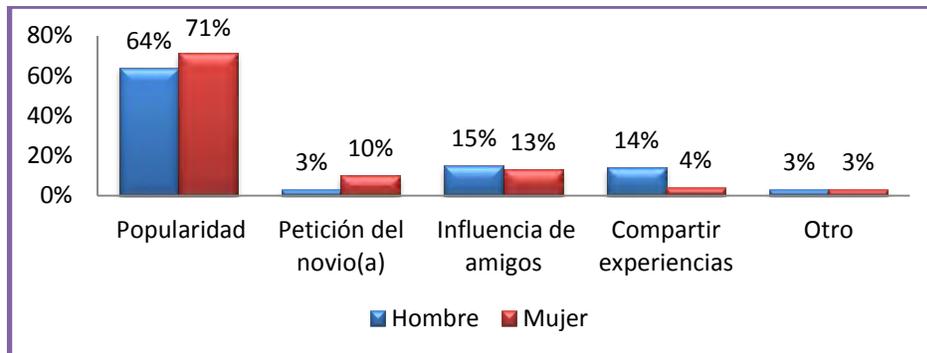
Fuente: Esta Investigación.

Del 100% de los estudiantes indagados en la encuesta, el 11% admitió practicar y publicar *sexting* en *Facebook*. A pesar de que es un pequeño porcentaje, se evidencia la presencia de *sexting*. Esta práctica que se ha dado a conocer inicialmente en los grandes escenarios mundiales, ha logrado traspasar las barreras geográficas y llegar a insertarse en las prácticas sociales de los estudiantes de la institución. Al respecto, un estudio en México en el año 2012, encontró que el “7.9% había enviado imágenes de sí mismo desnudo o semidesnudo”¹³⁷. Por otra parte, de los estudiantes que afirmaron realizar *sexting*, “el 51% son hombres y el 49% son mujeres”, son los hombres quienes más realizan esta práctica, sin embargo la diferencia porcentual no es muy significativa, por lo tanto no es posible afirmar que el *sexting* este determinado según el sexo de los estudiantes; son los hombres quienes con una mínima diferencia porcentual admitieron realizar más *sexting*.

¹³⁷ Alianza para la seguridad en internet. El efecto internet. Sexting: cuando la diversión se convierte en delito. Op. Cit., p.8.

Los motivos por los cuales los estudiantes realizan *sexting* son diversos, no obstante en el siguiente gráfico, se aprecia que la popularidad es el motivo principal que tienen tanto hombres como mujeres para realizar *sexting* y compartirlo en *Facebook*.

Gráfico 8. Motivos para realizar sexting según sexo (porcentaje).



Fuente: Esta investigación.

Es evidente que el deseo de ser populares (64% hombres, 71% mujeres) es según los estudiantes la principal razón para realizar *sexting*, sin embargo la publicación de estas imágenes también se puede dar por: la influencia de los amigos (15% hombres, 13% mujeres), el compartir experiencias con otras personas (14% hombres, 4% mujeres) y por la petición del novio o la novia (3% hombres, 10% mujeres). La categoría otro (3% hombres, 3% mujeres) presente en el gráfico anterior y en menor proporción, indica que la presencia de *sexting* se da por el deseo de mostrar y presumir la belleza, conseguir que otros sientan celos, conseguir amigos, conseguir admiradores y obtener un *me gusta*. Ellos realizan esta práctica principalmente porque les permite obtener reconocimiento social a través de los comentarios positivos y los *me gusta* que consignan los espectadores de la red en sus muros del perfil. A continuación se presentan dos testimonios de estudiantes que realizan *sexting*.

Cuando uno sube una foto que no esté mostrando casi nada, solo la cara y una sonrisa, uno no tiene muchos me gusta. Y cuando uno sube una foto en la que este mostrando algo... Entonces recibe muchos me gusta, muchos comentarios, yo he tenido fotos así, en las fotos aparezco frente al espejo pues mostrando mi cuerpo, pero con poca ropa, a esas fotos les dan varios me gusta, varios comentarios y me dicen que soy hermosa¹³⁸.
(Vanessa, 17 años)

¹³⁸ ENTREVISTA con Vanessa, Op. Cit.

*Con una amiga nos tomamos unas fotos y las subimos a Facebook, yo estaba en brasier y en cachetero, y ella también, a esas fotos les dieron muchos me gusta y publicaron buenos comentarios¹³⁹.
(Natalia, 16 años)*

Los estudiantes que practican *sexting* consideran que las fotos que suben a Facebook con el cuerpo cubierto no son tan visibles como una imagen de un cuerpo semidesnudo. Por consiguiente los hombres y las mujeres realizan *sexting*, en el anhelo de ser visibles y populares en la red, así lo expresan los estudiantes:

En la foto actual que tengo de perfil, estoy mostrando mis abdominales, estoy bien peinado, considero que esa foto es semi sexy, porque si estoy mostrando algo de mi cuerpo, estoy sin camisa y hecho el sexy...

*¿Que aspira cuando sube estas fotos?
(Entrevistadora)*

*Adquirir algunos me gusta y comentarios positivos¹⁴⁰.
(Gustavo, 16 años)*

La producción de estas imágenes se caracteriza por intentar mostrar al receptor no solamente un cuerpo semidesnudo o completamente desnudo, sino que también intentan impregnar un significado especial en la imagen, buscan que sea insinuante o provocativa para los espectadores.

*La actitud frente a la cámara, es con una sonrisa, una actitud como bien hecha la sexy. Donde se esté mostrando todo el cuerpo, lo más importante es mostrar los senos o la cola. Mi actitud corporal es con las manos en la cintura, con el cuerpo de lado. Fotos así me he tomado en mi casa frente al espejo¹⁴¹.
(Vanessa, 17 años)*

Los estudiantes que realizan *sexting* tienen un número considerable de espectadores que los observa e interactúan con ellos, “el 70% de los estudiantes que realizan *sexting* tienen más de 500 contactos en su perfil y el 30% de los estudiantes que no realizan *sexting* tienen menos de 500 contactos”. Estos datos

¹³⁹ ENTREVISTA con Natalia, Op. Cit.

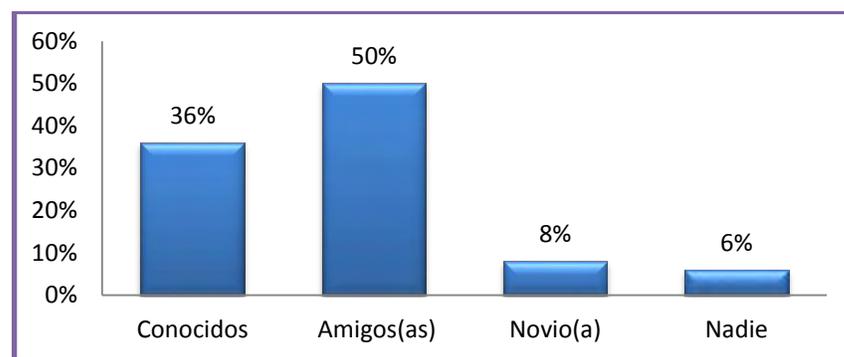
¹⁴⁰ ENTREVISTA con Gustavo, Op. Cit.

¹⁴¹ ENTREVISTA con Vanessa, Op. Cit.

confirman que la finalidad de realizar *sexting* es la visibilidad, es exhibirse en el mundo *online* y para ello se necesita de espectadores que los observen.

La mayoría de los estudiantes que realizan *sexting* comparten sus fotos desnudas y semidesnudas principalmente a sus amigos y conocidos de la red, según los entrevistados, lo que buscan es encontrar validación social, a través de la exhibición del cuerpo virtual.

Gráfico 9. Porcentaje de personas a quienes comparten sexting en Facebook.



Fuente: Esta investigación.

Con un porcentaje representativo del 50%, los amigos se configuran como el grupo social más importante al cual compartir *sexting*, pero también comparten sus imágenes a conocidos de la red en un 36%, a su novia o novio en un 8%, en tanto que el 6% restante, no comparte a nadie de su red de contactos las imágenes de *sexting*.

En la investigación se encontró que para los estudiantes que realizan *sexting* es importante indicar el cuerpo a los espectadores de la red en general, sin embargo según los datos estadísticos (ver Gráfico 9) existen dos grupos de espectadores a quienes les dan relevancia, ellos son los amigos y conocidos.

Solamente un pequeño porcentaje de los estudiantes comparten en *Facebook sexting* para su novio o novia (8%, ver Gráfico 9, esta situación, según la información cualitativa se debe a que el *sexting* en la relación de pareja, puede llegar a generar celos y desconfianza, así lo expresaron los estudiantes:

*Yo tenía un novio y él reaccionaba mal cuando miraba en Facebook las fotos, me decía: ¡por qué subes esas fotos!, ¡cómo vas a estar subiendo eso!, no me pegaba pero si se ponía bravo¹⁴².
(Natalia, 16 años)*

*Yo creo que mi novia toma una actitud de celos, porque me dice: ¡por qué sube esas fotos!... quieres que te miren tus amigas, te quieres conseguir otra¹⁴³.
(Gustavo, 16 años)*

Contrario a lo planteado por estudios, como el de La Alianza para la Seguridad en internet¹⁴⁴ (México en el año 2012), donde el principal destinatario de *sexting* es el novio o la novia; en la presente investigación se muestra que el novio o la novia no son los principales destinatarios de *sexting*, solo un 8% (ver gráfico 9) envía imágenes de *sexting* a su pareja. Para los estudiantes que realizan *sexting* es más importante tener un grupo de espectadores que validen su imagen, y en ese afán de obtener visibilidad y popularidad, los estudiantes no pueden brindarles exclusividad a sus parejas acerca de su imagen corporal, lo cual puede desencadenar problemas como se evidenció en las entrevistas.

3.3 LOS VERSUS

En la investigación se encontró un hallazgo importante y particular, el *sexting* también es utilizado para hacer competencias llamadas *versus*, los *versus* en *Facebook* representan rivalidades, determinan quién es más popular y atractivo(a) físicamente. Se realizan con dos fotografías de hombres o mujeres que se reúnen en una sola imagen, con la palabra “vs” en el centro de la imagen, y se pone a consideración de los usuarios de *Facebook*, para determinar quién sale mejor en la foto. Dependiendo de los comentarios positivos o negativos que reciba una persona por la foto, se determina el ganador del *versus*.

*Los versus son para ver quién es más bonita, para ver quién gana, hacen una competencia en el face¹⁴⁵.
(Laura, 14 años)*

¹⁴² ENTREVISTA con Natalia, Op. Cit.

¹⁴³ ENTREVISTA con Gustavo, Op. Cit.

¹⁴⁴ Alianza para la Seguridad en Internet. El efecto internet. Sexting: cuando la diversión se convierte en delito. Op. Cit., P.8.

¹⁴⁵ ENTREVISTA con Laura, Op. Cit.

Un versus es una foto en la que aparecen dos personas, hombres o mujeres, que compiten por quien es la más linda o popular, los que están conectados, escriben su voto en los comentarios¹⁴⁶.
(Vanessa, 17 años)

Los *versus* en *Facebook* aparecen como rivalidades entre los usuarios, se compete por encontrar la validación de su belleza en los espectadores, saber quiénes son populares y obtienen mayor aceptación entre los usuarios de la red. Por tanto en la investigación se determinó que en los *versus* están presentes quienes consumen y quienes producen *sexting*.

Los versus son un tipo de rivalidad que hay entre los que aparecen en la foto, para mirar que tan populares son¹⁴⁷.
(Gustavo, 16 años)

Tener fotos con poca ropa es importante para conseguir mayor validación social, que se traduce en mayores comentarios positivos y *me gusta*, de esta forma realizar *sexting* pasa a ser una actividad justificada en la búsqueda de ganar los *versus* en *Facebook*.

Con mi amiga hemos hecho versus, pero siempre se busca eso, tomarse fotos con poca ropa y subirlas para ser más cotizada y ganar¹⁴⁸.
(Laura, 14 años)

Realizar *versus* en *Facebook* es una competencia que determina un ganador, y a diferencia de las competencias tradicionales que involucran el consentimiento de los participantes, los *versus* de *Facebook* generalmente no se realizan con la aprobación de los participantes, estos *versus* son realizados por otros usuarios de la red, y a través del envío de un enlace virtual, se les informa que aparecen en la competencia.

Me han hecho versus con mucha gente, con personas que no conozco, quienes me hicieron esos versus son mujeres envidiosas, cogían mis fotos y me hacían los

¹⁴⁶ ENTREVISTA con Vanessa, Op. Cit.

¹⁴⁷ ENTREVISTA con Gustavo, Op. Cit.

¹⁴⁸ ENTREVISTA con Laura, Op. Cit.

*versus con personas que yo nunca había hablado, con personas que ni siquiera conocía, y algunos versus con mis enemigas*¹⁴⁹.
(Vanessa, 17 años)

*He participado en los versus, y yo he ganado. Otra persona los hizo, las que me tiran, y ellas eligen la foto con la que yo aparezco, pero con las que me han puesto he ganado*¹⁵⁰.
(Laura, 14 años)

Las personas que compiten en un *versus* no son quienes eligen la fotografía con la cual aparecerán en la competencia, es por tanto que, las fotografías que las personas exhiben en el mundo *online*, deben ser fotografías que capturen la atención de los espectadores, que muestren el máximo de belleza y atractivo de la persona, porque cualquiera de las fotografías puede ser elegida para la competencia.

Si bien es cierto, en los *versus* los estudiantes pueden recibir comentarios de elogio y halago que exaltan la belleza y el atractivo de una persona, también pueden recibir comentarios desfavorecedores sobre la foto y la apariencia física del actor.

*En el versus que me hicieron con una que supuestamente era mi amiga, ponían que obviamente gana Marilyn, obviamente, gana ella, que es más bonita, que esa otra que fea. Y otros que estaban a favor mío, decían que obviamente gana Vanesa, que esa Marilyn ojos de gargajo, esa envidiosa, decían tantas cosas*¹⁵¹ ...
(Vanessa, 17 años)

En una especie de competencia colectiva, se sustentan los *versus*, participan los dueños de las fotos y el colectivo virtual que compite con sus publicaciones, sus comentarios y me *gusta*, para apoyar al usuario de su vínculo de preferencia. De esta forma los *versus* en *Facebook* hacen parte de los vínculos sociales en la plataforma virtual, los lazos de aceptación y rechazo aparecen, y la competencia de un usuario termina por ser la competencia de múltiples usuarios.

¹⁴⁹ ENTREVISTA con Vanessa, Op. Cit.

¹⁵⁰ ENTREVISTA con Laura, Op. Cit.

¹⁵¹ ENTREVISTA con Vanessa, Op. Cit.

Los *versus* reflejan la lucha por llamar la atención de los espectadores de la red, una atención que se consigue solamente gracias a la derrota y la muerte de la otra imagen y con ello la destrucción de la visibilidad de la persona que representa esa imagen. Estos *versus* son la confirmación de la metáfora de Bauman, porque nada nace para vivir por mucho tiempo, hoy se publica un *versus* con la persona x y z, y quizás mañana sea parte de la destrucción y pase al olvido de los espectadores. Se presenta una secuencia incesante de nuevas publicaciones en un nuevo *versus*.

3.4 PROTECCIÓN DE LA INFORMACIÓN EN FACEBOOK

Este apartado está compuesto por tres subcapítulos el primero se titula: *publicar y no publicar buscando los límites de la información*, en el se describe el tipo de información que los estudiantes publican y no publican, y cuáles son las razones para colocar límites a la información compartida en la red social *Facebook*. A partir de la clasificación que hacen los estudiantes de la información se ha detectado que ellos poseen una noción de protección de la información para resguardar su integridad personal.

El segundo subcapítulo se titula: *la zona oscura de Facebook*, aquí se detecta que en el mundo *online* también se presentan problemas al interactuar con los demás usuarios de *Facebook*, ante esta situación se despliegan una serie de acciones para contrarrestar los problemas presentes en la plataforma virtual. Además, cuando ocurren situaciones negativas en *Facebook* los estudiantes acentúan aún más la diferencia que existe entre el *nosotros* y el *ellos*, identificando que en el *ellos* están presentes riesgos que podrían conllevar a situaciones negativas, y encontrando respaldo social en el *nosotros* cuando estas situaciones se presentan.

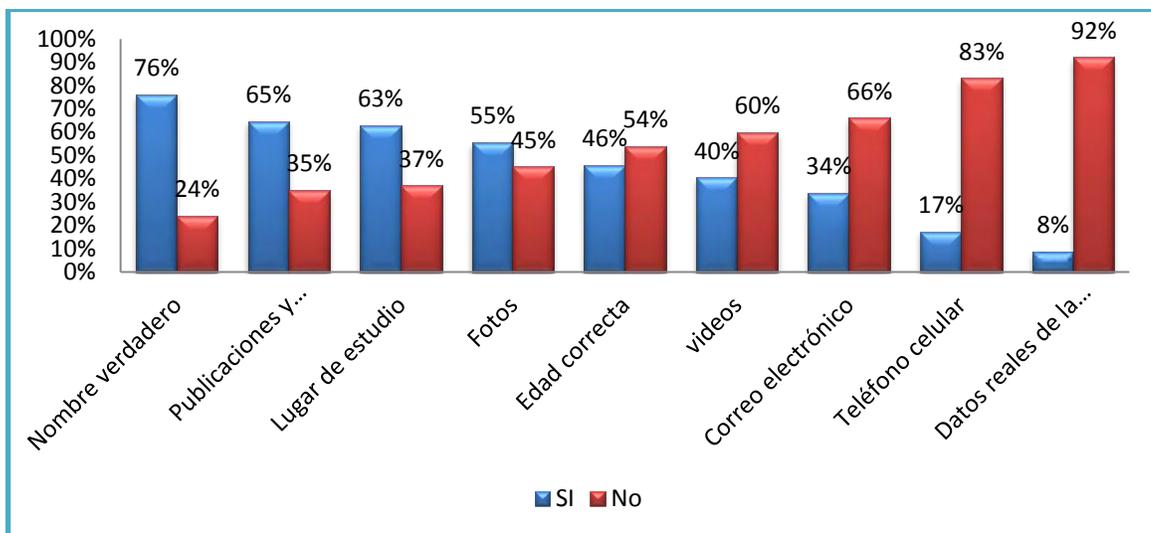
El tercer y último subcapítulo se titula: *orígenes de las nociones de protección*, en el se describen los actores que han impartido en los estudiantes las advertencias ante los posibles riesgos y peligros que podrían existir en el mundo *online*.

3.5 PUBLICAR O NO PUBLICAR, BUSCANDO LOS LÍMITES DE LA INFORMACIÓN.

Facebook permite que los usuarios determinen los datos que desean publicar y los usuarios que pueden acceder a la información compartida en la red. La información es clasificada por los usuarios como: *información general*, *información privada* e *información de la vida cotidiana* (fotografías, sentimientos, emociones y sucesos relevantes del diario vivir) que es en esencia efímera, de la cual se trató

ampliamente en el segundo capítulo de la investigación. Mientras que el primer y el segundo tipo de información son accesibles a los contactos *offline* y *online* sin restricciones, la *información privada* es restringida. La *información general* y la *información de la vida cotidiana* (esta información es la que más comparten con la masa virtual), es consignada en *Facebook* en la opción público, estos datos permiten que los usuarios de la red virtual accedan a la información y se generen vínculos comunes. Los estudiantes consignan información verdadera que la comparten con los diferentes usuarios de *Facebook*, para generar una representación virtual que no se desvincula del mundo *offline*. Los principales datos que los estudiantes configuran en la opción público son: el nombre verdadero (76%), los comentarios y publicaciones (65%), el lugar de estudio (63%) y las fotos (55%), información que está consignada en el siguiente gráfico.

Gráfico 10. Porcentaje de datos publicados en la opción público de Facebook.



Fuente: Esta investigación.

A diferencia de la *información general* y la *información de la vida cotidiana*, la *información privada* es oculta y restringida, entre los datos que los estudiantes restringen en *Facebook* están: los datos reales de la familia (92% no ha publicado esta información), el número de teléfono celular (83% no ha publicado esta información), el correo electrónico (66% no ha publicado esta información), los videos (60% no ha publicado esta información) y la edad correcta (el 54% no ha publicado esta información), estos datos están consignados en el gráfico número 10.

En los testimonios se encontró que los estudiantes no confían su *información privada* a todos los usuarios de la red social *Facebook*, porque sus datos personales podrían ser usados por un perfil extraño en su contra. Para evitar la ocurrencia de eventos negativos por la difusión de *información privada*, los adolescentes no publican datos personales en *Facebook*, o configuran su perfil para que determinado grupo de contactos tenga acceso a la información publicada en *Facebook*.

*Yo tengo dos cuentas de Facebook, la una en la que solo tengo a personas que conozco, y en la que consigno fotos de mi familia y datos personales, que no quisiera que otros los vean, entonces, en la otra no tengo fotos de mi familia, porque sé que en esa cuenta tengo muchas personas que yo no conozco*¹⁵².
(Vanessa, 17 años)

*Por mi seguridad, porque no confié en todos, por eso no hago públicas todas mis cosas*¹⁵³.
(Darío, 14 años)

*Dependiendo, si las cosas son muy personales no lo voy a publicar, solo voy a saberlo yo*¹⁵⁴.
(David, 14 años)

Facebook es un conjunto de nodos interconectados, en esencia es una estructura comunicativa, en la que adquiere relevancia la mayor difusión de información posible, sin embargo, los estudiantes reflexionan acerca de la *información privada*, llegando a concluir que no es acertado publicar en sus muros toda la información de sus vidas.

*Para tener seguridad yo controlo lo que hago en Facebook, no público toda mi información, por ejemplo no coloco mi número telefónico y donde vivo*¹⁵⁵.
(Gustavo, 16 años)

¹⁵² ENTREVISTA con Vanessa, Op cit.

¹⁵³ ENTREVISTA con Darío, Op. Cit.

¹⁵⁴ ENTREVISTA con David, Op. Cit.

¹⁵⁵ ENTREVISTA con Gustavo, Op. Cit.

*Yo me siento seguro en Facebook porque controlo quien puede ver mis cosas personales, y también lo que yo quiero que vean los demás*¹⁵⁶.
(David, 14 años)

Los estudiantes han colocado barreras para resguardar su *información privada*, llegando a poner límites, y separando en *Facebook* lo que hace parte de la *información general* y la *información privada*; porque consideran que *Facebook* tiene múltiples usos y múltiples usuarios, en donde surge la posibilidad que perfiles con *identidad oculta* ejecuten acciones negativas en contra de ellos.

Los estudiantes al usar *Facebook* ponen límites a la información que consideran privada, porque en este mundo *online* crean representaciones de sí mismos que no se desvinculan del mundo *offline*, por tanto existen datos que necesitan proteger y resguardar para sentirse seguros.

En la investigación se encontró que la noción de seguridad no se desvanece en el mundo *online*, porque los estudiantes reconocen que existen peligros que necesitan ser contrarrestados para sentirse tranquilos, la acción de contrarrestar los eventos negativos se basa en la diferenciación del *nosotros* de *ellos*. Siguiendo las categorías de Bauman el *nosotros* representa al grupo de personas con las que los estudiantes se sienten seguros y confiados, son personas cercanas, mientras que el *ellos* es un grupo en el que se sienten inseguros y al que no le suministrarían información privada.

Nosotros representa el grupo al que pertenezco. Yo entiendo bien lo que sucede dentro de ese grupo y, por ende, se cómo actuar, es por así decir mi hábitat natural, el lugar en el que me gusta estar y al que regreso con un sentimiento de alivio. La palabra *ellos* por el contrario, representa un grupo al que no puedo ni quiero pertenecer. Mi visión de lo que acontece dentro de ese grupo es vaga y fragmentaria, y por tanto, lo que el grupo puede hacerme a mi es imprescindible y amenazante¹⁵⁷.

Los estudiantes consideran que las personas que no son cercanas, los *ellos*, podrían hacerles daño al tomar sus datos personales y utilizarlos para lastimarlos:

¹⁵⁶ ENTREVISTA con David, Op. Cit.

¹⁵⁷ BAUMAN, Zygmunt. Pensando sociológicamente. Argentina: Ediciones Nueva Visión. 1994. P. 44.

*Los perfiles extraños son amenazantes, porque pueden ser una simple imagen, y detrás de esa imagen puede haber un asesino en serie que quiere ubicar donde están tales personas, como mi familia y mis amigos para asesinarlos*¹⁵⁸.
(Castro, 14 años)

Desde la investigación cualitativa se encontró que existe en los estudiantes un imaginario de personas dañinas navegando virtualmente, esto ha hecho que los estudiantes establezcan un límite a la información que comparten en *Facebook* (*información general, información de su vida cotidiana e información privada*) para mantener su seguridad.

3.6 LA ZONA OSCURA DE FACEBOOK.

Para Manuel Castells¹⁵⁹ la tecnología no es buena ni mala, es en efecto una fuerza que penetra en el núcleo de la vida y la mente. En contraste Bauman opina que “internet no toma partido. Internet es neutral. Es una herramienta y las herramientas pueden ser utilizadas por todos y con una gran variedad de propósitos. Internet puede utilizarse para llamar a los amantes de la democracia a la plaza de la liberación y también convocar a los amantes de la tiranía”¹⁶⁰. Utilizar *Facebook*, más allá del entramado técnico, significa ser parte de un conjunto de relaciones sociales vinculadas con la vida cotidiana, aquí la existencia material y simbólica de las personas se conecta y entrelaza con las demás existencias a través de los *yo virtuales*, y en este mundo *online* los estudiantes reconocen que pueden presentarse diferentes problemas como: fotomontaje, amenazas, burlas, envidias y discusiones que pueden trascender al mundo *offline*, y que afectan directamente su seguridad. Ante estos problemas los estudiantes realizan acciones para contrarrestar la situación problemática y sentirse de nuevo seguros en su espacio. Los estudiantes consideran que en *Facebook* existen eventos negativos, que afectan su tranquilidad. Por ejemplo, algunos estudiantes han recibido burlas e insultos en sus perfiles de *Facebook*, como se evidencia en el siguiente testimonio:

*Por Facebook me amenazaban, me dejaban mensajes en el perfil, me colocaban una foto con insultos, me la editaban, también me hacían comentarios vulgares o pesados, por eso las elimine y luego las bloqueé*¹⁶¹.
(Vanessa, 17 años)

¹⁵⁸ ENTREVISTA con Castro, estudiante de Séptimo de la Institución Educativa INEM Luis Delfin Insuasty Rodríguez. Pasto, 22 de octubre de 2013.

¹⁵⁹ CASTELLS, Manuel, Op cit., P .92.

¹⁶⁰ BAUMAN, Zygmunt. Esto no es un diario. España: Paidós. 2012. P. 218.

¹⁶¹ ENTREVISTA con Vanessa, Op. Cit.

Según los testimonios cuando ocurren eventos negativos, los estudiantes, eliminan, bloquean o generan una *contrarespuesta* para enfrentar al perfil que los agrede, consideran que estos eventos negativos son aislados y son producto de un *ellos*, y no *un nosotros*, son usuarios extraños considerados desagradables.

*A veces las mujeres envidiosas cuando un hombre le publica a uno, empiezan a insultar, entonces uno ya las bloquea*¹⁶².
(Vanessa, 17 años)

*Yo he eliminado cuentas de Facebook, porque me llegaban comentarios feos, había personas que me molestaban mucho, y me mandaban mensajes con insultos*¹⁶³.
(Laura, 14 años)

En este mundo de extranjeros, de líneas imaginarias que separan débilmente a un *nosotros* de *ellos*, existen riesgos y perfiles con características amenazantes a las cuales hay que contrarrestar a través de acciones como bloquear y eliminar, y otras personas toman diferentes alternativas para defenderse del agresor.

*Una mujer me comentó en una foto: esa foto que chistosa, que fea, jajaja. Pero a mí sinceramente no me interesan esos comentarios, porque son para molestarme, cuando hacen esos comentarios a veces respondo con otro comentario, o sino bloqueo a la persona*¹⁶⁴.
(Natalia, 16 años)

*A veces en Facebook se generan conflictos, porque algunas personas comentan algo, y a otras personas no les gustan esos comentarios, entonces comienzan a discutir*¹⁶⁵.
(Gustavo, 16 años)

¹⁶² Ibid.

¹⁶³ ENTREVISTA con Laura, Op. Cit.

¹⁶⁴ ENTREVISTA con Natalia, Op. Cit.

¹⁶⁵ ENTREVISTA con Gustavo, Op. Cit.

A pesar de los eventos negativos los estudiantes no dejan de utilizar *Facebook*, porque en este espacio se comunican e interactúan con sus contactos más cercanos, un *nosotros*; que son su respaldo y apoyo en el momento de confrontar sus problemas virtuales. Contar con el respaldo de varios contactos al momento de enfrentar un problema, permite una *contrarespuesta* que se refiere a las respuestas dadas a un comentario determinado. De esta forma el *nosotros* se acentúa y su unión se fortalece, al defenderse de comentarios negativos externos de su grupo de referencia.

En Facebook existen envidias, y surgen conocidos de conocidos envidiosos que me han llenado de malos comentarios el perfil. A mí me han publicado: ¡huy que feo ese man!, ¡para que sube eso!, y ahí le siguen comentarios negativos, y a cada comentario, le dan como cien me gusta, pero mis amigos comentan para defenderme¹⁶⁶.
(Gustavo, 16 años)

Ante un comentario o publicación negativa en *Facebook*, los amigos o compañeros también intervienen en la discusión y cabe mencionar que estos comentarios pueden llegar a generar acciones en el mundo real, a trasladarse al mundo *offline*, y con ello generar violencia física.

Que mal que existan esos comentarios en Facebook, porque si uno responde ante eso, es peor, el caso va empeorando y luego pasa a amenazas, las amenazas llevan a peleas y las peleas llevan al hospital¹⁶⁷.
(David, 14 años)

Los comentarios y publicaciones considerados como negativos fácilmente trascienden a conflictos en el espacio *offline*, al desdibujarse las barreras que separan a los dos mundos, las agresiones pueden ir desde comentarios y publicaciones intimidantes hasta la violencia física, o simplemente la agresión puede terminar en *Facebook*.

Algunos estudiantes afirmaron terminar los problemas eliminando al perfil molesto, bloqueando el perfil desagradable y dando una *contrarespuesta* a los comentarios del perfil amenazante. Las acciones que realizan las personas en *Facebook* dependen de la manera de ver el mundo y de las pautas aprendidas en sociedad.

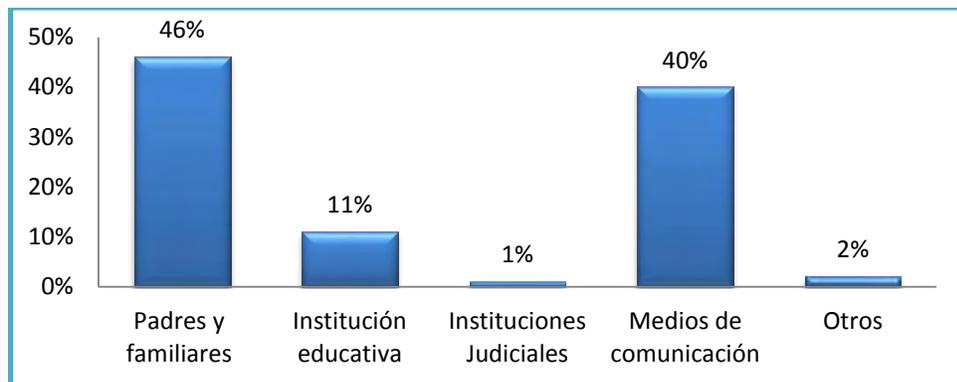
¹⁶⁶ ENTREVISTA con Gustavo, Op. Cit.

¹⁶⁷ ENTREVISTA con David, Op. Cit.

3.7 ORIGEN DE LAS NOCIONES DE PROTECCIÓN.

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación han provocado una diferenciación entre nativos digitales e inmigrantes digitales. Los estudiantes son la primera generación que tienen una amplia variedad de soportes tecnológicos para comunicarse, configurándose como nativos digitales, puesto que nacieron en el auge tecnológico y cuentan con mayores habilidades digitales que los inmigrantes digitales. Estos últimos han tenido la necesidad de adaptarse al contexto de la sociedad informacional y a las nuevas circunstancias sociales que ha traído consigo, permitiendo la reproducción de pautas de protección que han de propiciar la seguridad de los nativos digitales en *Facebook*. En la investigación se encontró que “el 64% de los estudiantes han recibido información de seguridad sobre la red social *Facebook* y solo el 36% no ha recibido este tipo de información”, es decir que la mayor parte de los estudiantes ha recibido información de seguridad sobre *Facebook*, esta información ha sido recibida de: los padres y los familiares (46%), los medios de comunicación (40%), la institución educativa (11%), las instituciones judiciales (1%) y otras fuentes (2%), como los amigos y *Facebook*. Datos que se consignan en el siguiente gráfico.

Gráfico 11. Porcentaje de estudiantes que han recibido información de seguridad según la fuente de información.



Fuente: Esta investigación.

Los padres, familiares y medios de comunicación se configuran como las principales fuentes desde donde los estudiantes reciben información acerca de la seguridad en *Facebook*. Los inmigrantes digitales se han adaptado al contexto digital, cumpliendo con su rol de agentes educadores de la sociedad, en la investigación se encontró que las generaciones que nacieron antes de la revolución tecnológica tratan de vigilar y supervisar el accionar de las

generaciones más jóvenes en el entorno digital. Tal como se aprecia en los siguientes testimonios:

*Mi papá no sabe manejar muy bien Facebook, pero dice que Facebook es una herramienta útil, que también puede ser peligrosa, que a veces hace perder tiempo, que es una distracción, que puede causar aficiones*¹⁶⁸.

(David, 14 años)

*Mi mami dice que sí me citan por Facebook personas que no conozca, que no vaya. Que sí me hacen propuestas que no deben hacerme, dice que no las acepte*¹⁶⁹.

(Laura, 14 años)

*A mí me han llegado de esos mensajes de que quieres tener sexo, quieres hacer un trio y le dicen a uno: ¿nos podemos reunir? Esos mensajes me provocan desconfianza, porque mi abuelita me ha dicho que eso es peligroso, y que no debo prestarle atención a esos comentarios*¹⁷⁰.

(Gustavo, 16 años)

Con lo anterior se reafirma que los inmigrantes digitales son agentes educadores de las generaciones menores, que han advertido a los estudiantes sobre los posibles peligros que podría representar navegar en *Facebook* sin un mínimo de precauciones, y los estudiantes han interiorizado las pautas de protección que han recibido de los inmigrantes digitales y las han puesto en práctica cuando navegan en la red social *Facebook*, protegiendo así su integridad.

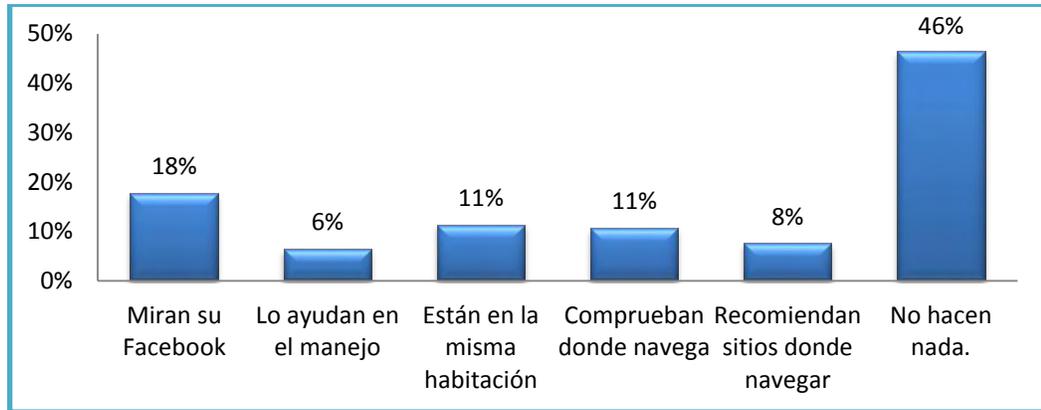
Los inmigrantes se han interesado por conocer la trascendencia de *Facebook* en la vida de los nativos digitales, advertir sobre los posibles peligros en los que se pueden involucrar y realizar sugerencias y recomendaciones para que se mantengan seguros en *Facebook*. En concreto, mientras los estudiantes navegan en *Facebook* los padres o tutores realizan diferentes actividades para supervisarlos como: mirar su *Facebook*, estar en la misma habitación, comprobar donde navegan, recomendar sitios donde navegar y ayudar en el uso de *Facebook*, estas actividades se evidencian en el siguiente gráfico.

¹⁶⁸ ENTREVISTA con David, Op. Cit.

¹⁶⁹ ENTREVISTA con Laura, Op. Cit.

¹⁷⁰ ENTREVISTA con Gustavo, Op. Cit.

Gráfico 12. Porcentaje de actividades que realizan los padres o tutores cuando sus hijos navegan en Facebook.



Fuente: Esta investigación.

Un 46% de los estudiantes afirmaron que sus padres no hacen nada mientras ellos navegan en la red social *Facebook*, y el 54% de los estudiantes afirmaron que sus padres están pendientes de ellos mientras navegan en *Facebook*, a través de diferentes actividades, principalmente miran el perfil, están en la misma habitación, comprueban donde navegan y recomiendan sitios donde navegar. Según los estudiantes, los padres o tutores han suministrado pautas de seguridad, e intentan estar al tanto de sus hijos mientras navegan en *Facebook*.

Finalmente, a pesar de que exista una brecha entre padres e hijos en cuanto al manejo técnico de *Facebook* (el 53% de los estudiantes manifestó que sus padres o tutores rara vez utilizan *Facebook*, el 42% afirmó que sus padres o tutores nunca han utilizado *Facebook*, y el 5% de los estudiantes afirmó que sus padres o tutores siempre utilizan *Facebook*), los padres tratan de orientar y enseñar a sus hijos acerca del buen uso que le deben dar a esta plataforma es decir que los padres continúan cumpliendo con su rol de enseñar, proteger y controlar a sus hijos.

CONCLUSIONES

Este estudio es un ejercicio de investigación empírico, que explora el uso de *Facebook* de los estudiantes de secundaria de la I.E.M INEM matriculados en el año 2013. Los hallazgos de la investigación se centran en torno a los objetivos específicos, en primer lugar se presentan los hallazgos relacionados con el uso de la red social *Facebook*; en segundo lugar se presentan los hallazgos relacionados con el *sexting*; y por último todo lo concerniente a la protección de la información compartida en *Facebook*.

En la investigación se encontró que el 99% de los estudiantes de la I.E.M INEM utilizan *Facebook*, un resultado semejante apareció en la ciudad de Pasto en el año 2012, donde “el 88% de los estudiantes del Liceo de la Universidad de Nariño reportaron ser usuarios de *Facebook*”¹⁷¹. Y a nivel nacional se aprecia que “6 de cada 10 colombianos tienen redes sociales, y de éstos, el 98% tiene cuenta en *Facebook*”¹⁷². Se aprecia que tanto a nivel nacional como a nivel local el uso de *Facebook* es parte de la vida cotidiana.

En la investigación se encontró que los estudiantes usan principalmente *Facebook* porque sus amigos y/o compañeros tenían una cuenta en esta red, siendo *Facebook* un medio para comunicarse con ellos. En este sentido *Facebook* es atractivo a los usuarios, porque la gran cantidad de usuarios registrados ha añadido más valor a la red, y ha abierto la posibilidad de comunicarse con un mayor número de usuarios.

Uno de los usos más destacados de *Facebook* es *chatear* con el 95%, según la información cualitativa se encontró que los estudiantes *chatean* con diferentes personas, principalmente con amigos y conocidos.

¹⁷¹ CÓRDOBA, Lizzeth. Los usos que dan los estudiantes usuarios de noveno y décimo grado del liceo de la universidad de Nariño a la red social *Facebook* de internet del año lectivo 2009-2010, Pasto, 2012. Trabajo de grado (sociólogo). Universidad De Nariño. Facultad De Ciencias Humanas. Departamento De Sociología. P.69.

¹⁷²Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones en Colombia. Encuesta de consumo digital en Colombia, Op cit., P. 8.

La utilización del *chat* en *Facebook* se encuentra relacionada con la cercanía de los vínculos en red, de esta forma los estudiantes utilizan este medio principalmente para comunicarse con personas que representan una relación afectiva y que constituyen un vínculo estrecho, este tipo de personas “se las conoce mucho y se comunica con frecuencia”¹⁷³. Sin embargo este medio también puede ser utilizado para entablar conversaciones con personas que no se conoce personalmente. Esta situación ha permitido identificar y definir dos categorías, contactos *offline* y contactos *online*. Los contactos *offline* hacen referencia a las personas conocidas cara a cara y luego agregadas a la plataforma *Facebook*. Mientras que los contactos *online* hacen referencia a aquellas personas que han sido agregadas en *Facebook* sin conocerlas personalmente.

Facebook opera a través del usuario, éste tiene la posibilidad de construir sus propias redes de conexión con contactos *offline* y *online*, seleccionando a las personas que quiere agregar y excluir de la lista de contactos. En este caso crear una cuenta en *Facebook*, no significa por sí mismo el acto de estar en contacto con los demás, debido a que es necesario agregar y seleccionar a los contactos con los que se quiere establecer vínculos virtuales. Permitir que otras personas hagan parte de la red de contacto significa seleccionar y decidir sobre el tipo de comunidad y sobre el tipo de red que se quiere construir en *Facebook*.

De esta forma las redes que se construyen en *Facebook* pueden ser frecuentes y estrechas, o extensas y con poca vinculación. Este último tipo de red se asemeja al estar en una gran metrópoli, donde los desconocidos se encuentran, y pueden permanecer en estrecha proximidad sin dejar por ello de ser desconocidos. Sin embargo al seleccionar contactos con los que se establecen vínculos cercanos y estrechos, estas redes se asemejan a un vecindario en el cual se establecen lazos de proximidad, se acentúan relaciones sociales cercanas, que permiten entablar emociones compartidas y una comunicación abierta que podría ser considerada como *comunidades emocionales*. Estas comunidades reúnen a las personas en entornos y opiniones en común, las “comunidades emocionales, representan conjuntos cimentados por la especialización y mecanismos de solidaridad”¹⁷⁴.

Los estudiantes investigados en su mayoría agregan a un número considerable de contactos, la mayoría agregan más de 500 contactos a su comunidad personalizada, que contiene a personas con las que se establecen vínculos cercanos, como también a personas con las que se mantiene vínculos lejanos, a quienes se ve, se observa, pero no se mantiene una interacción constante.

¹⁷³ BAUMAN, Zygmunt. Pensando sociológicamente, Op cit., P. 42.

¹⁷⁴ SANABRIA, Fabián. Vínculos virtuales. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. 2011. p. 78.

En la investigación se encontró que el uso de *Facebook*, se presenta principalmente como medio para estar en contacto con las personas que hacen parte del “nicho social inmediato, como la familia, los amigos, los compañeros de estudio, etc”¹⁷⁵. Los estudiantes al ingresar a *Facebook*, buscan principalmente estar en contacto de personas cercanas, “el 95% de los estudiantes agregan a sus amigos *offline*, el 78% a familiares, el 78% a compañeros del colegio, y en menor proporción agregan a amigos de sus amigos (51%), y a personas conocidas a través de la red virtual (44%). En este sentido *Facebook*, opera como un potencializador de las relaciones sociales, a través del intercambio de información.

Otro de los usos de *Facebook* es realizar comentarios y publicaciones, representado en un 67%. En la investigación se encontró que los estudiantes producen y consumen información, siendo personas que coadyuvan a construir la red social virtual. Comentar y publicar las acciones realizadas por los demás en *Facebook* se da especialmente ante la confirmación de una situación compartida o por el rechazo a la misma.

En el estudio se encontró que a través de los comentarios y las publicaciones, los estudiantes buscan que la experiencia propia sea valorada a través de la masa virtual, es el mismo acto de buscar ser comprendidos, es “la confirmación de que la experiencia propia y privada, los motivos interiores, la imagen de la vida ideal, la imagen de sí mismo, las tristezas o alegrías son reales”¹⁷⁶. *Facebook* en cierta forma da la ilusión de ser comprendidos, de que las publicaciones, los comentarios y los *me gusta* que se realizan en pro de la imagen que se crea, generan la sensación de ser verdaderamente comprendidos y valorados. Este es el afán de obtener visibilidad y de ser reconocidos ante los demás, estas maneras de exteriorizarse representan formas de hacer y de estar en el mundo que obedecen a la necesidad de que la experiencia individual sea confirmada por la masa virtual.

En *Facebook* se presenta una paradoja, porque sí bien, se busca constantemente hacer parte de un colectivo social, por el otro se busca la construcción de un *yo virtual* que representa la fascinación por construir una imagen única y singular que se caracteriza por mantener las mejores cualidades del mundo real. El *yo virtual* es una categoría que se encontró en el desarrollo de la investigación.

¹⁷⁵ Ibid., p. 112

¹⁷⁶ BAUMAN, Zygmunt. Pensando sociológicamente, Op cit., p. 100.

El *yo virtual* es ante todo una imagen prefabricada donde los usuarios tratan de encubrir lo que se encuentra fuera de lugar, construyendo una representación teatral de sí mismos y mostrándola ante los demás. “Se trata de una representación, una reproducción del sueño burgués que busca alcanzar cierto estado de nobleza. En el mundo *online* el usuario ya no necesita un capital económico para lograrlo, sino un capital de actividad y apariencia”¹⁷⁷.

El *yo virtual* en *Facebook* se materializa a través de las fotos que suben los usuarios, este es uno de los principales usos que realizan los estudiantes en *Facebook* (66%). Según la información cualitativa, los estudiantes buscan que las fotos exalten cualidades y que al tiempo estén de acuerdo con una imagen única y singular de sí mismos, que les permita diferenciarse de los demás. Es por tanto que subir fotos les permite a los usuarios construir una representación virtual propia, con la cual pueden darse a conocer ante los demás.

Otro de los usos que los estudiantes le dan a *Facebook* es observar otros perfiles, con el 52%. Según el estudio se logró determinar que los estudiantes navegan entre la multiplicidad de perfiles, en ese recorrido, eligen qué perfiles observar; la mayoría de los estudiantes indagados afirmaron observar otros perfiles por curiosidad o buscando información específica.

Observar otros perfiles hace parte de un viaje virtual, donde las personas se relacionan con el paisaje de información ofrecido por los otros usuarios. Aquí prima la instantaneidad y el rápido acceso de las rutas, es un lugar de paso cargado de catarsis, en el que es necesario buscar vínculos comunes que despierten el interés por la información que se está observando.

En la investigación se encontró que el objetivo en *Facebook* es ver y sobre todo ser visto, en esta sociedad donde todo es visual, juegan los estándares de belleza. “En la sociedad del espectáculo, ocurre un deslizamiento general del tener *en parecer*. Es justamente de ese parecer, de esa apariencia y de esa visibilidad, de donde todo real *tener* debe extraer su prestigio de su función última. Sí no se muestra, sí no aparece a la vista de todos y los otros no lo ven, entonces de poco sirve tener lo que sea”¹⁷⁸.

¹⁷⁷ Fabián Sanabria, Op cit., p. 137.

¹⁷⁸ SIBILIA, Paula. Op, Cit., P. 99.

Desde la información cualitativa es posible afirmar que *Facebook* es una plataforma usada para exhibirse y buscar la atención de los otros virtuales. *Facebook* se mantiene como un espacio en el que se desenvuelve “una ilusión del espectáculo, de estar juntos, que no dura mucho, más que la excitación provocada por la representación”¹⁷⁹, a través de la exhibición se busca la vinculación individual con el cuerpo colectivo, y se busca que el *yo virtual* sea reconocido por los otros virtuales.

Es importante resaltar que a partir de las indagaciones se encontró que un narcisismo colectivo se teje alrededor del *yo virtual*, provocando que los estudiantes se pierdan en la imagen virtual. Según Lipovetsky¹⁸⁰ Narciso se encuentra mal programado, puesto que por una parte existe una absorción en sí mismo que le impide afectarle al otro, pero aun desea una relación afectiva y una interacción con los demás.

Por último en la investigación se encontró, que algunos estudiantes usan *Facebook* para crear una identidad oculta, con la cual realizan bromas o navegan entre la información compartida por los otros usuarios, sin dejar evidencia de la propia identidad.

En cuanto al desarrollo del segundo objetivo específico tenemos que: la práctica del *sexting* en *Facebook* se presenta en un 11% de la población encuestada, el *sexting* se refiere a la producción y publicación de fotografías con personas desnudas o semidesnudas con actitudes sexualmente sugestivas hacia el receptor de la imagen.

En la investigación se encontró que algunas personas mediante sus comentarios y publicaciones rechazan, censuran o elogian esta práctica. Se ha observado que en *Facebook* tanto hombres como mujeres realizan *sexting* en porcentajes muy similares. El estudio reveló que la práctica del *sexting* no está relacionada con el sexo del estudiante, no obstante las mujeres han sido más agredidas que los hombres por realizar este tipo de imágenes. Estas agresiones como insultos y etiquetas fácilmente podrían trasladarse al mundo *offline* y son producto de una serie de sanciones sociales causadas por el quebrantamiento o debilitamiento de una norma social, en este caso se transgreden las formas de vestuario que se deben utilizar para aparecer en la escena pública.

¹⁷⁹ BAUMAN, Zygmunt. modernidad líquida, Op cit., P. 211.

¹⁸⁰ LIPOVETSKY, Gilles. La era del Vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo. Barcelona: Editorial anagrama. 1990. P. 78.

En este contexto se han identificado dos categorías: mundo *offline* y mundo *online*, el mundo *offline* es el mundo real, en el cual las personas interactúan cara a cara en un tiempo y un espacio determinado. Mientras que el mundo *online* es una realidad simulada en el sistema tecnológico, un lugar donde las personas se comunican, según Bauman en el mundo *online* se separa el tiempo del espacio.

Dentro del mundo *online* los estudiantes no son simples receptores frente a la pantalla sino que califican las conductas de correctas e incorrectas y a partir de allí toman decisiones, algunos de ellos rechazan esta práctica porque va en contra del pudor, los valores, las normas y las pautas de conducta que han interiorizado en el mundo *offline*, y es por ello que la gran mayoría no agregaría a un contacto solo por tener una foto semidesnuda de perfil, además con sus comentarios y publicaciones rechazan esta práctica. En contraste, hay estudiantes para los cuales la práctica de *sexting* no representa una trasgresión contra las normas sociales.

Según la investigación de La Alianza para la Seguridad en Internet¹⁸¹ (México en el año 2012), se afirma que el principal destinatario de *sexting* es el novio o la novia; en la presente investigación se muestra que el novio o la novia no son los principales destinatarios de *sexting*, solo un 8% del total de estudiantes que practican *sexting*, envía éstas imágenes a su pareja. Por el contrario, los estudiantes comparten *sexting* principalmente a sus amigos, seguido de los conocidos en la red; esta situación se presenta porque la realización de *sexting* tiene como fin conseguir visibilidad en la gran masa virtual, y para este caso, el novio o la novia se convierten en un obstáculo para la publicación de *sexting*, pues las parejas de las personas que realizan *sexting* exigen la no exhibición del cuerpo a los espectadores de la red.

En la investigación se encontró que el *sexting* se realiza para ser visible y popular, no obstante, cabe resaltar que realizar *sexting* es un accionar que en esencia es efímero, debido a que el reconocimiento y la visibilidad que se obtiene por la imagen publicada dura poco tiempo; por ello los estudiantes consideran que es necesario cambiar constantemente las fotos que se comparten en *Facebook* por unas nuevas fotos que capturen la atención de los espectadores.

¹⁸¹ Alianza para la Seguridad en Internet. El efecto internet. Sexting: cuando la diversión se convierte en delito, Op cit.,P. 8.

Los estudiantes que realizan *sexting* lo hacen principalmente para obtener visibilidad en la red y no evalúan su accionar más allá de su propio narcisismo, de su amor inmoderado por la imagen virtual y por el deseo de ser populares en la red.

Las personas que realizan *sexting*, consiguen su fin gracias a los espectadores de la plataforma, son los espectadores quienes legitiman la imagen expuesta, sin embargo esta validación social va más allá de la simple visibilidad de un perfil, es la validación del *yo virtual*. Es decir que la visibilidad no solamente es un fin que alcanzar, es también una prueba de la propia existencia. Se podría concluir también que el anonimato y el resguardo de la intimidad no son valores prioritarios para ellos, dado que valoran más la exhibición de su *yo virtual*.

Las imágenes de *sexting* son utilizadas también para realizar *versus* en *Facebook*, Los *versus* representan rivalidades, determinan quién es más popular y atractivo(a) físicamente. Estos *versus* tienen una gran velocidad de circulación porque viajan por muchos usuarios en poco tiempo.

Los *versus* hacen parte de los vínculos virtuales, en donde existe interacción entre los dos grupos que se forman para apoyar la fotografía *A* ó *B*, esta interacción se presenta mediante la competencia o la cooperación, y al interior de los dos grupos existe una lógica de funcionamiento, en donde existen relaciones de empatía temporales, presentándose un *nosotros efímero* (mientras dure la competencia).

La gran masa virtual opina e imprime su voto para encontrar un ganador del *versus*, sin embargo estos *versus* no nacieron para vivir por mucho tiempo, son reemplazados y descartados por un nuevo *versus* que al igual que los anteriores tendrá una existencia efímera.

En los *versus* no hay nada predeterminado, y menos aún irrevocable; existen un sin número de posibilidades. En esta competencia nadie ha dicho la última palabra, cualquier situación podría ocurrir y no existe un favorito a llevarse el trofeo. En el mundo *online* inundado del espectro de lo efímero el resultado es insospechado y es mejor estar preparado para afrontar las diversas eventualidades.

Los *versus* son la representación más ilustrativa de la metáfora de Bauman, porque “los fluidos no conservan una forma durante mucho tiempo y están constantemente dispuestos a cambiarla; por consiguiente para ello lo que cuenta

es el flujo del tiempo más que el espacio que puedan ocupar”¹⁸². Es por ello que, los *versus* se dejan atrás con bastante facilidad, una competencia que en su momento tuvo la atención de los espectadores de la red, más tarde pasa a ser parte de la destrucción, del olvido; porque tiene que darle cabida a nuevos *versus*, sin dejar que ninguno de ellos se petrifique en el tiempo, y en cada nuevo *versus* existirán resultados insospechados.

Cuando los estudiantes se exponen en la esfera pública de la plataforma virtual, se colocan una *máscara pública*, y siguiendo las ideas de Bauman, entran a una “*comunidad guardarropa*” en donde se visten para la ocasión, o mejor dicho se desvisten, en las “*comunidades guardarropa*” se improvisa durante el tiempo que dure el espectáculo, luego los espectadores recogen sus abrigo de los percheros del guardarropa y se marchan.

Los estudiantes en *Facebook* han construido vínculos sociales, al interactuar con los usuarios de la red, y estas interacciones se han entrelazado en construcciones sociales más amplias, llegando a convertirse en lo que Castells denomina *sociedades informacionales*, para la investigación, una sociedad virtual interconectada a escala global. En *Facebook* los estudiantes están en compañía de otros, en comunicación con otros, en intercambio con otros, en cooperación con otros y en competencia con otros usuarios de la red, en donde la materia prima es la información compartida. Contrario a lo que piensan los fatalistas, la sociedad seguirá existiendo (con diferentes matices) porque mientras los seres humanos sigan estableciendo relaciones entre sí, habrá sociedad.

En esta sociedad en donde los *sólidos* están pasando a un estado *líquido*, en donde aparece el mundo *online* como una continuidad del mundo *offline*, en donde los dos mundos poseen lógicas diferentes, que en ocasiones se entrelazan y entremezclan, pero en otros aspectos se muestran antagónicos y distantes; los estudiantes tratan de dirigir sus acciones. Y cada vez que se encuentran ante una decisión, están ante un dilema; es entonces donde los estudiantes evalúan la acción a ejecutar, a partir de la socialización que han recibido en el espacio físico y en el mundo *online*.

Para ilustrar la anterior afirmación, es interesante recordar que los estudiantes valoran la visibilidad y la popularidad, y que algunos de ellos han tomado la práctica del *sexting* para obtener ese reconocimiento social. Sin embargo esta visibilidad que desean obtener en el mundo *online* choca con las normas, pautas e imaginarios socializados en el mundo *offline*, en donde sus padres y los medios de

¹⁸² Ibid., p. 8.

comunicación han adquirido gran relevancia. A partir de la evaluación de los dos mundos, los estudiantes toman decisiones de cómo actuar y como representarse virtualmente. Algunos valoran más la visibilidad y otros poseen diversos imaginarios de riesgo, peligro y protección, lo cual los ha llevado a clasificar la información que comparten en *Facebook*.

Respecto al último objetivo, en la investigación se encontró que los estudiantes clasifican su información, diferencian su *información general*, su *información de la vida cotidiana* y su *información privada*. El perfil de los estudiantes no está alejado de su realidad *offline*, por el contrario está fuertemente atado a ella, lo que ocurre es que suministran datos reales que se encuentran en la categoría de la *información general e información de la vida cotidiana*, información que hacen accesible a todos los usuarios de la red, porque es un tipo de información que no es íntima ni privada, y puede exponerse en un espacio social virtual (*Facebook*).

De igual forma, los estudiantes han clasificado a los usuarios de la red en dos grupos, el *nosotros* y el *ellos (los otros)*. “el *nosotros* representa al grupo al que se pertenece y se perciben a las otras personas como sujetos iguales y el *ellos* que representa el miedo, la antipatía, y la sospecha”¹⁸³; estas dos categorías: el *nosotros* y el *ellos (los otros)* fueron extraídas de las teorías estudiadas y utilizadas para interpretar los resultados de la investigación.

Desde la investigación cualitativa se logró identificar que en el grupo *ellos* están los perfiles malintencionados, por tanto no publican toda la información de su mundo *offline* en *Facebook*, sino que controlan el tipo de información que suministran en la red, porque comprenden que en el mundo *online* en el que navegan permanentemente, existen riesgos que son externos al *nosotros*.

Los navegantes y exploradores de la plataforma virtual *Facebook*, al igual que los navegantes y exploradores de tiempos pasados, se enfrentan a cientos de miedos, riesgos y peligros; los cuales tienen que ser contrarrestados para continuar con el camino. Por ello tener un perfil en *Facebook* implica encontrarse con percepciones de miedo y peligro, que existen en el afuera extraño, allá en los *otros*, en el afuera todo es inexplorado y cambiante.

Debido a estas percepciones, los estudiantes han identificado una *zona oscura en Facebook*, allí residen muchos de sus miedos y temores, “los miedos nos instan a emprender acciones defensivas. Una vez iniciada, toda acción defensiva aporta

¹⁸³ SANABRIA, Fabián, Op cit., P. 77.

inmediatez y concreción al miedo”¹⁸⁴. Es por ello que, los estudiantes advierten una serie de acciones, que frecuentemente están encaminadas a generar una *contrarespuesta*, bloquear y eliminar al perfil agresor (o al perfil extraño y amenazante). Igualmente buscan respaldo en el *nosotros*, para defenderse de los *ellos* (*otros*) que son quienes producen: comentarios negativos, insultos y usuarios con identidad oculta.

En el espacio *online* se facilita las relaciones sociales, pero también es más fácil salir de ellas, en el momento que se desee, reafirmandose así el carácter líquido y fluido de las interacciones, porque fácilmente se puede terminar con el vínculo virtual, eliminando y bloqueando cualquier perfil. “Entre las artes del vivir moderno líquido y las habilidades necesarias para practicarlas, saber librarse de las cosas prima sobre adquirirlas”¹⁸⁵. Así que, liberarse de un contacto no es tan difícil y más aún cuando este tiene un carácter agresor o amenazante. Los estudiantes saben que los problemas y agresiones en *Facebook*, puede pasar al espacio *offline*, por ello es mejor eliminar el vínculo virtual en *Facebook* y no continuar con el conflicto; sin embargo, cada uno actúa de acuerdo a las normas de socialización recibidas en el espacio social *offline* y la socialización adquirida en el mundo *online*.

A pesar de que los estudiantes hayan identificado eventos negativos en *Facebook*, ellos no dejan de usar la plataforma porque se comunican e interactúan con un grupo al que denominan *nosotros* en donde encuentran protección y respaldo social, y al que comparten mucha *información de su vida cotidiana*, este grupo es más importante y más relevante que los grupos externos considerados los *ellos*, quienes según los estudiantes son los causantes de los problemas en el mundo *online*. Es evidente que en *Facebook*, se ha generado una *zona oscura*, causada generalmente por perfiles disociadores, perfiles con identidades ocultas, perfiles agresores y perfiles amenazantes. Sin embargo *Facebook* no fue diseñado para tener esta *Zona oscura*, “la misión de *Facebook* es hacer que las personas puedan compartir y hacer del mundo un lugar más abierto y conectado”¹⁸⁶. *Facebook*, como tal, es un lugar para compartir y conectarse con el mundo, “en este caso, es el uso que nosotros, usuarios activos de *Facebook*, hagamos de las propuestas lo que les otorga, a ellas y a su impacto en nuestras vidas, un carácter bueno o malo,

¹⁸⁴ BAUMAN, Zygmunt. *Tiempos líquidos vivir en una época de incertidumbre*. España: Tusquets Editores, S.A. 2007. P.18-19.

¹⁸⁵ BAUMAN, Zygmunt. *Vida líquida*. España: Paidós. 2006. P. 10.

¹⁸⁶ FACEBOOK. Disponible en internet: <https://www.facebook.com/enespanol/info> [Este sitio fue consultado el 16 de Abril del 2014].

beneficioso o perjudicial. Todo depende de lo que busquemos; los artilugios técnicos tan solo moldean nuestros anhelos”¹⁸⁷.

Facebook como *artilugio virtual* está al servicio de cualquier persona en el mundo y es usado con múltiples propósitos. Los estudiantes conocen esta situación, ya que ellos no están aislados de los acontecimientos de la sociedad y la mayoría de ellos han recibido información de seguridad sobre *Facebook*, siendo los padres y los medios de comunicación la principal fuente de esta información.

Y es por ello, que los vínculos virtuales que sostienen los estudiantes en *Facebook* no se separan del contexto *offline*, el cual influye sobre la manera como los estudiantes actúan. Las relaciones sociales con sus padres y la información difundida por los medios de comunicación, condicionan el actuar de ellos en la plataforma virtual y de esas interacciones han surgido sus principales nociones e imaginarios de riesgo, peligro y protección en el mundo *online*.

“El imaginario es un proceso dinámico que otorga sentido a la simple representación mental y que guía la acción”¹⁸⁸, por tanto, la configuración de los imaginarios de riesgo, peligro y protección determinan en líneas generales la acción que ejecutarán los estudiantes en *Facebook* (espacio configurado simbólicamente). Es importante señalar que los imaginarios han sido construidos de manera subjetiva y subyacente, dentro y fuera del mundo *online*, los imaginarios implican la conjugación individual con los registros de la memoria construidos colectivamente, y traídos del mundo *offline* al mundo *online* donde han adquirido una connotación específica. Son percepciones *offline* insertas en la memoria colectiva, capaces de confluir en las percepciones y guiar las acciones de los estudiantes en *Facebook*, es por esta razón, que los estudiantes han tomado precauciones a la hora de compartir información en el mundo *online* y eliminan los vínculos virtuales que se tornan peligrosos para su integridad, porque existen unos imaginarios latentes de riesgo, peligro y protección.

Aunque, es evidente que la revolución tecnológica ha diferenciado a la población en nativos digitales e inmigrantes digitales, al tiempo que ha abierto una brecha digital. Los padres son la principal fuente desde donde los estudiantes han construido sus principales nociones de riesgo, peligro y protección, que influyen de

¹⁸⁷ BAUMAN, Zygmunt. Esto no es un diario. Op. Cit., P. 25.

¹⁸⁸ HIERNAUX, Daniel. Los imaginarios urbanos: de la teoría y los aterrizajes en los estudios urbanos. P. 9. Disponible en internet: http://www.eure.cl/wpcontent/uploads/2007/08/EURE_99_01_HIERNAUX.pdf. [Este sitio fue consultado el 27 de Marzo del 2014].

manera significativa a la hora de la conexión en *Facebook*; es así, como los padres continúan cumpliendo con su rol de agentes educadores de las generaciones menores, al enseñar, proteger y controlar a sus hijos en el uso de *Facebook*; y es por esta situación que los estudiantes han clasificado la información que publican y no publican en *Facebook*.

Es preciso resaltar que son los estudiantes quienes deciden cómo manejar su *yo virtual* en *Facebook*, de acuerdo con la socialización proveniente del espacio *offline* y *online*. Las acciones de todas éstas biografías individuales que navegan en *Facebook*, son acciones que se entrelazan en la red virtual y forman elaboraciones más amplias, conformando una sociedad virtual, donde la estructura social se observa en lo individual de cada actor.

Con esta investigación se ha iniciado un análisis de las cuestiones sociológicas en el mundo *online*, además se abre las puertas a un gran número de posibilidades para futuras investigaciones, este estudio se adhiere a las diferentes investigaciones de otras universidades e institutos de investigación del mundo entero, que se han interesado por la cuestión social en el mundo *online*.

Esta indagación es un aporte al nuevo paradigma sociológico que está surgiendo en el mundo *online*, donde existen diversas posibilidades de indagación. No obstante, se reconoce que se está en un tiempo líquido que se deforma fugazmente, y esta investigación es un análisis de un espacio de tiempo, que quizá cambiara dentro de *poco*, sin embargo se ofrece este análisis para poder comprender la dinámica del mundo *online*.

BIBLIOGRAFÍA

AGUILAR Rodríguez, Daniel y otros. Identidad y subjetividad en las redes sociales virtuales: caso de *Facebook*. Revista del instituto de estudios en educación Universidad del Norte. Colombia. N° 12 enero-julio, 2010. P. 192- 193.

BAUMAN, Zygmunt. Amor líquido acerca de la fragilidad de los vínculos humanos. México DF: Fondo de Cultura Económica, 2005. 104p.

BAUMAN, Zygmunt. Esto no es un diario. España: Paidós. 2012. 283p.

BAUMAN, Zygmunt. Modernidad Líquida. Argentina: Fondo de Cultura Económica. 2008. 232p.

BAUMAN, Zygmunt. Pensando sociológicamente. Buenos Aires: Nueva visión, 1994. 232p.

BAUMAN, Zygmunt. Tiempos líquidos vivir en una época de incertidumbre. España: Tusquets Editores, S.A. 2007. 176P.

BAUMAN, Zygmunt. Vida líquida. España: Paidós. 2006. 203p.

CAGUAZANGO, Eliza, CHAVES, Omary. Riesgos y amenazas en el ciberespacio. Estudio inédito. Observatorio del Delito de la Policía Nacional, Seccional Nariño. San Juan de Pasto 2012.

CASTELLS, Manuel. La era de la información: economía, sociedad y cultura. Vol. 1 La sociedad red. México: siglo XXI editores, s.a. de.cv. 2004. 590p.

CÓRDOBA, Lizzeth. Los usos que dan los estudiantes usuarios de noveno y décimo grado del liceo de la universidad de Nariño a la red social *Facebook* de internet del año lectivo 2009-2010, Pasto, 2012. Trabajo de grado (sociólogo).

Universidad De Nariño. Facultad De Ciencias Humanas. Departamento De Sociología. P.101.

HERNÁNDEZ Sampieri, R., FERNÁNDEZ Collado, C., & Baptista Lucio. México DF: editorial McGraw-Hill. Fundamentos de metodología de la investigación. 2007. 886p.

LIPOVETSKY, Gilles. La era del Vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo. Barcelona: Editorial anagrama. 1990. 220p.

MAFFESOLI, Michel. Cibercultura y masturbación, una comunión posmoderna de los santos. Traducción de Sergio Bolaños Cuellar. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, Sede Bogotá Facultad de ciencias humanas. 2009. 24p.

MAIGRET, Éric. Sociología de la comunicación y de los medios. Bogotá: Fondo de Cultura Económica. 2005. 493p

MORDUCHOWIZC, Roxana. Los adolescentes y las redes sociales, la construcción de la identidad juvenil en internet. Buenos aires: Fondo de cultura económica. 2012. P. 109.

MARX, Carlos, ENGLÉS, Federico. Manifiesto del partido comunista. Pekin: ediciones en lenguas extranjeras.1969. 86p

MARX, Karl. Manuscritos económico-filosóficos. México: Grijalbo. 1968. 160p.
SANABRIA, Fabián. Vínculos virtuales. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. 2011. 264p.

SIBILIA, Paula. La intimidad como espectáculo. Buenos aires: Fondo de cultura económica. 2008. P. 321.

SILLS, David. Enciclopedia internacional de las ciencias sociales. Madrid: Aguilar, 1974, 759 P.

WEBER, Max. Economía y sociedad. México: Fondo de Cultura Económica. 2005. 1.245P.

WEBER, Max. La ética protestante y el espíritu del capitalismo. España: ediciones península.1993. 262p.

WEBGRAFÍA

A. Almansa y O. Fonseca. Redes sociales y Facebook. Bogotá 2013. Disponible en internet: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:9sBengtLkNcJ:www.revistacomunicar.com/verpdf.php%3Fnumero%3D40%26articulo%3D40-2013-15+&cd=9&hl=es&ct=clnk&gl=co> [Este sitio fue consultado el 27 de marzo del 2013].

Cabello Cádiz, Patricio. Análisis Multidimensional para el Estudio de los Riesgos en el Uso de Tics por parte de Preadolescentes y Adolescentes. Disponible en internet: www.ucm.es/info/mmccss/material/.../CabelloCadiz2011-RiesgosTICs.pdf. [Este sitio fue consultado el 10 de Febrero de 2012].

CASTELLS, Manuel. Internet y la sociedad red. Disponible en internet: http://www.cabuenes.org/03/documentos/cursos/globalizacion/bloque2/glob_blq2_08.pdf 8 [Este sitio fue consultado el 20 de agosto de 2014]

DANE. Indicadores básicos de tecnologías de información y comunicación - TIC para Colombia. Año 2011. Disponible en https://docs.google.com/viewer?url=http%3A%2F%2Fwww.dane.gov.co%2Ffiles%2Finvestigaciones%2Fboletines%2Ftic%2Fbol_tic_2011.pdf . [Este sitio fue consultado el 14 de junio de 2013]

FACEBOOK. Disponible en internet: <https://www.facebook.com/enespanol/info> [Este sitio fue consultado el 16 de Abril del 2014].

HIERNAUX, Daniel. Los imaginarios urbanos: de la teoría y los aterrizajes en los estudios urbanos. Disponible en internet: http://www.eure.cl/wpcontent/uploads/2007/08/EURE_99_01_HIERNAUX.pdf. [Este sitio fue consultado el 27 de Marzo del 2014].

MARX y F. Engels, la ideología alemana. Disponible en internet: http://www.socialismo-chileno.org/biblioteca/La_IA_marx.pdf [Este sitio fue consultado el 19 de agosto de 2014].

MARX, Karl. Contribución a la crítica de la economía política. P.33. Disponible en internet:
<http://www.moviments.net/espaimarx/docs/8d9a0adb7c204239c9635426f35c9522.pdf>. [Este sitio fue consultado el 18 de agosto de 2014].

Ministerio de las tecnologías de la información y las comunicaciones. Boletín trimestral de las tics cifras cuarto trimestre 2012. República de Colombia Bogotá D.C. marzo 2013. Elaborado Marzo 2013. Disponible en internet:<http://www.slideshare.net/alfreakm/boletn-trimestral-de-las-tic-cifras-cuarto-trimestre-de-2012>. [Este sitio fue consultado el 14 de abril del 2013].

Ministerio TIC. El Ministerio TIC e Ipsos Napoleón Franco presentaron el estudio de Consumo Digital, donde se revela cómo, dónde, cuándo y cada cuánto los colombianos usan internet. Disponible en internet: <http://www.mintic.gov.co/index.php/mn-news/1903-8-de-cada-10-colombianos-usan-internet>. [Este sitio fue consultado el 14 de junio del 2013]. [Este sitio fue consultado el 14 de junio del 2013].

MCKINSEY Nielsen. State of Social Media Survey 2011. Disponible en internet: <http://www.fayerwayer.com/2011/12/cuales-son-las-razones-para-agregar-y-eliminar-amigos-de-facebook/>.2011. [Este sitio fue consultado el 23 de marzo del 2014]

SEO COLOMBIA. Estadísticas de *Facebook* en Colombia. Disponible en internet: <http://www.seocolombia.com/blog/estadisticas-facebook-colombia-2012/>. [Este sitio fue consultado el 14 de junio del 2013].

The National Campaign to Prevent Teen and Unplanned Pregnancy: Sex and Tech, Results from a Survey of Teens and Young Adults Disponible en internet: <http://www.thenationalcampaign.org/sextech/>, citado por AGUSTINA, José. ¿Menores infractores o víctimas de pornografía infantil? Disponible en internet: <http://criminet.ugr.es/recpc/12/recpc12-11.pdf>. [Este sitio fue consultado el 22 de octubre del 2012].

ANEXOS

Anexo A.Operacionalización de conceptos.

OPERACIONALIZACIÓN			
CONCEPTO	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS
INFORMACIÓN GENERAL: Hace referencia a aspectos socio demográficos	Información socio demográfica.	Sexo	1. Sexo: Hombre. Mujer
		Edad	2. Años cumplidos_____
		Estrato.	3. El estrato de su vivienda es: 1,2,3,4,5
		Nivel educativo.	4. Grado escolar_____
USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK: se refiere a las actividades realizadas en la conexión a la red social, por los usuarios de <i>Facebook</i> .	Conexión a la red social	Horas de conexión a la red social	5. ¿Cuántas horas al día navega en <i>Facebook</i> ? Menos de 1 hora, de 1 a 2 horas, de 3 a 4 horas, de 5 a 6 horas, de 7 a 8 horas, más de 9 horas, nada.
		Número de contactos en la red social	6. ¿Cuántos contactos tiene usted en <i>Facebook</i> ? Menos de 500 contactos, de 501 a más contactos, ninguno.
	Contactos en la red social	Tipo de contactos	7. Sus contactos en <i>Facebook</i> son: amigos, conocidos en la red, familiares, compañeros de estudio, ninguno.
		Lugar de conexión	8. Para navegar en <i>Facebook</i> usted utiliza principalmente la conexión a internet de: su casa, plantel educativo, conexión a internet en casa de sus compañeros y/o amigos, establecimientos comerciales (por pago), dispositivos celulares, ninguno.
	Actividades en la red social	Actividades en la red social	9. ¿Cuáles de las siguientes actividades realiza en <i>Facebook</i> ? Subir videos, subir fotos, chatear, jugar, realizar comentarios y publicaciones, observar otros perfiles, ninguno, otro, cual.

PRESENCIA DE <i>SEXTING</i> : hace referencia a la percepción y producción de imágenes de carácter sexual, en la red social <i>Facebook</i> .	Percepción de imágenes de carácter sexual	Percepción de fotos de carácter sexual	10. ¿Conoce <i>COMPAÑERAS</i> o <i>AMIGAS</i> que han subido fotos de sí mismas semidesnudas en <i>Facebook</i> ? Si, No.
			11. ¿Conoce <i>COMPAÑEROS</i> o <i>AMIGOS</i> que han subido fotos de sí mismos semidesnudos en <i>Facebook</i> ? Si, No.
			12. ¿Considera que una foto de una <i>MUJER</i> semidesnuda, es suficiente para agregarla a <i>Facebook</i> ? Si, No.
			13. ¿Considera que una foto de un <i>HOMBRE</i> semidesnudo, es suficiente para agregarlo a <i>Facebook</i> ? Si, No.
			14. ¿Cuál cree que es el motivo que tiene una <i>MUJER</i> para tomarse y publicar fotos semidesnuda en <i>Facebook</i> ?: popularidad, petición del novio, influencia de amigos, compartir experiencias, otro cual.
	15. ¿Cuál cree que es el motivo que tiene <i>UN HOMBRE</i> para tomarse y publicar fotos semidesnudo en <i>Facebook</i> ?: popularidad, petición de la novia, influencia de amigos, compartir experiencias, otro cual.		
	Producción y publicación de imágenes de carácter sexual.	Producción y publicación de fotos de carácter sexual a nivel personal.	16. ¿Alguna vez se ha tomado fotos desnudo (a) o semidesnudo (a), y las ha compartido en <i>Facebook</i> ? Si, No.
17. ¿A quiénes ha enviado fotos de sí mismo(a) desnudo(a) o semidesnudo(a)?: novio(a), Amigos(as), conocidos, desconocidos.			

<p>PRACTICAS DE PROTECCIÓN DE LA INFORMACIÓN</p> <p>Todas las acciones que se realizan para proteger la información.</p>	<p>Protección de la información compartida en <i>Facebook</i>.</p>	<p>Acompañamiento en el uso de <i>Facebook</i>.</p>	<p>18. Cuando utiliza <i>Facebook</i> sus padres o tutores: miran su <i>Facebook</i>, lo ayudan, están en la misma habitación, comprueban donde navegan, le recomiendan sitios donde navegar, no hacen nada.</p>
			<p>19. ¿Con qué frecuencia sus padres utilizan la red social <i>Facebook</i>?: siempre, rara vez, nunca.</p>
	<p>Información de seguridad</p>	<p>20. Usted ha recibido información de seguridad sobre el uso y manejo de la red social <i>Facebook</i>: Si, No.</p>	
		<p>21. Usted recibió información de seguridad sobre <i>Facebook</i> por parte de: sus padres y familiares, institución educativa, instituciones judiciales, medios de comunicación, otro cual.</p>	
<p>Manejo de la información.</p>	<p>Manejo de privacidad</p>	<p>22. ¿Cuál es el manejo de privacidad en <i>Facebook</i> de los siguientes datos? su nombre verdadero, su correo electrónico, su teléfono celular, su teléfono fijo, su dirección de casa, datos reales de la familia, su edad correcta, su lugar de estudio, sus fotos, sus videos, sus publicaciones y comentarios.</p>	

Anexo B. Encuesta

UNIVERSIDAD DE NARIÑO	REDES SOCIALES Y <i>SEXTING</i>	Encuesta No: <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/>
		Los datos solicitados en esta encuesta son estrictamente confidenciales y tienen una utilidad académica y científica
Objetivo: analizar el uso de la red social <i>Facebook</i> en estudiantes de secundaria de la I.E.M INEM Luis Delfín Insuasty Rodríguez de la ciudad de San Juan Pasto – Nariño en el año 2013		
En el siguiente cuestionario le presentamos una serie de preguntas para cumplir con el objetivo de la investigación, por favor marque con X la respuesta de su preferencia.		
I. INFORMACIÓN GENERAL		
1. Sexo:	a. Hombre <input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	1
	b. Mujer <input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	2
2. Años cumplidos:		<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>
3. ¿En qué estrato se encuentra su vivienda?		
a. Estrato 1	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	1
b. Estrato 2	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	2
c. Estrato 3	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	3
d. Estrato 4	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	4
e. Estrato 5	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	5
4. Año que cursa:		
a. Sexto	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	1
b. Séptimo	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	2
c. Octavo	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	3
d. Noveno	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	4
e. Décimo	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	5
f. Once	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	6
II. INFORMACIÓN DE CONTENIDO		
5. ¿Cuántas horas al día navega en <i>Facebook</i> ?		
a. Menos de 1 hora	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	1
b. De 1 a 2 horas	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	2
c. De 3 a 4 horas	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	3
d. De 5 a 6 horas	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	4
e. De 7 a 8 horas	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	5
f. Más de 9 horas	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	6
g. Nada	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	7
6. ¿Cuántos contactos tiene usted en Facebook?		
a. Menos 500	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	1
b. De 501 a 1.000	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	2
c. De 1.001 a 1.500	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	3
d. De 1.501 a 2.000	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	4
e. De 2.001 a 2.500	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	5
f. De 2.501 a 3.000	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	6
g. De 3.001 a 3.500	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	7
h. De 3.501 a 4.000	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	8
i. Mas de 4.000	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	9
j. Ninguno	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	10
7. Sus contactos en Facebook son:		
a. Amigos	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	1
b. Familiares	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	2
c. Compañeros de estudio	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	3
d. Conocidos en la red	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	4
e. Amigos de sus amigos	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	5
f. Ninguno	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	6
8. Para navegar en <i>Facebook</i> usted utiliza principalmente la conexión a Internet de:		
a. Su casa	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	1
b. Conexión a Internet en casa de sus compañeros y/o amigos	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	2
c. Dispositivos celulares	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	3
d. Establecimientos comerciales (por	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	4
e. Plantel educativo	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	5
f. Ninguno	<input style="width: 20px; height: 20px;" type="text"/>	6

9. ¿Cuáles de las siguientes actividades realiza en *Facebook* ?

- a. Subir videos 1 c. *Chatear* 3 g. Realizar comentarios y publicaciones 7
 b. Subir fotos 2 f. Jugar 6 h. Observar otros perfiles 8
 i. Ninguno 9

(Múltiple respuesta, puede marcar una o varias opciones)

10. ¿Cuál es el manejo de privacidad en *Facebook* de los siguientes datos?

	Publico	Amigos	No ha publicado está información
a. Su nombre verdadero			
b. Su correo electrónico			
c. Su teléfono celular			
d. Su dirección de casa			
e. Datos reales de la familia			
f. Su edad correcta			
g. Su lugar de estudio			
h. Sus fotos			
i. Sus videos			
j. Sus publicaciones y comentario			

11. ¿Conoce COMPAÑERAS o AMIGAS que han subido fotos de sí mismas semidesnudas en

- a. Si 1 b. No 2

12. ¿Conoce COMPAÑEROS o AMIGOS que han subido fotos de sí mismos semidesnudos en

- a. Si 1 b. No 2

13. ¿Considera que una foto de una MUJER semidesnuda, es suficiente para agregarla a *Facebook*?

- a. Si 1 b. No 2

14. ¿Considera que una foto de un HOMBRE semidesnudo, es suficiente para agregarlo a *Facebook*?

- a. Si 1 b. No 2

15. ¿Alguna vez se ha tomado fotos desnudo(a) o semidesnudo(a), y las ha compartido en *Facebook* ?

- a. Si 1 b. No 2

Sí la respuesta es sí continuar con la pregunta 19, de lo contrario pasar a la 20

16. ¿A quiénes ha enviado fotos de si mismo(a) desnudo(a) o semidesnudo(a)?

- a. Novio(a) 1 b. Amigos(as) 2 c. Conocidos 3 d. Desconocidos 4

17. ¿Cuál motivo principal para tomarse y publicar fotos semidesnudo en *Facebook*?

- a. Popularidad 1 c. Influencia de amigos 3 e. Otro 5
 b. Petición de la novia 2 d. Compartir experiencias 4 ¿Cuál? _____

18. Cuando utiliza *Facebook* sus padres o tutores:

a. Miran su *Facebook* c. Están en la misma habitación e. Le recomiendan sitios donde navegar
b. Lo ayudan en el manejo d. Comprueban donde navega f. No hacen nada.

19. ¿Con qué frecuencia sus padres utilizan la red social *Facebook*?

a. Siempre c. Rara vez e. Nunca.

20. ¿Usted ha recibido información de seguridad sobre el uso y manejo de la red social *Facebook*?

a. Sí b. No

Sí la respuesta es si continuar con la pregunta 29, de lo contrario pasar a la 30

21. Usted recibió información de seguridad sobre *Facebook* por parte de:

a. Sus padres y familiares c. Instituciones judiciales e. Otro
b. Institución educativa d. Medios de comunicación ¿Cuál? _____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

Anexo C. Formato de preguntas para los grupos de discusión y las entrevistas.

Uso de *Facebook*

- ¿Qué significa *Facebook*?
- Es importante para ti tener *Facebook* ¿Por qué?
- ¿Con que personas se comunican más en *Facebook*?
- Cuáles son los criterio para seleccionar a los contactos de *Facebook*
- ¿Qué actividades realizan en *Facebook*?
- ¿Qué es lo que más comentan y publican en *Facebook*?
- Observa otros perfiles, ¿qué te llama la atención de esos perfiles?
- En que horario se conecta a *Facebook*, ¿Por qué?
- ¿Para ustedes es importante ser visibles en *Facebook*?
- Estás cambiando constantemente tu perfil y tus fotos ¿por qué lo haces?
- ¿Cómo se siente cuando las fotos que sube son comentadas y tienen muchos me gusta?

Opinión de *Sexting*

- ¿Conocen a personas que suben fotos con poca ropa o semidesnudos a *Facebook*?
- ¿Qué piensan de las personas que se toman fotos semidesnudas o con poca ropa?
- ¿Quiénes escriben comentarios positivos y comentarios negativos acerca de la foto, hombres o mujeres?
- ¿Quiénes son más discriminados en *Facebook* por subir fotos con poca ropa, hombres o mujeres?
- ¿Quiénes son más populares o visibles por subir fotos con poca ropa y provocativas, los hombres o las mujeres?
- ¿Por qué creen que las personas publican fotos en donde aparecen con poca ropa o semidesnudos semidesnudas?

Preguntas para personas que realizan *sexting*

- ¿La apariencia física es importante para usted? ¿Por qué?
- ¿Nos puede describir una foto que haya subido a *Facebook* y que ha haya tenido varios me gusta y varios cometarios positivos?
- ¿Ha subido a *Facebook*, fotos donde usted aparece con poca ropa o semidesnudo? ¿porque?
- ¿Si se ha tomado fotos semidesnudas o insinuantes, nos podría describir como eran estas fotos, que ropa usaba, como era las poses que usaba, en qué lugar se las tomo, con quien se las tomo?

- ¿Cómo es su actitud frente a la cámara cuando se toma fotos con poca ropa?
- ¿A quién ha compartido las fotografías? y ¿Por qué?
- ¿Tiene novio o novia?, ¿qué cree que piensa él o ella de sus fotos?, ¿le ha dado un comentario negativo o positivo sobre ellas?
- ¿Su novio también se toma fotos insinuantes y con poca ropa?
- ¿Conoce compañeros que también se han tomado las fotos con poca ropa o semidesnudos?
- Conoce grupos en *Facebook* donde compiten por ser el más sexy o lindo ¿Cuáles?,
- ¿Sus fotos semidesnudas ha sido colgadas en grupos de *Facebook*?

Protección de la información compartida en Facebook

- ¿Para usted *Facebook* es confiable?
- ¿Por qué elimina a una persona de *Facebook*? ¿por qué bloqueas a una persona?
- ¿Sus padres o familiares le han dado información de seguridad de *Facebook*?
- ¿Sus padres saben manejar *Facebook*?
- ¿Sus padres hablan con ustedes sobre *Facebook*?
- ¿Cuando tienes una duda sobre *Facebook* a quien recurre?
- ¿Por qué las personas tienen problemas en *Facebook*?
- ¿Ustedes han eliminado a contactos en *Facebook*? ¿Por qué?