

El espejo moderno: construcción de la identidad del adolescente en la era de las redes sociales.

Lapuente, Nahuel Quimey.

Cita:

Lapuente, Nahuel Quimey (2021). *El espejo moderno: construcción de la identidad del adolescente en la era de las redes sociales* (Tesis de Licenciatura). Facultad de Psicología, Universidad de Buenos Aires, Ciudad de Buenos Aires, Argentina.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/nahuel.quimey.lapuente/2>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/pmB4/xKt>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite:
<https://www.aacademica.org>.



Universidad de Buenos Aires

Facultad de Psicología

Tesis de Licenciatura en Psicología

El espejo moderno: construcción de la identidad del
adolescente en la era de las redes sociales.

Lapiente, Nahuel Quimey

DNI: 40675771

Tutor: Jofre, Cristian Martín

DNI: 30922543

2021

Dedicatoria

A Fluck por ser mi fiel compañero durante largas noches de estudio.

Índice

| | |
|--|-----------|
| Planteo del problema | 3 |
| Marco Teórico | 5 |
| Estado del arte | 7 |
| Objetivos | 9 |
| Objetivo General | 9 |
| Objetivos Específicos | 9 |
| Metodología | 10 |
| Desarrollo | 10 |
| Conceptualizaciones de la Adolescencia | 10 |
| Identidad, un Concepto Central | 12 |
| Nociones Sobre Tecnología y Redes | 13 |
| Efectos de las Tecnologías en la Construcción Identitaria | 15 |
| Las Minorías en las Redes Sociales | 15 |
| Las Redes Sociales y el Bienestar | 17 |
| Las Implicancias de las Redes Sobre el Concepto de Belleza | 22 |
| El Lugar de los Influencers en la Adolescencia Moderna | 24 |
| Conclusiones | 27 |
| Referencias Bibliográficas | 30 |

Planteo del problema

La presente tesis corresponde a un trabajo de integración y articulación de conocimientos adquiridos a lo largo de la Licenciatura en Psicología en la Universidad de Buenos Aires. En este proyecto final se realizará un recorrido teórico en relación a la temática de la identidad adolescente y su construcción enmarcada en la era de las nuevas tecnologías. La pregunta inicial que guio la búsqueda del material bibliográfico fue en relación al rol de las redes sociales en el período vital mencionado y la posibilidad de éstas de actuar dificultando el proceso de construcción identitario o teniendo un papel facilitador. Es a partir de ese interrogante que se desprenden distintas líneas de análisis y perspectivas.

A lo largo del trabajo se discutirán cuestiones relativas a la construcción del cuerpo en la adolescencia, sobre los vínculos atravesados por las redes sociales que se forman y sostienen, los potenciales modelos a seguir que se constituyen y el contenido que se consume por estos medios.

La temática recortada resulta ser de suma importancia debido a la rápida diseminación de las redes sociales en la sociedad moderna y su gran presencia en el grupo etario delimitado. Los cambios abruptos de los tiempos modernos (Bauman, 2005) hacen necesaria una revisión actual del tema, a la luz de material reciente y contenidos adquiridos en la carrera de grado. Lograr un entendimiento de este asunto es un eje central para los psicólogos, un ejemplo de ello es la presencia de la materia “Psicología Evolutiva: Adolescencia” en el plan de estudios para la formación de Licenciatura en Psicología en la Universidad de Buenos Aires; la Cátedra I de dicha materia expresa en su programa (2021) que:

La presencia de la asignatura en la carrera responde a la demanda de formación que es necesario que adquieran los futuros profesionales para abordar un momento lógico en la constitución de la subjetividad, tal como es el pasaje adolescente. En este sentido, introduce a los alumnos en los conceptos teóricos necesarios para hallar un fundamento a la práctica con púberes y adolescentes en las diversas áreas y campos del quehacer psicológico (p. 1).

Al ser la adolescencia un proceso no solo biológico sino también cultural (Mendoza Berjano, 2016) se demuestra como un concepto dinámico, siendo que las

bases culturales se modifican con gran velocidad. Obtener información respecto a fenómenos como las redes sociales y el uso de ellas por parte de los adolescentes provee una radiografía general de lo que es ser adolescente y las problemáticas asociadas (como puede ser la posición privilegiada que adquiere el aspecto físico, la profundidad de sus relaciones y el contenido que consumen en línea). El concepto de Aprendizaje observacional o social (Bandura, 1977, citado en Feldman, 1997) puede ser útil para comprender a la adolescencia como un hecho cultural, pues el aprendizaje se logra a través de la observación del comportamiento de otros sujetos que son llamados “modelos”, como pueden ser en este caso, otros adolescentes tanto en persona como en línea. El aprendizaje observacional, entonces, se define a partir de cuatro etapas; en primer lugar, es necesario poder pesquisar las características más relevantes del comportamiento, luego retenerlas para posteriormente reproducir la acción y finalmente encontrar una motivación para repetir la conducta (Feldman, 1997).

Esto es particularmente interesante más allá de la clínica individual, pues el “quehacer psicológico” se extiende a otras áreas que rozan la temática presentada en esta tesis, como el ámbito educacional y el social-comunitario. Montero (1984) define a la Psicología Comunitaria como la rama de la disciplina cuyo objeto de estudio son “los factores psicosociales que permiten desarrollar, fomentar y mantener el control y poder que los individuos pueden ejercer sobre su ambiente individual y social, para solucionar problemas que los aquejan y lograr cambios en esos ambientes” así como también en “la estructura social” (p. 390). Esta aproximación del concepto incluiría el estudio de las redes (Wainstein, 2016), importante para los psicólogos pues estas se relacionan al bienestar de los adolescentes (Benaiges y Forte, 2018), quienes, al percibir una “pérdida y disminución de apoyo” por parte de su círculo, ven alterado de manera negativa su bienestar.

Para esta tesis se realizará una revisión bibliográfica con el objetivo de describir y comprender el tema en mayor profundidad. Roussos (2011) sostiene que las revisiones bibliográficas son “trabajos que tienen por objetivo analizar y sintetizar el material publicado sobre un tema a elección y así evaluar distintos aspectos sobre dicho material, generando en un solo trabajo una descripción detallada sobre el estado del arte de un tema específico” (p.1) como se realizará a continuación.

Marco Teórico

Desde sus comienzos hacia fines de los noventa, las redes sociales se han transformado dramáticamente a un ritmo acelerado y han pasado a formar parte de nuestra vida cotidiana. Estos sitios fueron evolucionando cada vez más, tomando partes de los ya existentes y añadiendo múltiples funciones para distinguirse de la competencia. Latorre (2018) hace un recorrido de los desarrollos de la web desde su nacimiento, toma cuatro paradigmas que se diferencian por las expectativas de los usuarios y las necesidades que buscan satisfacer. La Web 1.0, la que lo inició todo, permitía el acceso a una vasta base de datos, pero con una nula interacción entre los cibernautas; las redes sociales, por su parte, resultan ser el emblema de la Web 2.0, cuyo énfasis es la comunicación entre los usuarios. SixDegrees.com, considerada la pionera en lo que respecta a sitios de este estilo, únicamente cumplía la función de sumar amigos a una red personal y conversar en línea. Hoy en día las personas acceden a estas aplicaciones en busca de más de lo que ofrecía SixDegrees en 1997, lo que puede verse con el desarrollo de la web 3.0 y 4.0 (Latorre, 2018).

La página nació como respuesta a la teoría de los seis grados de separación, creada por Karinthy en el año 1929 e impulsada por autores como Milgram, quien lleva a cabo un experimento para probar la hipótesis de que el mundo podía ser visto como pequeño al estar comprendido por una red enorme de relaciones sociales que se interrelacionan entre sí (Watts, 2004). Luego con los avances tecnológicos (Castells, 1998) esta teoría se complejiza y se plantea una distancia aún menor entre los individuos. Esta hipótesis resulta ser de extrema importancia para el pensamiento de sujetos en red, lo que se demuestra fundamental en la construcción de la identidad en adolescentes. Sluzki (citado en Wainstein, 2016) sostiene que el vínculo con los otros con los que interactuamos como seres humanos nos da "existencia real" y habilita la posibilidad de una experiencia "coherente en tiempo y espacio que constituye nuestra identidad" (p.132). Chala Bernal y Matoma Fetiva (2013) trabajan con gran profundidad el lugar privilegiado que tienen los vínculos durante la adolescencia.

Antes de ahondar en la teoría de las redes sociales, es de capital interés dar una definición de la adolescencia al ser ésta un constructo central en este trabajo. Se tomará como referencia la definición de adolescencia brindada por Erausquin

(2010), quien hace un fuerte hincapié en el peso del contexto socio-histórico al delimitar a quién se considera un adolescente. Esto hace que la concepción de la adolescencia sea distinta a lo largo del tiempo y en las diversas culturas (Mead, 1928), tal como exploran Feixa (2006) y Lozano Vicente (2014) al hacer un recorrido de hitos históricos como la revolución industrial o la invención del internet, y su influencia en las adolescencias. Erausquin (2010) retoma a Vigotsky, quien sostiene que “a partir de experiencias de ‘buen aprendizaje’” los sujetos hacen “un movimiento trascendental para apropiarse de la cultura de su época” (p.11). En consonancia con esta definición, se definirá el término identidad en relación al de construcción, pues se trata de algo que no vendría pre-formado, consta de un proceso activo por parte del sujeto (Ives, 2014) que se hace con otros (Berger & Luckmann, 1968). Para ilustrar con claridad el valor del contexto, Llorca Martínez y Márquez Martínez (2017) hacen un recorrido de los estándares de belleza a lo largo de la historia de la humanidad, que no es sumamente útil para reflexionar sobre las adolescencias actuales y los modelos a los que aspiran. Isabel Dans (2015), pensándolo de manera similar, sostiene que la identidad no resulta ser “algo cerrado o una meta por descubrir”, por el contrario, es vista como “un proceso cambiante” (p. 1).

Siguiendo esta línea, conviene recordar que el contexto circundante del sujeto incluye tanto sus vínculos (redes) como el contenido que se presenta disponible para su apropiación (Berger & Luckmann, 1968), es por eso que los creadores de contenido digital tienen una función importante en los tiempos actuales, tal como trabaja De Ugarte (2007) tomando como ejemplo a los ciberactivistas. En la era de las redes encontramos una relación particular con la información; por un lado, se destaca la incontable cantidad de documentos disponibles, con una gran facilidad de acceso a los mismos y una alta posibilidad de difusión (Merlo Vega y Sorli Rojo, 1998). Por otro lado, autores como Toffler (1972) reflexionan respecto a una potencial sobrecarga informacional a la que estos medios llevan y sus consecuencias.

Los conceptos que recorren este escrito son situados desde el paradigma de la complejidad que pone el foco “en la totalidad y no en los componentes simples de los fenómenos”, es así que los objetos a investigar no son tomados de manera aislada, sino que son analizados desde el contexto donde se producen (Almela,

2002). De esta manera, dice el autor, se evidencian las “condiciones y circunstancias donde se manifiesta su organización específica” (p.7).

Por otro lado, el trabajo toma también como aporte el concepto de modernidad líquida presentado por Bauman (2005), que se caracteriza por su fluidez y constante cambio, con sujetos desapegados que podrían, a través del internet y las comunidades que se forman gracias a él (Gardner, H., & Davis, K., 2014), evadir la soledad. Esto abre incógnitas respecto a los vínculos en las redes sociales, elementos protagonistas en la construcción de la identidad. Como ejemplo particular de esta época se puede pensar en la presencia de creadores de contenido digital, con quienes los adolescentes mantienen una relación unilateral que Hartmann y Goldhoorn (2011) llaman “parasocial” e influyen en la construcción de la identidad.

Estado del arte

El crecimiento de las redes sociales digitales pareciera no tener fin, en un período acotado han pasado a transformarse en fundamentales a la hora de vincularnos con otros y el contexto cultural. Estos avances sobre nuestra cotidianidad han motivado diversas investigaciones que intentan dar respuestas a los interrogantes que se generan en tiempos cambiantes.

El Instituto Nacional de Estadística y Censos [INDEC] (2020) en su informe del año 2019 sobre acceso y uso de las TIC consignó que en nuestro país 84 de cada 100 personas usan un teléfono celular y que 80 de cada 100 usan internet. A su vez, se encontró que el uso de smartphones en el rango de edad 13 a 17 alcanza el 88% y en el grupo de 18 a 29 llega a un 95,9%. Esta información es de notable interés para el desarrollo de este trabajo pues un relevamiento de datos de Deloitte (2019) sobre el consumo móvil en Argentina mostró que un 77% prefiere los dispositivos móviles para acceder a las redes sociales, en comparación a su informe del año 2017 que arrojó un 63% en el mismo ítem (Deloitte, 2017).

Siguiendo esta línea, el Fondo de las Naciones Unidas para la infancia [UNICEF], publicó una investigación respecto a las percepciones y hábitos de los niños y adolescentes en internet y redes sociales (2016). Este estudio revela que más de la mitad de la muestra refiere estar conectada “todo el tiempo” y por otro lado que tan solo un 4% de los encuestados no utilizan redes sociales. Se comprueba de esta

manera la relevancia de estas aplicaciones en la vida de los niños, niñas y adolescentes.

En este marco, Kardefelt-Winther (2017), Shakya y Christakis (2017) y Teppers et al. (2014) se preguntan por la incidencia de este acceso masivo a redes en la salud mental de los sujetos, los resultados refieren a la posibilidad de que estos sitios actúen en detrimento de la misma o impacten de manera positiva dependiendo de las intenciones con las que se accede a las plataformas. En la investigación de Teppers et al. (2014), por ejemplo, se encontró que el uso compensatorio de Facebook en sujetos con bajas habilidades sociales con el objetivo de reducir sentimientos de soledad no los desaparecía; mientras que el uso de ese mismo sitio con el fin de hacer nuevos amigos genuinamente, reducía ese sentimiento de soledad.

Desde esta perspectiva se vuelve necesario, también, hacer un relevamiento de las redes sociales más utilizadas. Las más populares según Our World in Data (s.f.) son Facebook, Youtube, Instagram y Whatsapp, sitios enfocados a compartir contenido audiovisual y de comunicación. De acuerdo con el estudio realizado por Ryding y Kuss (2020) estas imágenes que se consumen tienen un fuerte efecto en la autopercepción de los individuos, un conflicto no menor en la adolescencia.

Es en este punto donde los llamados “influencers” cobran relevancia, pues como sostiene Gómez Pereda (2014), el desarrollo de la identidad tiene que ver con la interacción y apropiación de elementos culturales que circundan al sujeto. Azlar Barrera (2019) en su tesis intenta indagar sobre el lazo que se construye entre estos creadores de contenido y su audiencia, a la vez que explora el vínculo de los influencers y las marcas que promocionan. Balleys et al. (2020) proponen pensar tanto en la particular relación entre los seguidores y los influencers como en el vínculo de comunidad que se arma alrededor de estas nuevas celebridades.

El concepto de grupo en la adolescencia es primordial, Calero et al. (2018) llevan a cabo una investigación con el fin de analizar la necesidad de pertenencia al grupo de pares durante este período. En relación a este punto Cavalcante (2018) y Dhoest y Szulc (2016) se proponen estudiar la relación entre la comunidad LGBTIQ+ y las redes sociales, Cavalcante encuentra que estos espacios virtuales facilitan la construcción de la identidad, el orgullo y pertenencia de manera relativamente segura. Dhoest y Szulc hacen énfasis en la ventaja del anonimato en el mundo

cibernético a la hora de expresar abiertamente la propia sexualidad e identidad de género en contraposición a espacios físicos.

Se presenta así otra línea de exploración interesante: el contenido. Es interesante hacer una reflexión sobre el impacto sobre los adolescentes que tiene lo que consumen en las redes. Tanto Beyens et al. (2016) como Lee et al. (2021) y Verduyn et al. (2017) desarrollan en sus respectivas investigaciones esta cuestión; mientras que los primeros dos trabajos se centran el fenómeno del *fear of missing out* (el miedo a “perderse algo” por no estar constantemente conectados), los últimos indagan sobre la relación de la envidia y los perfiles que visitan los adolescentes. Pensando de manera similar, Hopkins, et al. (2020) y Aldosari (2020), se cuestionan respecto a la influencia de las redes y los filtros en el interés en intervenciones quirúrgicas con fines estéticos, un campo muy interesante en relación a la solidificación de ideales de cuerpos en los adolescentes modernos, un concepto móvil tal como retratan Llorca Martínez y Márquez Martínez (2017).

Objetivos

Objetivo General

El objetivo general de esta tesis es realizar una revisión bibliográfica (Roussos, 2011) que permita describir y analizar el rol de las redes sociales en la construcción de la identidad durante la adolescencia. Se tomarán múltiples trabajos y publicaciones para delinear una comprensión más acabada del fenómeno y las diferentes miradas respecto al mismo.

Objetivos Específicos

- ❖ Describir el uso de las redes sociales en la adolescencia.
- ❖ Revisar la relación entre adolescencia e identidades.
- ❖ Profundizar la noción de construcción identitaria en las redes.
- ❖ Esbozar la importancia de la temática en relación a la psicología.

Metodología

El presente trabajo se encuentra estructurado como una investigación teórica, definida por Ato et al. (2013) como “trabajos que recopilan los avances producidos en la teoría sustantiva o en la metodología sobre una temática de investigación específica, y también las revisiones o actualizaciones de investigación que no requieran emplear datos empíricos originales, procedentes de estudios primarios” (p. 1041). Esta tesis de grado es una revisión bibliográfica de tipo descriptiva, es decir “una revisión o actualización teórica de estudios primarios sobre una temática de investigación, sin aportes empíricos por parte del investigador” (Sanchez, et al., 2012, citados en Ato et al., 2013, p. 1042). Es por ello que se hizo un relevamiento bibliográfico, con el fin de ubicar las distintas posturas respecto al fenómeno de la construcción de la identidad adolescente en la era de las redes sociales. Se incluyeron textos leídos a lo largo de la Licenciatura con el propósito de poner en juego herramientas y conocimientos adquiridos en las diversas materias que integran el plan de estudios.

A su vez, se seleccionaron investigaciones recientes pertinentes a la temática para dar un entendimiento más acabado de este proceso leído desde la complejidad (Almela, 2002). Se utilizó como medio de búsqueda servicios que brindan acceso a papers científicos como Google Académico, Dialnet, Redalyc, Scielo, entre otros.

Desarrollo

Conceptualizaciones de la Adolescencia

La adolescencia es una etapa vital que ha sido de gran interés para distintas disciplinas, Lozano Vicente (2014) sostiene que la adolescencia “constituye el campo de estudio de la antropología, la psicología, la biología del desarrollo, la sociología, la historia y, por supuesto, también aparece como un concepto mundano de la realidad familiar, educativa y social del presente” (p. 13). Esto hace que tener una definición única sea imposible, el autor argumenta que los aspectos propios de la adolescencia son “muy heterogéneos” y no son invariantes en el tiempo, sino que son comprendidos como “realidades cambiantes en el mismo curso histórico de la adolescencia” (p. 16) y se ven relacionados a una sociedad con determinadas

normas institucionalizadas. Existen líneas de pensamiento que tratan a la adolescencia como un fenómeno universal, presente en todas las épocas y sociedades, sin embargo, para este trabajo se abordará la adolescencia en su vertiente contextualista.

Lozano Vicente (2014) toma el ejemplo de Estados Unidos para ilustrar los cambios históricos que influenciaron la aparición de la adolescencia como se conoce actualmente, para ello describe tres cambios sociales fundamentales. En primer lugar, señala la extensión de la educación obligatoria, con la educación secundaria obligatoria se separó a los jóvenes del trabajo. Esto lo lleva a la segunda transformación, la legislación concerniente al trabajo infantil, la cual impacta sobre los procedimientos de la justicia juvenil, el tercer cambio destacado por el autor. De manera similar, Feixa (2006) hace un recorrido histórico de fenómenos culturales y hechos históricos que funcionan como quiebre y dan forma a distintas adolescencias, como la segunda revolución industrial, la caída del Muro de Berlín y el ingreso de las nuevas tecnologías a la vida cotidiana.

Siguiendo esta idea, puede entenderse a la adolescencia como un proceso de reposicionamiento de los individuos que implica apropiarse de la cultura en la que están inmersos; de esta manera, encontramos una diversidad de adolescencias, que necesariamente están ligadas a un contexto socio-histórico (Erausquin, 2010). La autora cita a Vigotsky al argumentar que durante este período “los hábitos, en tanto mecanismos de comportamiento ya conformados, no cambian radicalmente, pero sí los intereses y necesidades” (p. 65). Continuando esta línea de pensamiento, Mendoza Berjano (2016) caracteriza a la adolescencia como una “etapa de transición social entre la infancia y la adultez social” (p.11), haciendo énfasis en que no resulta ser un hecho universal que se replica de igual manera, pues existen culturas en las que esta transición como se conoce en el occidente no se ve, tal como refleja Margaret Mead en su famoso estudio en Samoa (1928). Este fenómeno cultural se asocia a cambios biológicos y psicológicos, que se reflejan en jóvenes cada vez más independientes del seno familiar, es aquí donde radica la relevancia de las tecnologías. Las redes sociales permiten un acercamiento a los pares, algo vital en la construcción de la identidad del adolescente; en palabras de Barrionuevo (2015) se dejan atrás los lazos identificatorios propios de la infancia dando paso a nuevos que se sostienen en la relación con el grupo de pares.

Identidad, un Concepto Central

Es durante la adolescencia que se revisita la construcción de la identidad, elemento fundamental que hoy en día cuenta con la capa agregada de la virtualidad. Berger y Luckmann (1968) trabajan en gran profundidad la formación de la identidad enmarcada en un contexto social en la niñez y definen al concepto como la “ubicación en un mundo determinado” y puede “asumírsela subjetivamente solo junto con ese mundo. Dicho de otra manera, todas las identificaciones se realizan dentro de horizontes que implican un mundo social específico” (p. 168). La posición de los autores se sostiene en que la identidad, según sus palabras, “se legitima definitivamente situándola dentro del contexto de un universo simbólico”; entonces, como premisa fundamental encontramos que “el organismo y más aún el yo, no pueden entenderse adecuadamente si se los separa del contexto social particular en que se formaron” (p. 71). Para fundamentar este supuesto, Berger y Luckmann (1968) se remiten a la niñez y describen que durante el proceso de socialización el niño “acepta los ‘roles’ y actitudes de los otros significantes, o sea que los internaliza y se apropia de ellos”, es gracias a la identificación con los otros significantes que el sujeto puede identificarse a sí mismo, es decir, “adquirir una identidad subjetivamente coherente y plausible” (p. 167). Tomando el trabajo de Gómez Pereda (2014) podemos entonces definir a la identidad, siguiendo las coordenadas de Berger y Luckmann (1968), como una apropiación singular de elementos culturales que rodean al sujeto; y pensar el concepto de cultura como un “conjunto de vehículos simbólicos que le dan significado a la experiencia y las prácticas informales a través de las cuales éstos se transmiten” (Corredor et al., 2011, citados en Gómez Pereda, 2014).

Ives (2014) sostiene que este proceso es central y nuclear en la adolescencia, que, en un sentido constructivista, se encuentra inseparablemente asociado a los estadios vitales anteriores (“infancia, niñez temprana, edad del juego, y edad escolar”). Chala Bernal y Matoma Fetiva (2013) concluyeron a partir de las encuestas relevadas para su investigación, que la Identidad en la adolescencia es pensada como un “proceso de exploración en la se quiere encontrar esos puntos de referencia que sean la base que represente su personalidad, acercándose a la respuesta de lo que él quiere saber de sí mismo” (p. 53). Ives (2014) argumenta que es un proceso activo por parte del sujeto, sostiene que “el niño prepúber se

identifica a través de sus padres o los adultos de su entorno, pero el adolescente necesita desarrollar su propia identidad y ser ellos mismos” (p.15). Ives escribe que el trabajo de construcción no se logra de manera aislada, de modo que se recibe “el apoyo de modelos parentales, y posteriormente de modelos comunitarios” (p. 15). Esto nos recuerda al aprendizaje observacional impulsado por el psicólogo Albert Bandura (citado en Feldman, 1997), cuyos desarrollos nos invitan a pensar la relación entre los modelos que se configuran y el aprendizaje que se logra gracias a ellos. Es así que en la era de la tecnología es más que relevante investigar respecto a los “modelos recibidos” que proceden de las redes sociales e inciden en la construcción de la identidad.

La teoría de las redes es indispensable para pensar este proceso; siguiendo el paradigma de la complejidad (Almela, 2002), que se opone al reduccionismo al apostar por una visión integral de los distintos fenómenos, Sluzki (citado en Wainstein, 2016) manifiesta la necesidad de “trascender el estrecho límite de las relaciones familiares y ampliar nuestra mirada hacia el conjunto de relaciones significativas que una persona tiene en el mundo social” (p. 132). Es así que el autor propone entender a un sujeto inserto en un determinado contexto social, sostiene que existe una relación entre la identidad y la red social personal. Los vínculos de que el sujeto considera significativos tienen un efecto en el devenir adolescente, y Chala Bernal y Matoma Fetiva (2013) proponen que la identidad parte de “la construcción intersubjetiva de la cual surge la tensión entre las autopercepciones y las heteropercepciones que vive el sujeto en el momento de su socialización con el contexto, es así como surge la pregunta ¿Quién eres?” (p. 53).

Nociones Sobre Tecnología y Redes

Los avances tecnológicos han dado pasos agigantados desde la década de los setenta, cuando toma verdadero vigor la revolución de las tecnologías de la información (Castells, 1998). La telefonía celular fue perfeccionándose dejando atrás el clásico ladrillo de los años 80 hasta llegar a los teléfonos inteligentes que vemos hoy en día. En esta evolución no solo se modificó el diseño para hacer a los artefactos más portables, sino que se sumaron herramientas con el fin de hacer la existencia del usuario más fácil, tal es así que hoy en día el celular alberga toda nuestra información valiosa: contactos, calendario, fotografías, videos, etc. Los

smartphones son el punto desde el cual los humanos gestionan sus interacciones, así lo demuestran los censos realizados por Deloitte (2017 y 2019) que pudieron relevar información valiosa al comparar el dispositivo preferido de los encuestados a la hora de realizar determinada actividad (visitar redes sociales, comprar en línea, hacer videollamadas, etc.). De un total de 15 categorías el celular fue la opción más utilizada en 11 de ellas (Deloitte, 2019).

Historizando la evolución de internet, ya en 1960 aparece lo que se conoce hoy como la web 1.0 (Latorre, 2018), que se caracteriza por ser unidireccional pues ofrecía la posibilidad de acceder a la información, pero no así de interactuar con otros. Años más adelante comienza a tomar fuerza la web 2.0 que apuesta por la interacción entre usuarios, Latorre sostiene que se basa en “comunidades de usuarios y una gama especial de servicios, como las redes sociales, los blogs, los wikis, los chat, foros, álbumes de fotografía, presentaciones en red, etc.”, se promueve tanto “el intercambio de información entre los usuarios de una comunidad o red social” como la colaboración entre los mismos (p. 3). En 2010 la tecnología con sus nuevos desarrollos entró en su tercera evolución, la web 3.0, que se diferencia de su predecesora al enfocarse en el “contenido semántico” y, como consecuencia, de proveer una experiencia más personalizada debido al “flujo de información y de contenidos adaptados a nuestros gustos y preferencias” (p. 5). Siguiendo a Latorre (2018) la propuesta se vuelve cada vez más ambiciosa, la web 4.0 se perfila como aún más independiente que su predecesora, al ofrecer soluciones únicamente “a partir de toda la información que le damos” (p. 6).

Las redes sociales hoy por hoy son el espacio por excelencia para formar vínculos tal como se veía ya en la web 2.0 (Latorre, 2018), esto específicamente cobra relevancia en la adolescencia cuando se consolidan los grupos de pertenencia, que se dan en consonancia con los intereses particulares de cada uno. Estas aplicaciones permiten que los sujetos exploren y conozcan distintos intereses; en relación a ello Dans (2015) comenta:

La identidad individual está al servicio de un molde social. Esa identidad que el adolescente busca a toda costa como algo irrepetible y, al mismo tiempo, establece dentro de un proceso de identificación en el ‘nosotros’, le llevará al reconocimiento por los demás, lo que precisamente reafirma su yo (p. 2).

Efectos de las Tecnologías en la Construcción Identitaria

Tal como se trabajó anteriormente las tecnologías son hoy en día casi inseparables de la vida cotidiana y aún más en la población adolescente. Los censos demuestran que transitamos una era indisolublemente unida a las nuevas tecnologías, relación que no es sin ciertos efectos. En el siguiente apartado se busca indagar esos efectos sobre la población adolescente y en específico su impacto en la construcción de la identidad.

Las Minorías en las Redes Sociales

Siguiendo a Neri (2001) se puede ubicar a la red como un espacio que “recicla” lo que la sociedad y el tiempo histórico expulsaron, de esta manera se propicia un espacio para que individuos de grupos minoritarios potencialmente puedan verse identificados y vincularse entre sí. The Washington Post (2019) publicó un artículo en el que explora el valor de la representación LGBTIQ+ en redes sociales y otros medios como películas y series de televisión. En la nota periodística se habla del internet como un refugio de la exclusión social, que presta la posibilidad de crear una comunidad, lo que resuena fuertemente en la adolescencia. Es por esta razón que hace años se comenzó a gestar un fenómeno interesante: la migración de la militancia activista de las calles a las redes sociales. La misión de estas cuentas es funcionar a modo de representación y visibilización, empoderar a los jóvenes al proveerlos con herramientas y relatos de vivencias similares, que rodean problemáticas específicas de determinado colectivo. Es a través de la circulación de estos discursos que se crea un espacio donde el sujeto se ve reflejado con dicho creador y estos se erigen como modelos (Feldman, 1997).

De Ugarte (2007) en su libro trabaja en detalle el concepto de ciberactivista, un fenómeno únicamente posible gracias a la existencia del internet. Define a este grupo como “alguien que utiliza Internet, y sobre todo la blogsfera, para difundir un discurso y poner a disposición pública herramientas que devuelvan a las personas el poder y la visibilidad que hoy monopolizan las instituciones” (p. 66); se apoya entonces en la dinámica de poder asimétrica que se despliega en una sociedad determinada. Este tipo de perfiles en redes sociales tienen como finalidad no solo desarrollar determinadas herramientas y ponerlas al alcance del público, sino también brindar visibilidad a un determinado grupo y reclamo. Aquí podemos ubicar

un fenómeno de gran interés para este trabajo, estas herramientas deben, según De Ugarte (2007), “estar pensadas para que la gente, mediante pequeños gestos, pueda reconocerse en otros como ellos” (p. 66). Es en este punto donde se ve claramente la distancia que existe hoy con la web 1.0 (Latorre, 2018), la idea no es únicamente consumir información sino también interactuar con otros y en esa interrelación construir un proyecto identitario, anclado en un grupo de pertenencia que le brindará cierta consistencia. Los perfiles de ciberactivistas en redes sociales transmiten un discurso que marca un posicionamiento, una “cierta manera de mirar al mundo, un estilo de vida que será el verdadero aglutinante de la red” (p. 65). De Ugarte (2007) desarrolla luego que esta “lírica discursiva” implica un componente identitario, que funciona facilitando una comunicación entre sujetos desconocidos entre sí pero que adhieren a los mismos discursos, fortaleciendo los lazos entre ellos. Gracias a la masividad de la web, hoy en día estos discursos y modelos circulan con mayor facilidad, y se vuelven fundamentales en la construcción identitaria adolescente.

El proceso del devenir identitario se relaciona íntimamente con la idea de “lugar seguro”, para explorar esta relación Dhoest y Szulc (2016) toman como ejemplo concreto la comunidad LGBTIQ+. Llevaron a cabo entrevistas a personas de dicho colectivo para indagar la relación de las redes sociales y el anonimato, los investigadores sostienen que la literatura respecto a este tema sugiere que el sentimiento de anonimato en línea se traduce en una mayor autenticidad en la manera en la que uno se presenta. Los autores encontraron que el grado de uso de estrategias para “enmascarar” su identidad en línea (como tener un perfil separado, uno para la familia y el trabajo, y otro más abiertamente *queer*, o evitar ser etiquetado en fotografías en determinados lugares como bares LGBTIQ+) depende de múltiples factores. Esto varía según qué tanto conoce la red de vínculos del sujeto sobre su orientación sexual o identidad de género, si este contexto familiar y de amigos expresa ideales conservadores o se muestra como un ambiente “seguro”; a su vez, depende de factores económicos, como la dependencia a la familia (algo común en los más jóvenes), e incluso el grado de acceso a internet. Cavalcante (2018) por su lado, investiga el uso específico de la red social Tumblr como una “utopía virtual” para personas del colectivo LGBTIQ+. En su trabajo menciona que las redes sociales cumplen funciones sociopolíticas y culturales en esta comunidad, pues brindan un espacio donde investigar y aprender sobre las problemáticas que

atraviesan a este grupo. Por otro lado, el autor asevera que existe un componente de “aprendizaje social”, tal como lo plantea Bandura (citado en Feldman, 1997), debido a que en línea uno puede encontrar modelos que sirvan para constituir la identidad propia, y otro componente de aprendizaje que se logra mediante la experiencia, formando parte de encuentros sociales. Ambos trabajos, el de Cavalcante (2018) y el de Dhoest y Szulc (2016), nos invitan a pensar la función de las redes sociales virtuales en la construcción de la identidad de manera segura y con un acercamiento a sujetos que atraviesan situaciones similares a las propias.

Las Redes Sociales y el Bienestar

Desde el punto de vista de Bauman (2005), las relaciones en lo que él llama la “modernidad líquida” no tienen una verdadera profundidad, esto se debería a los rápidos cambios que existen en el contexto y son entendidos como algo normal. La velocidad de estos cambios no permitiría que el sujeto genere una verdadera implicación con los otros que lo rodean pues no se espera que los vínculos sean duraderos e invariantes. Esta visión pesimista respecto a los vínculos y al bienestar psicológico de los sujetos, y en especial los adolescentes, ha sido motivo de la escritura de múltiples artículos e investigaciones que intentan esclarecer el panorama.

Teppers y sus colaboradores (2014) se propusieron investigar, a través de un estudio longitudinal, la relación que existe entre el sentimiento de soledad y el uso de Facebook en la adolescencia, ya que sostienen que durante esta etapa se produce una reconfiguración de los vínculos que sostienen la identidad y podrían traer aparejados sentimientos de soledad. A su vez, los autores toman Facebook como eje central debido a su popularidad en adolescentes al momento de realizar el estudio y el peso que adquiere tanto la aceptación de los pares como la apariencia física durante esos años. En una revisión de investigaciones pasadas asociadas a esta temática los autores encontraron conclusiones contradictorias; por un lado, existen trabajos que obtienen como resultado una correlación positiva entre el uso de Facebook y el sentimiento de soledad y, por otro lado, se relevaron investigaciones que llegan a la conclusión opuesta. En el primer caso, los estudios muestran que los no usuarios de Facebook tienen una mayor tendencia a experimentar “soledad social” (entendida como la falta de integración social), pero al mismo tiempo menos “soledad en relación a los vínculos familiares” que los usuarios

de la red social. En consonancia con la postura de Bauman (2005), estas investigaciones concluyen que, si bien Facebook estimula la interacción social, también consume tiempo que se usaría para establecer “relaciones emocionalmente más gratificantes” (Teppers et al., 2014). Sin embargo, tal como se adelantó, existen otros estudios que exponen una idea radicalmente opuesta; los autores creen que esta discrepancia podría tener como origen los distintos usos que le dan los adolescentes a las redes. Siguiendo esta idea, en su propia conclusión, los investigadores describen que el uso de Facebook para hacer nuevos amigos redujo la soledad asociada a los pares, sin embargo, el uso de la red social a modo compensatorio de las habilidades sociales o reducir en cierta medida la soledad no hizo más que aumentar este sentimiento.

Shakya y Christakis (2017) por su parte realizaron una investigación en la cual se llevaron a cabo tres encuestas con tres años de diferencia que indagan la autoevaluación de la salud física, salud mental, satisfacción vital y el índice de masa corporal y su relación con el uso de Facebook. Si bien este estudio fue hecho con personas adultas puede dar información valiosa que oriente futuros trabajos con adolescentes. El relevamiento de trabajos que realizan los autores previo al análisis de datos propios coincide con lo señalado por Teppers et al. (2014), los resultados encontrados son contradictorios. Por una parte, la conclusión de algunos estudios insiste en una relación entre el uso de redes sociales y el aumento de problemas de salud mental, del alejamiento de las relaciones cara a cara, así como también de la adquisición de hábitos sedentarios (que podrían derivar en un mayor uso de dispositivos como celulares y computadoras, y potencialmente en un grado de adicción a los mismos). A su vez, estos estudios encontraron que se reduce el involucramiento en “actividades significativas” con un mayor uso de redes sociales y que se produce un daño a la autoestima debido a las comparaciones “injustas” con otros. Los autores las caracterizan de ese modo ya que los perfiles de las redes sociales no suelen ser un fiel reflejo de la vida de los individuos, puesto que tienden a mostrar únicamente los aspectos más positivos de sus vidas. Esto es especialmente relevante en la adolescencia, cuando los jóvenes se forman a través de modelos que reciben de su entorno y consumen en línea, como se mencionó anteriormente en este trabajo, lo que podría llevar a una distorsión de las aspiraciones y motivar comparaciones que dañan la autoestima, una pieza central en la adolescencia. Por otra parte, distintos trabajos relevados concluyeron que no

existiría una relación aparente entre el uso de las redes sociales y trastornos mentales como la depresión; es más, existen otros autores que resolvieron que el uso de las redes sociales, lejos de traer consecuencias negativas, tiene un impacto positivo en el bienestar debido a “un incremento en el apoyo social” y un refuerzo de las relaciones offline.

En el estudio hecho por Shakya y Christakis (2017), en la primera encuesta se relevaron 20.373 respuestas, en la segunda 27.879 y en la última 24.087; un total de 10.680 sujetos contestaron en los tres años y tan solo 8.186 le garantizaron a los investigadores acceso a sus datos de Facebook (cantidad de amigos, número de veces que han presionado el botón “me gusta”, cuántos enlaces visitaron en los últimos 30 días y cuántas veces actualizaron su estado en ese mismo período). Una vez procesada toda esta información el cruzamiento de datos arrojó como resultado que existiría una correlación positiva entre una buena red social offline y bienestar general; sin embargo, este no fue el caso del uso de Facebook, el cual se encontró negativamente correlacionado al bienestar general. Pensando en que el uso de smartphones es mayor en la edad adolescente y jóvenes adultos (INDEC, 2020) y que tan solo un 4% refiere no tener redes sociales (UNICEF, 2016) es interesante reflexionar respecto a los resultados descriptos y el efecto en la constitución subjetiva de este grupo etario, donde los vínculos con los otros son estructurantes y necesitan de cierta consistencia. Mayores investigaciones deben hacerse en esta población, considerando que las variables “bienestar” y “uso de Facebook” se encuentran en una relación dinámica, como mencionan pertinentemente Shakya y Christakis (2017).

Kardefelt-Winther (2017) realiza una revisión extensiva de investigaciones que toman como variables el uso de la tecnología y el bienestar; se enfoca principalmente en resaltar los errores metodológicos en los que estos estudios incurren y propone soluciones para solventar esos inconvenientes en pos de obtener resultados más confiables. Kardefelt-Winther en su premisa principal mantiene la misma línea que los otros autores anteriormente desarrollados: es importante entender el efecto de las nuevas tecnologías en los jóvenes debido al rápido desarrollo de las mismas y su masiva disseminación. Sin embargo, tal como se mencionó anteriormente, los resultados de las investigaciones no llegan a conclusiones similares, por el contrario, existen resultados que se oponen totalmente entre sí. Kardefelt-Winther (2017) sostiene que, de la información

relevada, en su mayoría, los estudios resuelven que las relaciones sociales de los niños se ven estimuladas por la tecnología, esto se debe a que pueden ser utilizadas para “mejorar las relaciones existentes y mantenerse en contacto con amigos” y por sujetos con menor “capital social” con la meta de construir “relaciones positivas”. En relación a las investigaciones que sostienen una conclusión opuesta, el autor de este trabajo argumenta que requieren un mayor desarrollo. Deben producirse trabajos que indaguen la relación del modo de uso de las redes, puesto que todas las investigaciones registradas se enfocan en medir la cantidad de horas que los jóvenes se encuentran conectados. Esto es señalado por el autor como un problema, ya que esta variable no garantiza necesariamente una correlación con la variable bienestar, puesto que gran parte de los círculos sociales se despliegan en línea y, tal como demuestra el trabajo de UNICEF (2016), hoy en día la conexión de los jóvenes es constante. Kardefelt-Winther esboza distintas recomendaciones para futuros trabajos para obtener resultados con mayor rigurosidad científica; el autor plantea la necesidad de estudios longitudinales que podrían brindar información respecto a los efectos a largo plazo de las tecnologías, también menciona la necesidad de considerar factores sociodemográficos que influyen en los resultados, puesto que al estudiar fenómenos sociales pensar en los distintos contextos es vital. Para el autor es una necesidad que las investigaciones sean capaces de ser replicadas por otros, lo que mejoraría su confiabilidad y hace énfasis en definir más acabadamente las variables en relación al uso de tecnologías.

En su investigación Beyens et al. (2016) proponen analizar la relación del uso de la plataforma Facebook y el fenómeno conocido como *fear of missing out* (FoMo), que se basa en la preocupación por la posibilidad de no ser parte de eventos, quedarse afuera de los mismos, lo que motiva una necesidad de saber qué hacen los otros (Lee et al., 2021). En su trabajo Beyens et al. (2016) obtienen interesantes resultados de sus 402 encuestas; en primer lugar, concluyen que existe una correlación entre la fuerte necesidad de pertenencia y de popularidad con un uso considerable de Facebook. Por otro lado, las mismas variables (necesidad de pertenencia y de popularidad) se asociaron fuertemente al FoMo; en relación a ello, al cotejar la información extraída de los instrumentos los autores encontraron que 1 en 10 adolescentes dijo que era “estresante” o “extremadamente estresante” no sentir que pertenecen al grupo de pares en Facebook. A su vez, los investigadores concluyeron que 1 en 4 adolescentes indicaron que no sentirse populares en la red

social era “estresante” o “extremadamente estresante”. Si bien estos resultados sirven abriendo una nueva línea de investigación considerando un fenómeno relativamente nuevo, los autores advierten que es necesario estudios para comprender acabadamente el impacto del FoMo en el bienestar subjetivo de los adolescentes, el cual afecta lógicamente los procesos psíquicos que se despliegan en este particular momento.

. De esta manera, teniendo en cuenta los trabajos hasta ahora mencionados, se puede pensar que la red puede actuar tanto como un facilitador a la hora de fomentar relaciones vitales en la construcción identitaria y a la vez como un potencial debilitador de vínculos, debido a la rapidez del mundo informático que impulsa a los individuos a mostrarse flexibles y descomprometidos (Bauman, 2005). Entrando en mayor profundidad, Calero y sus colaboradores (2018) se proponen analizar la relación entre la inteligencia emocional y la necesidad de pertenencia utilizando una muestra de 399 adolescentes de dos escuelas privadas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Como premisa principal los investigadores argumentan que “la necesidad de pertenencia se plantea como una necesidad humana universal y toma particular importancia durante la adolescencia”, y definen la necesidad de pertenencia como “la necesidad de tener interacciones afectivamente positivas en un contexto estable” (p. 41). De ese constructo teórico se configura también un “miedo al rechazo” por parte del grupo de pares como contracara; al respecto, en sus resultados describen que “aquellos que menos atención prestan a sus estados emocionales (inteligencia emocional) quizás posean menos herramientas para su desempeño social que se reflejan en mayores índices de necesidad de pertenencia y sus factores, necesidad de pertenencia y miedo al rechazo” (pp. 46-47). Los autores argumentan que los grupos de pares son necesarios, puesto que gracias a ellos los adolescentes pueden validar “emociones, pensamientos y comportamientos” propios de la etapa y se conforman modelos de referencia para los jóvenes, tal como proponen Bandura (Feldman, 1997) y Cavalcante (2018). Es por esta razón que en su trabajo Calero et al. (2018) argumentan que “el sentido de identidad personal dependerá de las interacciones familiares y las interacciones con sus pares que brinden al adolescente la posibilidad de tener experiencias de vinculación y de autonomía” (p. 41). Las redes sociales podrían entonces funcionar como vehículo que facilite el acceso a un grupo de pares que, siguiendo a estos autores, le daría cierta consistencia a la identidad en construcción.

Las Implicancias de las Redes Sobre el Concepto de Belleza

Otra línea de análisis que se dispara en relación a las redes sociales se relaciona a la construcción del concepto de belleza en la cultura occidental actual y su repercusión sobre los adolescentes, quienes desean adoptar una imagen agradable para los otros (Calero et al., 2018). Llorca Martínez y Márquez Martínez (2017) se proponen indagar sobre la concepción de belleza en distintas épocas y cómo ésta impacta en el arte y la moda, se sostiene de esta manera una mirada dinámica de la belleza, anclada a un contexto cultural e histórico. Es así que lo atractivo implica un fenómeno no solo físico, sino social. Las autoras toman como punto de partida la antigua Grecia, argumentan que durante los siglos VIII y I a.C. la simetría era lo más valorado. El cuerpo ideal de la mujer no ostentaba delgadez, eran valorados cuerpos “robustos”, todo lo opuesto a los años 70’ cuando, según las autoras, las píldoras para adelgazar toman un lugar central, o aún en la actualidad donde la delgadez parecería ser la norma.

Continuando con esta línea, cada vez es más común encontrar fotos con filtros o retoques, con la llegada de aplicaciones como Facetune y Airbrush ya no es necesario tener conocimiento de retoque fotográfico para lograr un buen resultado pues estas apps son accesibles a cualquiera con un dispositivo inteligente. En 2017 Facetune se coronó como la aplicación de pago más descargada en el App Store (Bell, 2017); esto, en conjunción con el informe del INDEC (2020) en el que se menciona que el uso de smartphones adolescentes de 13 a 17 alcanza el 88%, nos lleva a reflexionar respecto al impacto que pueden tener las tecnologías sobre los adolescentes que aún están desarrollando su identidad, la cual involucra la dimensión corporal. Si los jóvenes dicen estar conectados “todo el tiempo”, podrían entonces encontrarse expuestos a un gran caudal de información gráfica, principalmente, que muestre una realidad distorsionada por la edición ya no solo en publicidades sino también en contenido de pares.

Hopkins et al. (2020) sostienen en su investigación que la cantidad de búsquedas en relación a procedimientos cosméticos y productos de belleza en comparación con la cantidad de cuentas activas en Facebook e Instagram sugieren que las redes sociales influyen el interés en dichos procedimientos y productos. Siguiendo esta línea, una investigación llevada a cabo en Arabia Saudita halló una correlación significativa entre los sujetos que deseaban practicarse una cirugía y los

que admitieron utilizar filtros en sus fotografías (Aldosari, 2020). Es llamativo, entonces, pensar en la posible vinculación de algo naturalizado en la juventud como los filtros y una intervención quirúrgica que debería ser indagada en mayor profundidad. Lógicamente, se presenta la duda respecto al peso que adquieren estos recursos en la construcción de la noción de lo que es deseable y aceptable en el contexto social actual, algo que forma parte de la identidad adolescente donde la mirada del otro juega un rol principal.

Los autores del trabajo “*Do Social Network Sites Enhance or Undermine Subjective Well-Being?*” (Verduyn et al., 2017), que explora el vínculo de las redes sociales y la experiencia de bienestar, trabajan sobre la idea de la comparación social y la envidia estimulada por el uso de estos sitios. Al hacer una revisión bibliográfica del tema, los investigadores preliminarmente encontraron una correlación positiva entre las mencionadas variables; sin embargo, explorando más el tema arribaron a la conclusión que se trata de un “uso particular” de las redes sociales lo que motiva estos sentimientos mencionados, superando uno de los problemas metodológicos planteados por Kardefelt-Winther (2017). Para explicar acabadamente el fenómeno presentan tanto el uso “activo” de estas aplicaciones, como también el “pasivo”; el primero refiere a la situación en la que existe un intercambio con otros sujetos, tradicionalmente se produce algún tipo de información que se presenta de formas variadas como un mensaje, una publicación o cualquier tipo de interacción. En cambio, el uso pasivo de las redes sociales virtuales no involucra una interacción de manera directa con otros, se ve en actividades como el “monitoreo” de la vida de otras personas (*stalking*), se consume información sin producir una nueva. Esta distinción se vuelve relevante ya que los autores sostienen que la experiencia de envidia y comparación surge de la interacción pasiva, un tipo de uso de redes sociales que no resulta extraño en la adolescencia, tal como describen Ryan & Xenos (citados en Teppers et al. 2014). Ryding y Kuss (2020), al hacer una extensa revisión bibliográfica del tema, hallaron en estudios longitudinales que el uso pasivo de Facebook supone un aumento en la comparación de la apariencia con otros perfiles, lo que se vio positivamente asociado a una insatisfacción corporal.

En el trabajo de Verduyn et al. (2017) se encontró que la exposición a perfiles “atractivos” y/o “exitosos” (como podrían ser los influencers o pares) en el uso pasivo de redes tiene como resultado una experiencia subjetiva de bienestar menor

y un efecto contrario en la envidia, que se reporta por los participantes del experimento como más elevada. Para pensar este fenómeno podrían tomarse los desarrollos de Gardner y Davis (2014), quienes sostienen que "la identidad de los jóvenes está cada vez más prefabricada. Es decir, se desarrolla y se presenta de modo que transmita una imagen deseable (y definitivamente positiva) de la persona en cuestión" (p. 45), esto generaría estándares irreales e inalcanzables. Los autores describen que los adolescentes "deciden qué información destacar, a qué información restar importancia, qué información exagerar y qué información obviar por completo" lo cual trae aparejadas consecuencias (p. 47).

Verduyn et al. (2017) mencionan un experimento que tuvo como resultado que las participantes mujeres demostraron una tendencia a comparar su belleza con otras personas, encontrándose "menos satisfechas con su apariencia física al navegar por diez minutos en Facebook" (Fardouly et al., 2015, citados en Verduyn et al., 2017). En esta investigación podemos observar que las redes sociales tienen aspectos paradójales; por un lado, encontramos la satisfacción que se recibe de conectarse con otras personas, como pudo verse en el desarrollo de los grupos de pertenencia, y por otro, las redes sociales virtuales se muestran como un espacio propicio para el surgimiento de experiencias negativas, que perturban la construcción de la identidad adolescente.

El Lugar de los Influencers en la Adolescencia Moderna

Tal como se mencionó anteriormente, los creadores de contenido digital pueden ser una figura de identificación para los adolescentes, de ahí la importancia que tienen para este trabajo, pero ¿Quiénes son exactamente estas personas? Los influencers son personajes comunes en la nueva era digital, su nombre deriva de la potencial influencia que estos sujetos pueden tener sobre su audiencia, el fenómeno es tal que hoy en día existen muchos proyectos y reglamentaciones en varios países que intentan regular su actividad comercial y su impacto en la juventud. Hoy en día, por su alcance, las marcas tienden a orientar su estrategia de marketing hacia el trabajo con creadores de contenido en las redes. BigCommerce (Bailis, s.f) halló que el 89% de las marcas encuestadas aseguran que el retorno de la inversión del marketing con influencers es igual o mayor al que reciben por otros canales. Esto significa que las marcas podrían percibir mayores beneficios utilizando plataformas digitales que medios tradicionales como la televisión. Naturalmente, nos

preguntamos por la razón de este asombroso resultado. Para esclarecer estas tendencias Azlar Barrera (2019) analiza la relación de los adolescentes y los influencers, en su investigación descubrió que la mayor parte de los entrevistados percibía a su influencer favorito más como un par que como alguien parte de los medios de comunicación, a su vez tendían a ubicar al influencer más lejos del rol de celebridad convencional y más como alguien que podría estar en su grupo de amigos. Puede pensarse, entonces, que hoy por hoy los influencers, debido a su lugar en la cultura, tienen un rol importante en la construcción de la identidad. Un dato no menor que pudo relevar la investigadora, es que los entrevistados admitieron verse influenciados en relación a sus valores por los creadores de contenido; tal es así que uno de los entrevistados argumentó que ver cómo su influencer favorito trataba a la gente a su alrededor y a sus amigos disparó la reflexión sobre sus propias conductas para con el resto. Por otro lado, los entrevistados unánimemente admitieron que estos creadores de contenido tienen influencia en sus decisiones de compra, lo que nos lleva a pensar respecto al potencial condicionamiento que podría existir sobre los gustos de los adolescentes.

El fenómeno del *fear of missing out* también es investigado desde la mirada de una sociedad de consumo, Lee et al. (2021) trabaja la relación entre influencers, los hábitos de compra, la felicidad y el FoMo. Como conclusión principal, los autores extraen de los datos analizados que los individuos con mayor FoMo visitaban con más frecuencia perfiles de influencers, lo que se traduce en una mayor frecuencia en la compra de productos recomendados por los mismos, lo que finalmente se percibe como felicidad. Entonces, el FoMo tiene un lugar importante en la motivación de compra de productos publicitados por influencers, es así que se puede hacer un análisis con mayor profundidad de estas celebridades digitales no sólo como modelos para el aprendizaje social (Feldman, 1997) sino también como agentes en una sociedad capitalista que tienden a tener como público a adolescentes. No sentirse fuera de tendencias materializadas en productos de belleza, ropa, etc. podrían influir en el armado de vínculos sociales y grupos de pertenencia, pero se requiere aún mayor investigación para asegurarlo.

Balleys et al. (2020) toman como centro de su investigación el sitio de videos Youtube y analizan la relación que se crea entre el creador de contenido (conocido popularmente como *Youtuber*). Los autores resaltan una estrategia discursiva interesante: el uso de la segunda persona del singular; al dirigirse directamente a la

audiencia se configura cierta cercanía y una especie de diálogo que interpela a quien consume el video, así como también el germen de lo que Horton y Wohl llamaron “interacción parasocial” (Hartmann y Goldhoorn, 2011). Este último concepto es definido como un “simulacro” de una conversación; en este caso particular, se usaría para describir el sentimiento inmediato que percibe la audiencia de determinado *Youtuber* respecto al “intercambio” que mantienen, el cual es vivido ilusoriamente como recíproco y personal. Desarrollos posteriores de esta idea sugieren que existiría una identificación del receptor del discurso y quien lo enuncia, lo que podría explicar en mayor profundidad los resultados relevados por Azlar Barrera (2019). Este circuito discursivo se ve reforzado con la sección de comentarios, donde la audiencia puede escribir un mensaje dirigido específicamente a quien subió el video, lo que permite la posibilidad de un intercambio y sostiene con mayor vigor la ilusión de que los *Youtubers* son más alcanzables. Este lazo permanece, dicen los investigadores, si los consumidores sienten que la persona del otro lado de la pantalla es “genuina y honesta”. Resulta llamativo retomar la conceptualización de “red social personal” de Sluzki (1996), quien la define como la sumatoria de las relaciones que cada sujeto “percibe como significativas o define como diferenciadas de la masa anónima de la sociedad” (p. 42) ¿Qué lugar detentan los influencers en las redes de los adolescentes considerando la particular relación discursiva que se genera? Esta interrogante resulta central puesto que la red social personal “contribuye sustancialmente a su propio reconocimiento como individuo y a su imagen de sí” (p. 42).

Balleys et al. (2020) describen que las celebridades digitales en sus videos comparten experiencias personales o íntimas, lo que dispara sentimientos de familiaridad, unidad e identificación en la audiencia. Este último punto resulta central en el desarrollo de este trabajo y es pensado por los autores como una pieza crucial para establecer un sentimiento de “pertenencia colectiva”, el cual es sostenido gracias a la transmisión de experiencias de lo que es ser adolescente y la conformación del sentimiento de comunidad. Los investigadores pertinentemente señalan que no solo existe un vínculo de la audiencia con el creador de contenido, sino que se crea una comunidad que reúne a los fans de determinado *Youtuber* gracias a que tienen intereses similares. Gardner y Davis (2014) en su trabajo sobre la “Generación APP” sostienen que muchas de las redes sociales “permiten acceder a distintas comunidades virtuales, por lo que cada faceta permite al dueño

encontrarse en comunión casi instantánea con personas de gustos parecidos” esto refuerza la idea de grupo de pertenencia que sostiene a la identidad adolescente (p.45).

Balleys et al. (2020) en continuando en la misma línea mencionan que los grupos de amigos tienden a seguir a los mismos creadores de contenido, miran lo que éstos publican juntos, hablan sobre ellos y los temas que tocan en sus videos. Es aquí donde se hace patente la función de modelado en relación al aprendizaje social (Feldman, 1997), al formar parte de una comunidad los sujetos se constituyen y enriquecen a través de los intercambios producidos. En relación a este tema, en una de las entrevistas conducidas para la investigación de Balleys et al. (2020), un adolescente mencionó que el “apego” a los *Youtubers* funciona como una conexión social tan fuerte que puede derivar en nuevas amistades, pues al consumir este contenido los adolescentes encuentran modelos cruciales en la construcción de la identidad y una comunidad de amigos con intereses similares. La oportunidad de un acercamiento online brinda la posibilidad que es casi imposible de replicar en la presencialidad: presentarse de una manera “más extrovertida y expansiva” cuando en persona resultan ser “tímidos y tranquilos” (Gardner & Davis, 2014). Esto puede verse como un facilitador en la comunicación o un potencial problema que derivaría de la dependencia a la tecnología para formar vínculos en detrimento de las habilidades sociales cara a cara.

Conclusiones

A lo largo del trabajo se ha podido describir el uso de redes sociales en la adolescencia en diferentes dimensiones de análisis. De esta manera se evidenció el uso intensivo y el gran alcance que tienen las mismas en el grupo etario delimitado en Argentina, al verse reflejado el lugar privilegiado que tienen en su vida cotidiana. A su vez, se ha revisado la relación entre adolescencia e identidad, y se encontró un vínculo innegable entre ambos procesos, que a su vez se ven asociados a la cultura. También se profundizó la noción de construcción de la identidad atravesada por las redes sociales, se pudo concluir a partir del análisis de los trabajos expuestos que estos sitios tienen un papel fundamental en la manera en la que los jóvenes interactúan y en el contenido que consumen, lo cual repercute en el trabajo

de construcción identitaria. Finalmente, se esbozó la importancia de la temática al pensarla como un fenómeno cultural actual con gran importancia en el campo psicológico puesto que la adolescencia implica cambios emocionales y psíquicos.

Sin embargo, es necesario también detenerse a mencionar las limitaciones de este estudio. Primeramente, existen pocas investigaciones tanto cuantitativas como cualitativas en relación a la temática abordada con una muestra argentina, lo que nos lleva a tomar como referencia estudios con poblaciones que pueden diferir culturalmente con la de nuestro país. Esto naturalmente tiene un impacto sobre las conclusiones a las que se puede arribar, ya que como se mencionó anteriormente, la identidad se construye en base a una cultura enmarcada en un contexto socio-histórico (Berger & Luckmann, 1968). En segundo lugar, tal como plantea Kardefelt-Winther (2017), existen errores metodológicos y limitaciones en gran parte de las investigaciones, lo que también llevaría a conclusiones con cierto margen de error. Es sumamente importante que se explore aún más este área de investigación considerando el panorama social cambiante que nos atraviesa, donde la tecnología ocupa cada vez un espacio más privilegiado (como sucede actualmente con la pandemia por Covid-19).

Es a su vez, de cabal importancia reflexionar respecto al rol que tienen los y las psicólogos en relación a la problemática abordada. En caso de detectar esquemas cognitivos disfuncionales, es necesario que los y las profesionales implementen estrategias acordes al paciente en particular. Como agentes de salud que están en contacto con las distintas generaciones es sumamente importante que haya una formación en cuanto a nuevos desarrollos tecnológicos constante. Para lograr intervenir es necesario que conozcamos el contexto social en el que se desenvuelven estas adolescencias, conocer las herramientas que los jóvenes usan, las tendencias, problemáticas y maneras de vincularse. El trabajo del psicólogo se basa en un constante desaprender y reaprender (Toffler, 1972).

Por último, queda a modo de reflexión los posibles desarrollos y cambios en la cultura que se avecinan con las futuras generaciones ¿Qué impacto tendrá el perfeccionamiento de la Inteligencia Artificial? Hoy por hoy algunas empresas han diseñado a sus propios creadores de contenido basados en esta tecnología ¿Esto podría alterar la identificación de los adolescentes con los influencers? Al ser un terreno nuevo con escasa regulación, también se abre la pregunta respecto a las futuras leyes que podrían entrar en vigencia en los años futuros. Ya hay pocos

países donde los acuerdos entre marcas e influencers deben ser claramente explicitados en las publicaciones en un ánimo de reducir la publicidad engañosa: siguiendo esta línea, también existen lugares donde se le prohíbe a los influencers el uso de filtros en publicidades. El rápido desarrollo de la tecnología y el movimiento de la web 3.0 a la 4.0, cada vez más integrada a nuestra vida cotidiana, a su vez nos presenta la incógnita respecto a una potencial sobrecarga de información y sus consecuencias (Tofler, 1972). Estas incógnitas dejan abierto el camino para futuras investigaciones que enriquezcan el conocimiento de la adolescencia y el lugar de la identidad en la misma.

Referencias Bibliográficas

- Aldosari, B. (2020). *Do filters and pose in selfies have an effect on cosmetic procedures*. Saudi Journal of Otorhinolaryngology Head and Neck Surgery, 22(1), 21. https://doi.org/10.4103/SJOH.SJOH_1_20
- Almela, A. C. (2002). El paradigma de la complejidad como salida de la crisis de la posmodernidad. *Discurso, órgano de la Federación Andaluza de Semiótica*, 16-17, 1-14.
- Ato, Manuel, López, Juan J., & Benavente, Ana. (2013). *Un sistema de clasificación de los diseños de investigación en psicología*. Anales de Psicología, 29(3), 1038-1059. <https://dx.doi.org/10.6018/analesps.29.3.178511>
- Azlar Barrera, M. (2019). *The Relationship Influencer-Teenager. Exploring its relation with Brand attitude and Brand credibility on Generation Z*. Copenhagen Business School, Copenhagen, Dinamarca
- Bailis, R. (s.f.). The State of Influencer Marketing: 10 Influencer Marketing Statistics to Inform Where You Invest. *Bigcommerce*. <https://www.bigcommerce.com/blog/influencer-marketing-statistics/#the-biggest-influencer-marketing-challenges>
- Balleys, C., Millerand, F., Thoër, C., & Duque, N. (2020). Searching for Oneself on YouTube: Teenage Peer Socialization and Social Recognition Processes. *Social Media + Society*, 6(2), <https://doi.org/10.1177/2056305120909474>
- Barrionuevo, J. (2015). *Adolescencia y tecnologías de la información y la comunicación*. Buenos Aires: Facultad de Psicología, UBA.
- Bauman, Z. (2005). *Identidad*. Buenos Aires, Argentina: Losada.

- Bell, K. (2017). Apple's most downloaded apps of 2017. *Mashable*.
<https://mashable.com/2017/12/07/apple-most-popular-iphone-apps-2017/>
- Benaiges, J. V. & Forte M. V. (2018). *Características de la Red de Apoyo Social y Bienestar Psicológico en Adolescentes* [Tesis de Grado]. Repositorio de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional de Mar del Plata.
<http://rpsico.mdp.edu.ar/handle/123456789/723>
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1968). La construcción social de la realidad. Amorrortu.
- Beyens, I., Frison, E., & Eggermont, S. (2016). "I don't want to miss a thing": Adolescents' fear of missing out and its relationship to adolescents' social needs, Facebook use, and Facebook related stress. *Computers in Human Behavior*, 64, 1-8.
- Calero, A. D., Barreyro, J. P., Formoso, J., & Injoque-Ricle, I. (2018). Inteligencia emocional y necesidad de pertenencia al grupo de pares durante la adolescencia.
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/3396/339660091017/339660091017.pdf>
- Castells, M. (1998). La era de la Información. Vol. 1. *La sociedad red. Introducción y caps. 1 y 5*. Madrid: Editorial Alianza.
- Cavalcante, A. (2018). *Tumbling Into Queer Utopias and Vortexes: Experiences of LGBTQ Social Media Users on Tumblr*.
<https://doi.org/10.1080/00918369.2018.1511131>
- Chala Bernal, L. D., & Matoma Fetiva, L. V. (2013). La construcción de la identidad en la adolescencia.
- Dans, I. (2015). Identidad digital de los adolescentes: la narrativa del yo. *Revista de Estudios e Investigación en Psicología y Educación*, (13), 001-004.
<https://doi.org/10.17979/reipe.2015.0.13.145>

Deloitte (2019). Consumo Móvil en Argentina 2018 [Infografía]. Recuperado de <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ar/Documents/technology-media-telecommunications/arg-infografia-consumo-movil-2019.pdf>

Deloitte. (2017, diciembre). Consumo móvil en Argentina: Los móviles prueban ser indispensables en un mundo “siempre” conectado. https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ar/Documents/technology-media-telecommunications/Argentina-Mobile-Consumer-Trends_Diciembre-2017.pdf

De Ugarte, D. (2007). El poder de las redes: Manual ilustrado para personas, colectivos y empresas abocados al ciberactivismo. El Cobre Ediciones.

Dhoest, A., & Szulc, L. (2016). Navigating Online Selves: Social, Cultural, and Material Contexts of Social Media Use by Diasporic Gay Men. *Social Media + Society*, 2(4), 1–10. <https://doi.org/10.1177/2056305116672485>

Erausquin, C. (2010). Adolescencia y escuelas: Interpelando a Vygotsky en el siglo XXI: Unidades de análisis que entrelazan tramas y recorridos, encuentros y desencuentros. *Revista de psicología*, 10, 59-81

Feldman, R. (1997) *Aprendizaje*. En: Psicología. México: McGraw Hill Interamericana.

Feixa, Carles. (2006). Generación XX. Teorías sobre la juventud en la era contemporánea. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 4(2), 21-45. Retrieved September 10, 2021, from http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-715X200600200002&lng=en&tlng=es.

Fondo de las Naciones Unidas para la infancia (2016). Kids Online/ Chic@s Conectados: Investigación sobre percepciones y hábitos de niños, niñas y

adolescentes en internet y redes sociales. Recuperado de <https://www.unicef.org/argentina/media/1636/file/Kids-online.pdf>

Gardner, H., & Davis, K. (2014). La generación APP : Cómo los jóvenes gestionan su identidad, su privacidad y su imaginación en el mundo digital. Paidós.

Gómez Pereda, N. (2014). Youtubers: fenómeno de la comunicación y vehículo de transmisión cultural para la construcción de identidad adolescente.

Hartmann, T., & Goldhoorn, C. (2011). Horton and Wohl revisited: Exploring viewers' experience of parasocial interaction. *Journal of communication*, 61(6), 1104-1121.

Hopkins, Z. H., Moreno, C., & Secret, A. M. (2020). Influence of Social Media on Cosmetic Procedure Interest. *The Journal of clinical and aesthetic dermatology*, 13(1), 28–31.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación (6a. ed.)*. México D.F.: McGraw-Hill Education.

Instituto Nacional de Estadística y Censos [INDEC]. (2020, mayo). Acceso y uso de tecnologías de la información y la comunicación. EPH (Informe N° 83). https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/mautic_05_20A36AF16B31.pdf

Ives, E. (2014). La identidad del Adolescente. Cómo se construye. *Revista de Formación Continuada de la Sociedad Española de Medicina de la Adolescencia*, 2(2), 14-18.

Kardefelt-Winther, D. (2017). How does the time children spend using digital technology impact their mental well-being, social relationships and physical activity? An evidence-focused literature review. UNICEF.

<https://www.unicef-irc.org/publications/pdf/Children-digital-technology-wellbeing.pdf>

Latorre, M. (2018). Historia de las web, 1.0, 2.0, 3.0 y 4.0. Universidad Marcelino Champagnat, 1-8.

Lee, J. A., Bright, L. F., & Eastin, M. S. (2021). Fear of Missing Out and Consumer Happiness on Instagram: A Serial Mediation of Social Media Influencer-Related Activities. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*.

Llorca Martínez, C., & Márquez Martínez, M. (2017). Evolución y análisis del canon de belleza aplicado a la moda: análisis de Karl Lagerfeld, John Galliano y Victoria's Secret (1995–2007–2016).

Lozano Vicente, Agustín. (2014). Teoría de Teorías sobre la Adolescencia. Última década, 22(40), 11-36. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-22362014000100002>

Mead, M. (1928). Adolescencia, sexo y cultura en Samoa (Editorial Planeta). De Agostini–Barcelona España.

Mendoza Berjano, R. (2016). La adolescencia como fenómeno cultural: lección inaugural curso académico 2008-2009 (Vol. 28). Servicio de Publicaciones de la Universidad de Huelva.

Merlo Vega, J. A., & Sorli Rojo, A. (1998). Acceso a la información y suministro de documentos en la era Internet.

Montero, M. (1984). La psicología comunitaria: orígenes, principios y fundamentos teóricos. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 16(3),387-400. ISSN: 0120-0534. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80516303>

Neri, C. (2001). Bytes y Papel. Singularidad en la red /Escenas del Chat. Ed. Lo digital.

Our World in Data (s.f.) Number of people using social media platforms. Obtenido de:

<https://ourworldindata.org/grapher/users-by-social-media-platform?tab=table&time=2017..2019>

Ryding, F. C., & Kuss, D. J. (2020). The use of social networking sites, body image dissatisfaction, and body dysmorphic disorder: A systematic review of psychological research. *Psychology of Popular Media*, 9(4), 412–435. <https://doi.org/10.1037/ppm0000264>

Roussos, A. J. (Junio, 2011). Preparación de una revisión bibliográfica para su publicación cuando un solo artículo nos habla de muchos trabajos. *FUNICS, reportes de investigación*, 1, 1-7.

Shakya, H. B., & Christakis, N. A. (2017). Association of Facebook Use With Compromised Well-Being: A Longitudinal Study. *American Journal of Epidemiology*, 185(3), 1–9. <https://doi.org/10.1093/aje/kww189>

Sluzki, C. (1996). La red social: proposiciones generales. En C. Sluzki, *La red social: frontera de la práctica sistémica* (pp. 37-70). México: Gedisa.

Teppers, E., Luyckx, K., A. Klimstra, T., & Goossens, L. (2014). *Loneliness and Facebook motives in adolescence: A longitudinal inquiry into directionality of effect*. *Journal of Adolescence*, 37(5), 691–699. doi:10.1016/j.adolescence.2013.11.00

Toffler, A., & Aleu, J. F. (1972). *El "shock" del futuro*. Barcelona: Plaza & Janés.

Universidad de Buenos Aires (2021). *Psicología Evolutiva: Adolescencia*, Cátedra I [Programa de la materia].

Verduyn, P., Ybarra, O., Résibois, M., Jonides, J., & Kross, E. (2017). *Do Social Network Sites Enhance or Undermine Subjective Well-Being? A Critical*

Review. Social Issues and Policy Review, 11(1), 274–302.

doi:10.1111/sipr.12033

Wainstein, M. (comp.) (2016). *Escritos de Psicología Social*. Buenos Aires, Argentina: JCE Ediciones.

Watts, D. J. (2004). *Six degrees: The science of a connected age*. WW Norton & Company.