

# Espejo Virtual: La influencia de las redes sociales en adolescentes para la construcción de la identidad

**Cinthia Elizabeth Basualdo - 2022**

**Universidad Nacional de La Plata**

**Facultad de Artes**

**Licenciatura en Diseño Multimedia**

**Taller de Diseño Multimedial V**

**Profesor Titular:**

Federico Joselevich Puiggrós

**Ayudantes:**

Nicolás Mata Lastra

Elizabeth Toledo

Julia Saenz

## **Agradecimientos**

A mi mamá y a mi papá por confiar en mí.

A toda mi familia que me acompañó en todos estos años de cursada, me sostuvo y brindó su apoyo siempre que los necesite.

A la UNLP y Facultad de Artes por la educación que me brindó, y a todos los profesores que me enseñaron y me guiaron en el proceso de aprendizaje.

A mis compañeros y amigos que he hecho a lo largo de toda la carrera.

A los profesores de la cátedra de Taller multimedial V por la ayuda, acompañamiento y dedicación a lo largo de todo el año.

## ÍNDICE

<b>Resumen</b> .....	4
<b>Palabras Claves</b> .....	4
<b>1. Marco teórico</b> .....	5
<b>2. Identidad de los sujetos</b>	
a. Introducción.....	6
b. Identidad Personal y Social.....	6
c. Etapas de desarrollo y su vinculación con la identidad.....	7
d. Nuevos contextos, nuevas identidades.....	8
<b>3. El sujeto en las redes sociales</b>	
a. Las redes sociales.....	10
b. Instagram: “Mi espejo virtual”.....	11
c. La mirada del otro .....	13
<b>4. Conclusión:</b> La influencia de las redes sociales en la construcción de la identidad personal y social.....	14
<b>5. Bibliografía</b> .....	16

## **Resumen**

La siguiente investigación analiza cómo la identidad de las personas se ve afectada y condicionada a partir del uso de la red social “Instagram”, que funciona de mediadora para la construcción de la autorrepresentación a partir de la creación de un avatar.

## **Palabras Claves**

Identidad personal, Identidad social, Adolescencia, Redes Sociales, Avatar, Representación personal, Medios de comunicación.

## 1. Marco teórico

Para el desarrollo de la investigación se pretende incluir algunos conceptos y definiciones de identidad que postulan diferentes autores de la rama de la psicología. Si bien la palabra Identidad abarca diferentes significados, la mayoría coincide en que no es un atributo fijo de las personas, sino más bien un proceso relacional y continuo.

Para Erving Goffman (1991), los actos del individuo estarán siempre “socialmente situados”. Este autor utiliza el concepto de interaccionismo simbólico, el cual hace referencia a que “la identidad social nace de la interacción con el otro” (p.174).

Según Erik Erikson (1950), la identidad de las personas se comienza a construir y consolidar cuando se encuentran transitando los periodos de desarrollo de la adolescencia y hasta la etapa adulta temprana, sin embargo también plantea que es algo que se construye a lo largo de toda la vida.

Alice Bajardi señala que “podemos ser caracterizadas por diferentes identidades según el contexto social y que existen relaciones entre estas identidades” (Bajardi, 2015, p.4)

Por otro lado, si nos enfocamos en analizar el contexto, podemos observar cómo las “tecnologías ubicuas”, término que introduce Mark Weiser, invaden la cotidianeidad de las personas, por ejemplo a partir del uso de los dispositivos móviles las personas pueden consultar datos, comunicarse, obtener información de cualquier lugar y en cualquier momento. Esto genera cambios en los sujetos, y en sus modos de relacionarse con otros, conceptos que sin lugar a duda están relacionados con nuestro desarrollo de la identidad personal y social.

Desde otra perspectiva, Neil Postman y Marshall McLuhan, introducen el concepto “Ecología de los medios”. Por un lado, Postman plantea que “La llegada de un nuevo medio no se limita a agregar algo: cambia todo”, mientras que Según McLuhan “los humanos modelamos los instrumentos de comunicación, pero, al mismo tiempo, ellos nos remodelan sin que seamos conscientes de ello (como se citó en Scolari, 2015).

Giovanni Jervis (1998) plantea también que la identidad es “reconocerse y ser reconocidos” (como se citó en Bajardi, 2015). Por lo tanto, aquello qué decidimos mostrar u ocultar habla de nuestra identidad.

Este trabajo intenta analizar la red social Instagram desde estos conceptos, es decir no solo como una red social que ofrece al usuario la posibilidad de armar un perfil, una imagen o narración de sí mismo, creando así una identidad virtual (avatar), sino también como un medio de comunicación, de expresión e interacción con otros sujetos. Observaremos cómo

se mide en la red social la aprobación o desaprobación de las publicaciones, y cómo influyen en la construcción de su identidad personal y social.

## **2. Identidad de los sujetos**

### **a. Introducción**

Las personas pueden ser definidas de diferentes maneras, sin embargo, es común utilizar el término Identidad para referirnos a una persona y diferenciarla de otra. En el sentido amplio del término, la palabra “identidad” hace referencia al conjunto de características o rasgos que tiene un sujeto y que lo diferencia o distingue de otros. Sin embargo si estudiamos profundamente dicho concepto, nos daríamos cuenta que implica una mayor complejidad dado que alude al ser humano, y no puede quedar en una mera definición reduccionista.

Diferentes disciplinas como la filosofía, antropología han investigado acerca de que es la identidad, siendo la psicología la que más aportes ha brindado.

Desde esta disciplina, muchos autores coinciden que la identidad no es un atributo fijo de las personas, sino algo que se construye a lo largo de la vida, en donde entran en juego diferentes factores como ser el entorno, otros sujetos con quienes se relacionan, el contexto, los medios de comunicación, y la relación del sujeto consigo mismo.

### **b. Identidad personal y social**

Las personas tenemos diferentes maneras de relacionarnos con los demás, con nuestro entorno, incluso con nosotros mismos.

Los rasgos característicos que lo definen como único, los modos de verse y la conciencia de sí mismo, la manera de pensar y actuar hacen que cada persona pueda diferenciarse del resto, es lo que llamamos identidad personal. Para Álvarez Munárriz “podríamos describirla como la conciencia y la asunción de modos de ser, de pensar y de actuar que da sentido y objetivo a la vida de un individuo”(como se citó en Bajardi, 2015). Esta autora hace una diferenciación entre identidad personal e identidad social, en la cual refiere que la sensación

de similitud de un individuo con los demás es la identidad social. En cambio, la identidad personal hace referencia a un sentimiento de diferencia con respecto a los demás.

La identidad de las personas existe en función de su relación con los otros, con el modo en que se identifica o diferencia con ciertos grupos.

Henri Tajfel referente de la “teoría de la identidad social” (TIS) plantea que parte del autoconcepto que tiene un individuo de sí mismo estaría conformado por su identidad social. “El conocimiento que posee un individuo de que pertenece a determinados grupos sociales junto a la significación emocional y de valor que tiene para él/ella dicha pertenencia” (Scandroglio, et.al., 2008, p 81).

La TIS postula que los individuos se sienten identificados con ciertos grupos, y que a su vez esta pertenencia los define a sí mismos. Es aquí donde podemos observar que según el grupo con el cual una persona se siente identificada, al cual pertenezca y mediante el cual establezca relaciones con otros individuos que se verá modificada tanto la identidad personal como social, y condiciona el modo de actuar según el grupo en el cual se encuentre.

El sujeto que se identifica con un grupo (endogrupo), lo dotará de cualidades positivas, mientras que a los que pertenecen a los demás grupos (exogrupos), los identificará con cualidades negativas, lo diferente, lo adversario.

### **c. Etapas de desarrollo y su vinculación con la identidad**

Para Erik Erikson (1950), la identidad no es algo que se tiene sino que es algo que se irá desarrollando a lo largo de la vida. El autor, distingue ocho etapas del desarrollo humano, en las cuales cada persona deberá resolver crisis o conflictos. A continuación desarrollaremos estas etapas:

Es en la etapa de la adolescencia, comprendida entre los 12 y los 20 años, donde los individuos comienzan una constante búsqueda de una identidad propia, la cual entra en crisis. Adquirir una identidad para dicho autor consiste en haber superado esa crisis y haber elegido una ocupación, adoptar los valores que los representan, por ejemplo, en que creen y cómo vivir, y el desarrollo de una identidad sexual.

En la adolescencia los jóvenes atraviesan diferentes cambios tanto físicos como emocionales, donde es muy importante la mirada ajena sobre ellos mismos, la cual incide en su autoconcepto de sí mismo. Dicha valoración fortalece o debilita la autoestima. En este periodo de cambios, los adolescentes buscan referentes e “ídolos” a seguir fuera de su

primer grupo de pertenencia, su núcleo familiar. Entra en juego y adquiere mayor importancia la mirada ajena, el adolescente buscará la identificación con ciertos grupos a los cuales quiere pertenecer. Para ello modificará hábitos y conductas cotidianas, por ejemplo: realizará cambios en su manera de vestir, hablar, con el fin de incluirse y pertenecer en ese grupo. En función de las necesidades que las personas van adquiriendo, van reconstruyendo, su nuevo autoconcepto, su nueva identidad.

Es en la etapa adulta temprana, que tiene lugar entre los 20 y 40 años donde se afirma la identidad para Erikson, para quien es de gran importancia la relación de las personas con otros (sentimentalmente), el pertenecer y ser partícipe de la sociedad sin quedar aislado, el concluir una carrera, tener una ocupación, tener hijos. Es en esta etapa donde la identidad suele estar más consolidada, y las personas suelen saber “quiénes son”.

#### **d. Nuevos contextos, nuevas identidades.**

Para Goffman los actos del individuo están “socialmente situados” (Goffman, 1991, p. 174), por lo cual debemos atender cuáles son los contextos actuales que atraviesan las experiencias cotidianas de las personas y cómo estos impactan en la formación de su identidad.

En la actualidad, el desarrollo de las nuevas tecnologías ha invadido nuestras experiencias cotidianas. Mark Weiser (1991), fue el primero en utilizar el término de “tecnologías ubicuas”. Estos dispositivos tienen como característica principal que les permiten a los usuarios interactuar sin límites temporales ni espaciales, dentro de esta categoría se encuentran los dispositivos móviles. En la actualidad no solo ofrecen el servicio de comunicación telefónica o de mensajes, sino que su tecnología ha avanzado de manera tal que son equivalentes a computadoras. Dentro de sus beneficios podemos destacar que permiten conectarse a una red, interactuar con otros por diversas plataformas en cualquier momento y en cualquier lugar, proporcionan un espacio de intercambio de información. Sin lugar a duda estos dispositivos se convirtieron en un complemento para las personas, en especial para los jóvenes.

Estas nuevas tecnologías no solo se convierten en una herramienta que llega para dar “soluciones” a la vida de las personas, sino que también generan cambios en la sociedad, en sus conductas y hábitos. Para Neil Postman, “La llegada de un nuevo medio no se limita a agregar algo: cambia todo” (Scolari, 2015).



En la vida cotidiana de las personas, las redes sociales, ganan terreno y propician un nuevo espacio de socialización donde estas pueden comunicarse, interactuar e incluso desarrollarse. Estas plataformas, se convierten en un modo alternativo que tienen las personas para vincularse y relacionarse. Es aquí donde encontramos las diferencias principales que ofrece el medio: no existe la barrera temporal que contrariamente ofrece el mundo físico, sino que basta con que existan los usuarios en la red, interactuando a través de un perfil. El usuario puede tener más de un perfil y utilizar diferentes plataformas de manera simultánea, donde puede generar diferentes narraciones y representaciones de sí mismo.

Por otro lado, la red social abre la ventana al ámbito privado, desdibujando los límites entre lo público y lo privado. Las redes favorecen y dan lugar a la expresión de la mirada y opinión del “otro”, estas plataformas nos moldean inconscientemente. Según McLuhan: “los humanos modelamos los instrumentos de comunicación, pero, al mismo tiempo, ellos nos remodelan sin que seamos conscientes de ello” (Scolari, 2015, p. 23).

Con la incorporación de estas plataformas y el aumento de su uso en la vida diaria de los adolescentes, estos van adquiriendo nuevas formas de interactuar condicionadas por las posibilidades y restricciones del medio, que influyen en la cultura, la comunicación y relaciones sociales. Los cambios mencionados adquieren relevancia, ya que generan influencias en la construcción y desarrollo de las identidades de los adolescentes.

### **3. El sujeto en las redes sociales**

#### **a. Las redes sociales**

Si miramos a nuestro alrededor seguramente nos encontremos con alguna persona con su mirada enfocada en el celular u otra pantalla, casi hipnotizados.

En la actualidad se observa un cambio en las formas de comunicarnos y relacionarnos con otros, estas experiencias se encuentran mediadas por las tecnologías. A partir de estos cambios advertimos un creciente aumento del uso de las redes sociales. La nueva normalidad es relacionarse, comunicarse, interactuar con otras personas a través de estas redes por medio de internet sin importar el lugar de residencia, si es una persona conocida físicamente o un total desconocido. Son mediadoras de la experiencia humana.

A partir de la relevancia que tiene su uso actualmente, diferentes autores conceptualizan el término de “Red Social virtual”: “Winocur, establece que una red social virtual se define como un espacio de interacción e intercambio de ideas que son representativas en la comunicación y socialización de los integrantes de cada grupo”. (como se citó en Ávila-Toscano, 2012 p 71).

La virtualidad ofrece múltiples beneficios a la hora interactuar con otros dentro del medio ya que no posee limitaciones temporales ni espaciales como también los encuentros pueden ser sincrónicos o asincrónicos.

Algunas redes tienen públicos de un rango etario determinado, otras se van expandiendo y llegando a públicos más amplios. Existen diferentes tipos de redes sociales que podemos diferenciarlas según sus fines: algunas de carácter formal, centrando su orientación a ámbitos laborales o estudiantiles, mientras que otras son de carácter más informal y se orientan al entretenimiento.

Analizaremos “Instagram” en esta investigación ya que se considera una de las redes sociales más utilizadas en Argentina en la actualidad, con un público que abarca tanto jóvenes como adultos (Claire Beveridge, 2022). La red social ofrece a sus usuarios la posibilidad de crear un perfil para interactuar en el medio virtual, con el cual puede establecer vínculos, relacionarse, interactuar y compartir información con otros usuarios que formen parte de la red social. Esta red social se caracteriza por ser de carácter mayormente informal y de entretenimiento, aunque por su cantidad de usuarios y alcance, se ha comenzado a utilizar con otros fines, por ejemplo: como perfiles empresariales o de marketing. A partir de sus acciones e interacciones dentro de la red se ven reflejados sus

gustos, creencias, afinidades al mismo tiempo que entable un nuevo modo de relacionarse con otros dentro de la comunidad virtual.

¿Cómo debemos analizar el medio de las redes sociales y su impacto en la sociedad para la formación de la identidad?

McLuhan y Postman parten de la metáfora de la “ecología de los medios” (Scolari, 2015) para realizar un estudio de los medios, entendiéndolos a estos como ambientes. Con esta metáfora, los autores analizan cómo la llegada de un nuevo medio se inserta en un ambiente en el que se encuentran otros y conviven, lo que produce un impacto en los medios que ya se encontraban, como así también en todas las comunidades que lo habitan. Es decir, las personas también se ven atravesadas y modificadas en sus conductas y hábitos con la llegada de un nuevo medio.

En la actualidad las redes sociales y su creciente uso implican cambios en las personas y sus modos de relacionarse. Las sociedades se ven atravesadas por nuevas experiencias, formas de comunicación y entretenimiento dejando de lado otras maneras más convencionales, como ser: encuentros presenciales para compartir imágenes, entablar charlas entre grupos de amigos, o reunirse para concurrir al cine. En esta red prima lo inmediato, lo masivo, lo visual. Los usuarios generan relatos o expresan sentimientos a través de símbolos, imágenes, videos, estados, etc.

“Los medios al modificar el ambiente, suscitan en nosotros percepciones sensoriales de proporción únicas. La prolongación de cualquier sentido modifica nuestra manera de pensar y de actuar - nuestra manera de percibir el mundo. Cuando esas proporciones cambian, los hombres cambian” (McLuhan, 1969, p.21).

Es por ello que no podemos negar que existe un impacto a partir del uso de la red social, que transforma a las personas y sus comunidades.

#### **b. Instagram: “Mi espejo virtual”**

“Instagram”<sup>1</sup> es una de las redes sociales más populares y con gran cantidad de usuarios la cual *permite a las personas que acceden a la red social construir un perfil personal y un relato autobiográfico*. Dicha plataforma es gratuita y puede acceder a ella cualquier persona que cree un usuario.

---

<sup>1</sup>Instagram: <https://www.instagram.com/>

El usuario es el encargado de “moldear” dicho perfil con el que se relaciona con el resto de los usuarios, realiza una selección de qué características decide mostrar de sí mismo, incluso pudiendo éstas ser falseadas. Por lo tanto su “identidad” estará determinada por el modo en que este decida presentarse e interactuar en el medio.

“Gergen propone una visión relacional del autoconcepto, que concibe al yo no como una estructura cognitiva privada y personal sino como discursos y narraciones acerca del yo, ejecutados en los lenguajes disponibles en la esfera pública” (Gergen J., 2007 p 12). Es decir, el usuario hace una narración de sí mismo, a través de las herramientas de manipulación de la información e imágenes que le propone Instagram. Aquí encontramos la primera limitación del medio, ya que las posibilidades para la autonarración son finitas.

El primer aspecto visible es la foto que elija de perfil y la información personal a mostrar, lugar de residencia, gustos, sexo, fecha de nacimiento. Algunos datos de su información personal pueden ser públicos o privados según la configuración de privacidad que elija cada usuario. En esta instancia el usuario elige y diseña su perfil virtual, el cual puede tener concordancia con el “yo” real o ser un “avatar” de sí mismo. La elección de su nombre de perfil por ejemplo puede usar su nombre real o un seudónimo, aspecto que adquiere relevancia en la construcción de la identidad virtual, ya que es como el usuario se presentará al resto de la comunidad y a sus amigos. El grupo de amigos que se construye en el entorno online puede coincidir con los del entorno offline, por lo tanto las relaciones sociales adquieren diferentes modos de intercambio y socialización según el medio.

Las características que observamos al ingresar al perfil de un usuario es su foto, nombre o apodo, según como se autodescribe el usuario, un número indicando la cantidad de publicaciones, de personas que siguen a esta cuenta: “seguidores” y cuentas que sigue el usuario: “siguiendo”. Estos datos reflejan el grupo o comunidad a la cual pertenece el usuario y las páginas que son de su interés.

Las “stories” y “publicaciones” son las herramientas que más importancia adquieren en la red como representación del perfil e identidad del usuario. En estas se realiza un recorte de la realidad, se decide qué momento y experiencias de su vida quiere mostrar y de qué manera. Las imágenes o videos pueden ser manipulados con herramientas para la edición, por ejemplo, agregarle filtros, redefinir la escala o hacer un recorte de la imagen, agregar GIF o stickers. Todas estas herramientas le dan al usuario la posibilidad de generar una distorsión de la realidad, si así lo quisiera, mostrándose de determinada manera. A través de estos recursos el usuario genera su “espejo virtual”, que puede responder a la identidad subjetiva, es decir, la identidad para sí mismo puede verse modificada o idealizada por el

uso de la red social a través de cada decisión que tome para definirse y reflejarse en la red. Estas promueven nuevos espacios para la construcción de identidades.

### **c. *La mirada del otro***

Al realizar una publicación, las personas deciden qué aspectos exponer de su vida, con lo cual se exponen a la mirada de “los otros”, un público ampliado por las características del medio. La identidad personal está influenciada y condicionada cuando el sujeto queda expuesto a la opinión del “otro”, al mismo tiempo que este influye en la identidad de ese “otro”. “James Paul Gee y Valerie Crawford”, han afirmado que podemos ser caracterizados por identidades diferentes según el contexto social y que existen relaciones entre estas identidades” (como se citó en Bajardi, 2015).

Las opiniones de los demás influyen en la construcción de la identidad personal, y se genera una retroalimentación donde el usuario evalúa si el feedback de lo que muestra es positivo o negativo. Las redes sociales promueven la aprobación del otro, podemos observar por ejemplo los “likes” que pone el grupo de amigos o miembros de la comunidad a una publicación realizada por el usuario, como si esta se tradujera en una aceptación del grupo. Para Giovanni Jervis, la identidad es “reconocerse y ser reconocidos” ( como se citó en Bajardi, 2015).

El usuario realiza elecciones estéticas con el fin de realizar discursos sobre sí mismos que generen un impacto en la mirada e impresiones que los otros tienen sobre él.

La red social además le permite al usuario cambiar las narraciones que realiza de sí mismo, a modo de “reversionarse”, ya que tiene la posibilidad de suprimir información o partes del relato que ya no lo representen, como si su identidad estuviera “fragmentada” en historias, reels, publicaciones, imágenes.

Diferentes planteamientos sobre la construcción de la identidad, coinciden en que el sujeto actúa en determinados contextos, es decir, los actos de los sujetos son socialmente situados y la identidad se construye a partir de la interacción con los otros.

Goffman, referente del concepto de “interaccionismo simbólico” (Ribes, 2020), analiza cómo se relacionan las personas a partir de la interacción con otros. Si bien, este análisis, se basa en las interacciones cara a cara, las redes sociales hoy son un medio muy utilizado para relacionarse, en el cual los usuarios pasan muchas horas interactuando, por lo que podríamos considerar que constituye un nuevo lugar de análisis. Dicho autor, propone un “enfoque dramático” para describir cómo los individuos actúan ante la interacción con otros. Estos muestran su perfil resaltando aspectos positivos, intentando controlar o moldear

lo que los otros piensan de él. La metáfora alude a cómo las personas son intérpretes en un escenario social, donde adquieren diferentes roles según el contexto.

Por lo tanto la mirada de los otros genera una influencia sobre la identidad propia, el individuo se redefine en función de la mirada del otro, y la identidad social también se ve influenciada por los cambios y actos e interacciones del grupo o comunidad. Gregory Bateson, utiliza el concepto de “Sujeto contextual” para referirse a cómo la acción producida por un miembro de un grupo puede modificar a todos los demás (como se citó en Bajardi, 2015).

## **4. Conclusión**

### *La influencia de las redes sociales en la construcción de la identidad personal y social.*

Nos encontramos en pleno siglo XXI, donde la realidad sufrió cambios en su forma de reconocerla, esto es debido al avance de las tecnologías en el área de la comunicación, donde la incorporación de Internet ha dado lugar al desarrollo de múltiples redes y plataformas virtuales que posibilitaron el acceso a un público masivo, diverso, sin fronteras físicas y temporales mediante las cuales los usuarios pueden relacionarse e intercambiar información y entretenerse desde cualquier lugar, sin importar condiciones económicas, sociales o políticas entre otras. Este nuevo espacio se constituye en un “universo paralelo” al mundo físico, abriendo lugar a la simultaneidad de relaciones e identidades posibles a partir de las interacciones entre los sujetos-usuarios, con las particularidades propias de quienes interactúan y los condicionantes que proponen las redes como mediadoras de la experiencia para relacionarse.

Las redes sociales ofrecen la posibilidad de crear múltiples identidades virtuales, a diferencia de la realidad física, donde quedaría expuesta la ausencia de una coherencia en lo que “soy” para los otros. En cambio en la red, los diferentes perfiles crearán la verosimilitud dependiendo de la elección de la información a mostrar, la coherencia y correlación entre las mismas.

En el recorte de la “realidad” que el usuario decida mostrar de sí mismo, estará en función de adquirir seguidores y/o aceptación del endogrupo. Por lo tanto esto influye en cómo se percibe el usuario, cómo se narra a sí mismo, y qué respuesta recibe de la interacción que

los otros realizan de su publicación a partir de las reacciones como ser: el like, comentarios, aumento de seguidores, traducéndose en la “popularidad”, y está, a su vez, va a condicionar y modificar su autoconcepto y autoestima. Por consiguiente el usuario estará evaluando continuamente el impacto positivo o negativo de sus publicaciones para “los otros” y rediseñando su “imagen” o perfil para alcanzar el fin deseado.

Como hemos analizado a lo largo de este escrito, los adolescentes se encuentran entre el grupo que mayor tiempo destinan a las redes sociales, en búsqueda de la pertenencia a un grupo, estilo de vida, e ideales, por el temor a perderse de algo, quedar por fuera de la cultura actual. Son los que reciben mayor influencia de éstas en su proceso de construcción de la identidad personal, que aún se encuentra vulnerable.

Es así cómo se construyen múltiples identidades virtuales, donde los usuarios hacen elecciones estéticas para generar narraciones de sí mismos, que se encuentran determinadas por el medio y la mirada del otro, en el contexto actual, donde las comunicaciones, interacciones y relaciones se convirtieron para ese grupo en su cultura de encuentro. Las identidades se ven modificadas por este modo de relacionarse, donde los usuarios modifican continuamente sus perfiles en función de las apariencias que se construyen en las redes, generando así, una identidad social basada y condicionada del mismo modo por el nuevo medio. Los fragmentos de cada usuario y su espejo virtual constituyen el cambio en la identidad social.

Podemos resaltar como aspecto positivo para la construcción de la identidad de los adolescentes, como les permite romper con barreras que los inhibe para lograr relacionarse a través de un perfil virtual, diseñado para “los otros”. En ellas puede encontrar grupos o comunidades que respondan a sus gustos e intereses.

Se considera que es necesario el análisis de las redes como entorno para la construcción de la identidad simultáneamente con el contexto físico.

Dado que las redes sociales son parte de la actualidad sometida a cambios continuos a partir de los avances de la tecnología, debemos entender que cualquier medio, en este caso las mismas, constituyen un nuevo entorno para la socialización y construcción de la identidad, pero no en el único ya que los seres humanos habitamos por sobre todas las cosas un mundo físico real.

## 5. Bibliografía

Avila Toscano, J. (2012). *Redes Sociales y Análisis de Redes. Aplicaciones en el contexto comunitario y virtual*. Corporación Universitaria Reformada.

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/libro/511130.pdf>

Bajardi, A. *La identidad personal en relación con la educación: características y formación del concepto*. Reidocrea, monográfico: 106-114 (2015).

[https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/37124/Bajardi\\_IdentidadPersonal.pdf?sequence=6&isAllowed=y](https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/37124/Bajardi_IdentidadPersonal.pdf?sequence=6&isAllowed=y)

Beveridge, Claire (28 de marzo de 2022). 150+ estadísticas de redes sociales relevantes para tu negocio en 2022. Hootsuite.

<https://blog.hootsuite.com/es/125-estadisticas-de-redes-sociales/>

Erikson, E. (1950). *Infancia y Sociedad*. 11a edición, Editorial Horme. Buenos Aires.(1987).

Gergen, Kenneth J. (2007). *Construccionismo Social, aportes para el debate y la práctica*. Universidad de los Andes, Facultad de Ciencias Sociales, Departamento de psicología, CESO, Ediciones Uniandes.

Goffman, E. (1991). *Los momentos y sus hombres*. Textos seleccionados y presentados por Yves Winkin. Barcelona: Ediciones Paidós.

[https://www.academia.edu/8318319/GOFFMAN\\_LOS\\_MOMENTOS\\_Y\\_SUS\\_HOMBRES](https://www.academia.edu/8318319/GOFFMAN_LOS_MOMENTOS_Y_SUS_HOMBRES)

McLuhan, M. (1969). *El Medio es el mensaje. Un inventario de efectos*. Editorial Paidós.

Ribes, A. J. (2020). *Goffman y las situaciones sociales: algunas enseñanzas teórico-metodológicas*. Revista Española de Sociología, (29, 2), 285-300.

[doi:10.22325/fes/res.2020.16](https://doi.org/10.22325/fes/res.2020.16)

Scandroglio, Bárbara & López Martínez, Jorge S. & San José Sebastián, Ma. Carmen (2008). *La Teoría de la Identidad Social: una síntesis crítica de sus fundamentos, evidencias y controversias*. Psicothema, (20), 80-89. [fecha de Consulta 29 de Julio de 2022].

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72720112>



Scolari, C. (ed.), 2015. *Ecología de los Medios:Entornos, evoluciones e interpretaciones*. Editorial Gedisa,S.A.

[https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/45919/Scolari\\_Ecologia\\_medios.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/45919/Scolari_Ecologia_medios.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Web del maestro CMF (s. f.) *La teoría de Erik Erikson: Las etapas del desarrollo psicosocial*.

[fecha de Consulta 06 de noviembre de 2022]

<https://webdelmaestrocmf.com/portal/la-teoria-de-erik-erikson-las-etapas-del-desarrollo-psicosocial/>

Weisser, M. (1991) *The Computer for the Twenty-First Century*. Scientific American, vol 265, nro. 3. <https://doi.org/10.1038/scientificamerican0991-94>