

## **Aprovechando oportunidades arriesgadas en la creación de contenido joven: El uso por adolescentes de webs de redes sociales para la intimidad, la privacidad y la expresión propia<sup>1,2</sup>**

### ***Tomando oportunidades ariscadas na criação de conteúdo jovem: o uso pelos adolescentes de sites de redes sociais para intimidade, privacidade e expressão própria***

### *Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression*

Sonia Livingstone<sup>3</sup>

**Resumen** *La explosión de sitios de red social como MySpace, Facebook, Bebo y Friendster se ve, en gran medida, como una oportunidad apasionante, principalmente por parte de los jóvenes. Sin embargo, la respuesta del público tiende a ser de intrigado asombro hacia lo que parece ser una generación con muchos amigos, pero con poco sentido de la privacidad y una fascinación narcisista por la exposición del self (self-display). Este estudio investiga las prácticas de las redes sociales (networking) de los adolescentes, proponiendo revelar las sutiles conexiones entre oportunidades y riesgos on-line. Mientras los adolescentes más jóvenes disfrutan con la posibilidad de volver a crear continuamente una identidad altamente decorativa y estilísticamente elaborada, los más mayores optan por una estética más sencilla que resalte sus conexiones con los demás, expresando así una noción de identidad vivida a través de relaciones*

<sup>1</sup> Published as Livingstone, S. (2008) Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *New Media & Society*, 10(3): 393-411. Available in Sage Journal Online (Sage Publications Ltd. – All rights reserved): <http://nms.sagepub.com/content/10/3/393.abstract>

<sup>2</sup> Agradezco al Consejo de Investigación de Noruega la financiación del *Mediatized Stories: Mediation Perspectives On Digital Storytelling Among Youth*, trabajo del que este estudio forma parte. Agradezco también a David Brake, Shenja van der Graaf, Angela Jones, Ellen Helsper, Maria Kyriakidou, Annie Mullins, Toshie Takahashi, y a dos revisores anónimos sus comentarios sobre una versión anterior de este artículo. Por último, mi agradecimiento a los jóvenes que participaron de este proyecto.

<sup>3</sup> Sonia Livingstone es profesora de Psicología Social en el Departamento de Medios y Comunicación en la Escuela de Economía y Ciencias Políticas de Londres. También autora o editora de diez libros y más de cien artículos académicos y capítulos en las áreas de audiencias de los medios de comunicación, los niños e Internet, contextos domésticos del uso de medios de comunicación y literacia mediática. Entre sus publicaciones recientes destacan *Young People and New Media* (Sage, 2002), *The Handbook of New Media* (editado con Leah Lievrouw, Sage, 2006) y *Public Connection? Media Consumption and the Presumption of Attention* (con Nick Couldry y Tim Markham, Palgrave, 2007). Actualmente dirige la red de investigación temática *EU Kids Online*, para el programa *EC's Safer Internet Plus*.

*auténticas. Este artículo también establece el contraste entre la concepción graduada que los adolescentes tienen de sus “amigos” con la clasificación binaria de webs de redes sociales, siendo esta una de las diversas formas por las que la privacidad on-line se modela, y debilita, por las affordances de esas webs.*

**Palabras-clave:** Webs de redes sociales. Comunicación on-line. Identidad. Adolescentes y juventude. Privacidad.

**Resumo** *A explosão de sites de rede social, tais como MySpace, Facebook, Bebo e Friendster, é em grande parte vista como uma oportunidade emocionante, principalmente para a juventude. No entanto, a resposta do público tende a ser uma intrigante estupefação pelo que parece ser uma geração com muitos amigos, mas pouco senso de privacidade e com um fascínio narcisista com a exposição do self (self-display). Este estudo explora as práticas de redes sociais (networking) dos adolescentes, propondo desvelar as conexões sutis entre oportunidade e risco on-line. Enquanto os adolescentes mais jovens se deleitam com as oportunidades de recriar continuamente uma identidade altamente decorativa e estilisticamente elaborada, os adolescentes mais velhos optam por uma estética mais simples que ressalte suas ligações com os outros, expressando assim uma noção de identidade vivenciada através de relacionamentos autênticos. Este artigo também contrasta a concepção graduada que os adolescentes têm dos seus “amigos” com a classificação binária de sites de redes sociais, sendo esta uma das várias maneiras pelas quais a privacidade on-line é modelada, e enfraquecida, pelas affordances desses sites.*

**Palavras-chave:** Sites de redes sociais. Comunicação on-line. Identidade. Adolescentes e juventude. Privacidade.

**Abstract** *The explosion in social networking sites such as MySpace, Facebook, Bebo and Friendster is widely regarded as an exciting opportunity, especially for youth. Yet the public response tends to be one of puzzled dismay regarding, supposedly, a generation with many friends but little sense of privacy and a narcissistic fascination with self-display. This article explores teenagers’ practices of social networking in order to uncover the subtle connections between online opportunity and risk. While younger teenagers relish the opportunities to continuously recreate a highly decorated, stylistically elaborate identity, older teenagers favour a plain aesthetic that foregrounds their links to others, thus expressing a notion of identity lived through authentic relationships. The article further contrasts teenagers’ graded conception of “friends” with the binary classification of social networking sites, this being one of several means by which online privacy is shaped, and undermined, by the affordances of these sites.*

**Keywords:** Social networking sites. Online communication. Identity. Teenagers and youth. Privacy.

---

Data de submissão: 13/04/2012

Data de aceite: 15/06/2012

## Introducción

Los jóvenes siempre dedicaron atención a la manera de presentarse. Las amistades siempre se hicieron, se mostraron y se rompieron. Unos desconocidos –extraños, extravagantes o amenazadores– quedan siempre planeando alrededor del grupo. Y los observadores adultos acostumbran a sorprenderse con las prácticas de los jóvenes y sus “pares” (*peers*). Aún así, la reciente explosión de las webs de redes sociales *on-line*, como MySpace, Facebook, Bebo y otras, suscitó un interés considerable entre los académicos, los formuladores de políticas, los padres y los propios jóvenes, que apuntan repetidamente que está sucediendo algo nuevo. ¿Qué distingue, entonces, la construcción que los jóvenes hacen de sí mismos, y la que hacen de las relaciones con sus “pares”, ahora que están cada vez más mediatizadas por los sitios *webs* de las redes sociales?

En términos de *affordances*, los sitios de las redes sociales hacen posible la comunicación entre círculos de contactos cada vez mayores, y atraen la convergencia de actividades, hasta entonces separadas, de e-mails, mensajes, creación de páginas nuevas, diarios, álbumes de fotografías y cargas y descargas de música o de vídeos. Desde el punto de vista del usuario, usar los medios de comunicación, ahora más que nunca, significa tanto crear como recibir, y el control del usuario va mucho más allá del acto de seleccionar los contenidos preparados (*ready-made*) producidos masivamente. El propio lenguaje de las relaciones sociales está siendo reestructurado; actualmente, las personas construyen sus “perfiles”, optan entre hacerlo “públicos” o “privados”, “comentan” o “envían mensajes” a sus “mejores amigos” en sus “muros”, “bloquean” o “añaden” personas a su red, y muchas otras cosas.

Parece que, para muchos, crear y hacer *networking* de contenidos *on-line* está convirtiéndose en una forma integral de gestionar la propia identidad, el estilo de vida y las relaciones sociales. En Gran Bretaña, MySpace es, con mucha diferencia, la red social más popular, con 6.5 millones de visitantes solo en mayo de 2007, seguida por los 4 millones por la red Bebo, y por los 3,2 millones de la red Facebook. Las cifras refe-

rentes a los Estados Unidos son mucho más altas, con 38,4 millones de visitantes únicos de la MySpace en mayo de 2006<sup>4</sup>. Los jóvenes están en la vanguardia de las prácticas de redes sociales: el 31% de los usuarios de MySpace tienen menos de 18 años, como también el 54% de los usuarios de la Bebo<sup>5</sup>; en los Estados Unidos, 6,6 millones de usuarios únicos entre 12 y 17 años visitaron MySpace en agosto de 2006<sup>6</sup>; y en Europa, el 32% de los usuarios *on-line* entre 16 y 24 años acceden a webs de redes sociales por lo menos una vez por mes.<sup>7</sup>

Algunas visiones optimistas dan relevancia a las nuevas oportunidades de autoexpresión, sociabilidad, compromiso comunitario, creatividad y nuevos conocimientos. Los críticos académicos argumentan que la creación de contenidos jóvenes va contra el dominio tradicional de los consumidores por parte de los productores, y facilita una innovadora cultura de “pares” (*peers*) entre los jóvenes, tanto a nivel local como global. Los formuladores de políticas públicas esperan que las habilidades de literacia mediática, desarrolladas a través de las redes sociales, se transformen para asistir al aprendizaje y la participación *on-line*, y para proteger a los jóvenes de los riesgos *on-line* asociados a las representaciones transgresivas de ellos mismos y los contactos abusivos con los otros. Los discursos populares y de los propios medios reflejan muy frecuentemente una intrigada estupefacción con el hecho de que los jóvenes vivan en un mundo tan diferente del que fue el mundo de la juventud (recordada con nostalgia) de los adultos de hoy.

Los pánicos de los medios amplificaron la ansiedad que el público ya tiene en relación a las redes sociales. La “generación MySpace”, según dicen, no tiene ningún sentido de la privacidad o de la vergüenza. Un titular llamativo dijo: “El choque de generaciones encuentra libertad

<sup>4</sup> Nielsen//Netratings (2006) ‘Social Networking Sites Grow 47 Percent, Year over Year, Reaching 45 Percent of Web Users’, 11 May, URL (consulted 26 November 2007): [http://www.nielsen-netratings.com/pr/pr\\_060511.pdf](http://www.nielsen-netratings.com/pr/pr_060511.pdf)

<sup>5</sup> BBC News (2006) ‘Social Sites Wrestle for Top Spot’, 24 May, URL (consulted 26 November 2007): <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/5012194.stm>

<sup>6</sup> Comscore (2006) ‘More than Half of MySpace Visitors Are Now Age 35 or Older’, 5 October, URL (consulted 6 July 2007): <http://www.comscore.com/press/release.asp?press=1019>

<sup>7</sup> EIAA (2006) ‘Social Networking to Drive Next Wave of Internet Usage’, 29 November, URL (consulted 6 July 2007): <http://www.eiaa.net/news/eiaa-articles-details.asp?id106&lang=1>

*on-line*: los niños de la era de Internet están preparados para desnudarse de cuerpo y alma de una manera que sus padres nunca serían capaces”.<sup>8</sup> Y otro declaró: “Los niños de hoy. Ningún sentido de la vergüenza. Ningún sentido de la privacidad.”<sup>9</sup> Además de todo, los participantes de las redes sociales son presuntamente narcisistas integrales: “MySpace es sobre mí, yo, yo, y mírame y mírame.”<sup>10</sup> En resumen, es normal pensar que, en el mejor de los casos, participar en las redes sociales es una pérdida de tiempo y causa de aislamiento social, y, en la peor de las hipótesis, permite a los pedófilos sobornar (*grooming*) a los niños en sus cuartos<sup>11</sup> o permite que los adolescentes sean seducidos a participar de pactos suicidas mientras los padres piensan que están haciendo los deberes.

### **Mediando la red social**

Parece, por fin, que los medios académicos se mantuvieron actualizados respecto a las innovaciones del mercado y las prácticas sociales. Un cuerpo creciente de investigación empírica, que reacciona oportunamente a los extremismos, viene examinando la forma en que las personas crean sus perfiles personales, hacen el *networking* con contactos ya conocidos y nuevos y participan de varias formas en comunidades *on-line* (Boyd, 2006; Boyd y Ellison, 2007; Hinduja y Patching, en prensa; Lenhart y Madden, 2007). Van apareciendo ciertas tendencias que desafían ya las simples distinciones que se hacían cuando comenzó la investigación de los nuevos medios. Se nota que, a pesar del potencial para redes sociales globales, los contactos de la mayoría de las personas son locales, con lazos más estrechos preexistentes de es-

<sup>8</sup> Sunday Times (2007) ‘Generation Shock Finds Liberty Online’, 25 February, URL (consulted 30 January 2008): <http://www.timesonline.co.uk/tol/news/uk/article1433751.ece>

<sup>9</sup> Nussbaum, E. (2007) ‘Say Everything’, New York Magazine, 12 February, URL (consulted 6 July 2007): <http://nymag.com/news/features/27341/>

<sup>10</sup> Fairfax Digital News (2007) ‘Turning Japanese’, 1 March, URL (consulted 30 January 2008): <http://www.theage.com.au/news/web/turning-japanese/2007/02/28/1172338633250.html>

<sup>11</sup> I do not mean, here, to deny that such cases occur.

tudio o trabajo (Haythornthwaite, 2001), principalmente entre los adolescentes (Gross, 2004); aunque los nichos de redes estén en general dispersos geográficamente, el interés por “extraños” o personas lejanas es mínimo (Boneva, Quinn, Kraut, Kiesler, y Shklovski, 2006; Mesch y Talmud, 2007). Esto no significa, sin embargo, que se esté sustituyendo la comunicación cara a cara. De hecho, las redes sociales están sustituyendo hasta cierto punto otras formas de comunicación *on-line* (e-mail, salas de chat o *chatrooms*, creación de páginas webs), pero están incorporando otras (mensaje instantáneo, *blogging*, descarga de música) e incluso haciendo la mediación entre otras (principalmente la comunicación cara a cara y por teléfono) (Bolter y Grusin, 1999; Jenkins, 2006). En consecuencia, la simple distinción entre *off-line* y *on-line* ya no comprende todas las prácticas complejas asociadas a las tecnologías *on-line* porque estas ya se han introducido profundamente en la rutina de la vida diaria (Bakardjieva, 2005; Silverstone, 2006).

Estas percepciones se centran en las ascendentes prácticas sociales con las redes sociales *on-line*. Sabemos menos sobre la contribución específica de los sitios de relaciones sociales al desarrollo de esas prácticas, si es que han existido. Para entender la relación entre las dos, la noción de mediación –social y tecnológica– nos permite evitar un relato tecnológicamente determinista y también reconocer, a la vez, el papel formador tanto de las prácticas tecnológicas como de las sociales (Bakardjieva, 2005). Hjarvard (2006: 5) propone que:

la mediación se refiere a la comunicación por uno o más medios a través de los cuales el mensaje y la relación entre remitente y destinatario son influidos por las *affordances* y restricciones de cada medio específico y de los géneros implicados.

Por tanto, como toda comunicación está necesariamente mediada, se hace necesario un estudio empírico sobre las formas y prácticas específicas asociadas a un medio concreto. De un modo complementario, e inspirándose en la psicología ecológica de Gibson, Hutchby

(2001: 44) teoriza la reciprocidad entre la configuración tecnológica y las prácticas sociales así:

las *affordances* son aspectos funcionales y relacionales que enmarcan, sin determinar, las posibilidades para la acción ejecutiva en relación a un objeto. De esta forma, se pueden entender las tecnologías como artefactos susceptibles tanto de ser moldeados como de moldear las prácticas que las personas usan en la interacción con, alrededor de, y a través de personas.

Este artículo combina esas perspectivas con la metodología cualitativa y centrada en el niño (Livingstone, 1998) para explorar las prácticas de los adolescentes en las redes sociales. Un enfoque centrado en el niño significa que, además de entender las *affordances* de los sitios de redes sociales, el análisis debe reconocer las experiencias de los jóvenes y situar sus prácticas en las redes sociales dentro de un estudio de las condiciones, cambiantes constantemente, de la infancia y de la juventud (James, Jenks and Prout, 1998). Como ya argumenté anteriormente, las tensiones sobre el uso de los medios por los niños se originan frecuentemente en los cambios subyacentes del lugar de la infancia y juventud en relación a los padres, la escuela y la comunidad (Livingstone, 2002). Los adolescentes de hoy están viviendo una “juventud prolongada”, en términos históricos, permaneciendo jóvenes durante más tiempo, en lo tocante a la educación y la dependencia económica, pero haciéndose independientes antes en relación a la sexualidad, el ocio y el consumo (Gadlin, 1978).

Así pues, para los adolescentes, el mundo *on-line* puede ser adoptado con entusiasmo por representar “su” espacio, más visible a sus “pares” (*peers*) que a la vigilancia de los adultos, una oportunidad apasionante y relativamente segura de conducir la tarea social y psicológica de ser adolescente –construir, experimentar y presentar un proyecto reflexivo del *self* en un contexto social (Buchner, Bueyes-Reymond y Kruger, 1995; Giddens, 1991), y también para algunos de no hacer caso de las normas comunicacionales y otros comportamientos arriesgados (Hope, 2007; Kerr y Stattin,

2000; Liao, Khoo, y Ang, 2005; Wolak, Mitchell, y Finkelhor, 2006). De hecho parece que hasta las actividades *on-line* valoradas por las normas son relacionadas, en la práctica, a actividades arriesgadas en lo que concierne a contenidos, contactos y conductas *on-line*, sugiriendo que lo que para un observador adulto puede parecer arriesgado para el adolescente es, muchas veces, precisamente la oportunidad que desea (Livingstone and Helsper, 2007); esto complica los intentos directos de las políticas de maximizar las actividades *on-line* mientras minimizan los riesgos.

La relación compleja entre oportunidad y riesgo no es característica exclusiva de Internet, sino, mucho más, una característica de la adolescencia. Erikson (1959/1980) observó que el adolescente debe desarrollar y adquirir confianza en una identidad del ego que sea a la vez autónoma y valorada socialmente, contrapesando el juicio crítico y la confianza, la integridad interna y la aceptación de las expectativas de la sociedad. De esta forma, los adolescentes necesitan hacer juicios que son difíciles tanto *off-line* como *on-line* –en quién confiar, qué revelar sobre sí mismo, cómo establecer reciprocidad, cuándo expresar emoción, etc. Aquí, al examinar como la identidad *on-line* y las relaciones con los “pares” son formados por la cultura de los “pares” (*peer culture*) como por las *affordances* del software de compromiso de *networking*, mi objetivo es mostrar cómo las oportunidades y los riesgos *on-line* están interconectados.

## Entrevistas con adolescentes

Se realizó una serie de entrevistas individuales abiertas a 16 adolescentes en sus hogares (Tabla 1). Las edades variaban entre los 13 y los 16 años, mitad niñas y mitad niños, la mayoría de etnia blanca, pero varios afrodescendientes o de descendencia mixta, comprendiendo toda la gama de categorías de estatus socioeconómico, así como de procedencia urbana, suburbana y rural en el área de Londres y sus ciudades satélite. Todos ellos tenían acceso a Internet en sus residencias (aunque en algunos ca-

**Cuadro 1.** Detalles de los Entrevistados

Año Escolar	Sexo	
	Niñas	Niños
9º año	Danielle, 13, C1, Piczo Nicki, 14, AB, MySpace Daphne, 14, C2, MySpace, Bebo, ex Piczo Jenny, 14, DE, MySpace, Bebo Elena, 14, DE, MySpace, Facebook, Bebo	Paul, 13, C2, Bebo, ex MySpace Joshua, 14, AB, Facebook Billy, 14, C2, MySpace
10º año	Ellie, 15, AB, Facebook, ex MySpace	Ryan, 15, C1, Bebo, MySpace, ex Piczo
11º año	Nina, 15, C1, Facebook, ex MySpace Sophie, 16, C2, MySpace	Leo, 16, AB, MySpace Danny, 16, C1, MySpace, Facebook Simon, 16, DE, MySpace Jason, 16, DE, MySpace

Nota: Aparece en el cuadro, junto al pseudónimo de cada entrevistado, su edad, su estatus socioeconómico (SSE) y la web de red social usada. El estatus socioeconómico (SSE) de la unidad familiar está categorizado en consonancia con las categorías-modelo de investigación de mercado de Gran Bretaña – AB (clase media profesional), C1 (clase media baja), C2 (clase trabajadora con cualificación) y DE (clase trabajadora semicualificada o sin cualificación). El 9º año es el tercer año de la escuela secundaria en Gran Bretaña; el 11º año es el último año de la educación obligatoria.

los la conexión no estaba funcionando a la hora de la entrevista) y sus perfiles personales en el MySpace, Facebook, Bebo, Piczo o similares, en los que habían entrado al menos una vez por semana durante los meses que antecedieron la investigación.

Los entrevistados fueron incorporados por una agencia de investigación de mercado en julio de 2007 y entrevistados por la autora. Antes de firmar el formulario de consentimiento, los adolescentes y sus padres recibieron una explicación escrita sobre los objetivos de la investigación,

sus métodos y aspectos éticos (incluyendo respuestas a cuestiones delicadas, el anonimato del entrevistado y la confidencialidad, el almacenamiento de los datos y la publicación de las conclusiones). Cada uno recibió unos modestos honorarios. Las entrevistas duraron alrededor de una hora, y consistieron en una discusión abierta que fluyó libremente ante al ordenador, al tiempo que se entraba en el perfil personal del entrevistado y en los perfiles de los otros.

Dada la preocupación general con la identidad y las relaciones con los “pares” *on-line*, moldeadas por la cultura de “pares” y por las *affordances* del sitio web de relaciones sociales, junto a las implicaciones en cuanto a las oportunidades y riesgos *on-line*, el programa de las entrevistas abordó (a) la elección, motivaciones y literacias, moldeando el propio perfil del participante, (b) la “lectura” semiótica social de los perfiles de los otros (en términos de convenciones respecto a su forma, identidad y normas de “pares” en lo que toca a las prácticas transgresivas o arriesgadas); y (c) los significados personales y sociales de los contactos mantenidos *on-line* y su relación con los amigos *off-line* en la vida diaria. Las entrevistas fueron audiograbadas y transcritas antes de ser codificadas, usando el *software* Nvivo de codificación cualitativa, en consonancia con las categorías derivadas de los temas surgidos de las respuestas de los entrevistados, así como de las preguntas realizadas en las entrevistas.

## **Representando una identidad**

Las estrategias de representación del *self* muestran una variación considerable. Por ejemplo, el perfil de Danielle en el Piczo presenta un enorme *Bienvenido* en rosa brillante, con música, fotos, un medidor de amor, un libro de visitas, páginas con dedicación, etc., todo personalizado, incluso la barra lateral y el cursor con rayas rosas, brillo, ángeles, flores, mariposas, corazones y mucho más (porque “puedes cambiarlo en cualquier momento [y así] mostrar distintas facetas tuyas”). En contra-

posición, Danny no completó las opciones del Facebook en cuanto a su visión sobre política, religión, ni siquiera su red (“Yo no me di el trabajo de escribir sobre mí mismo”). La mayoría de los perfiles fue elaborada, de una manera o de otra, para proporcionar una forma de expresar a otras personas quién es el usuario, como dijo Nina. Elena, que pasa varias horas al día actualizando y alterando sus perfiles en el MySpace, Facebook y Peczo comenta:

creo que los diseños realmente muestran quién eres. Mira ese arco iris. Creo que te hace parecer brillante... me gusta tener varios... son gustos diferentes, modas diferentes, sentimientos diferentes cada día.

En respuesta a esa actividad continua de representarse a sí misma, los amigos de Elena publicaron comentarios simpáticos en su perfil – “Estoy siempre aquí para ti”, “eres maravillosa”, etc. – como parte de un intercambio de apoyo mutuo que Elena aprecia:

es bueno tener una foto bonita tuya, y que las personas digan, ¡oh, qué bien estás! Es interesante, creo, que las personas digan que estás guapa... me gusta cuando hacen comentarios sobre mí porque es una prueba de que se interesan.

No se debe presumir de que todos los perfiles sean sencillamente leídos como informaciones sobre un individuo. Jenny, como los otros, es muy consciente de que los perfiles pueden ser “solamente una fachada”. Para varios de los entrevistados parece que su posición en la red de sus “pares” es más significativa que las propias informaciones personales suministradas, convirtiendo así el perfil más en un marcador (*place-marker*) que en un autorretrato. Al principio lo entendí mal –por ejemplo, en la página de Leo había un comentario de su amiga “Blondie” diciendo que ella estaba embarazada: cuando le pregunté, Leo me aclaró que, obviamente, “ella está bromeando” –la intención era compartir (y presentar) su relación humorística y no hacer una re-

velación personal. Un ejemplo más continuado –y bien común– fue dado por Paul. Un niño confiado y sociable que “fue arrastrado para el mundo Bebo porque todo el mundo estaba hablando sobre eso”, construyó un perfil como un chiste. Publicó una foto suya graciosa, puso como edad 36 años, casado, con residencia en África, una persona que le gusta humillar a los otros y quedar inconsciente (hubo otros ejemplos de estilos jocosos, a veces resistentes, de adolescentes –subiendo una foto de su perro, por ejemplo, en vez de una propia). Sin embargo, en la entrevista, Paul prestó poca atención a eso, una vez que sus hermanos y amigos (con quienes él, como otros, compartió su contraseña) frecuentemente cambian su perfil como divertimento. De esa forma, su perfil no es para él un medio de exponer informaciones personales para el mundo, como frecuentemente se supone, pero es significativo precisamente porque el contenido joso evidencia su relacionamiento alegre y de confianza con sus hermanos y amigos.

Poniendo de manifiesto la falta de una concordancia *one-to-one* entre usuarios y perfiles, punto también evidente en la manera como algunos usuarios mantiene varios perfiles en sitios *web* diferentes, Paul explica cómo el perfil puede exponer más al grupo de “pares” que al individuo:

cuando salimos, los amigos hacen fotos desde sus móviles y tal, y entonces suben las fotos... y todo el mundo puede ver lo que hicimos y ver a todos nuestros amigos y cuando estamos juntos, y es como, ¿sabes? recordando aquel día.

Por tanto, aunque parezca realmente que, para mucha gente, una red social es “sólo sobre mí, mí, mí”, eso no implica en una autoabsorción narcisista. Al contrario, siguiendo la distinción fundamental entre el “yo” y el “mí” que hizo Mead (1934) como aspectos gemelos del *self*, las redes sociales son sobre “mí”, en el sentido de que revelan el *self* integrado en el grupo de “pares”, como conocido y representado por otros, y no el “yo” particular más conocido por la propia persona.

Aunque los adolescentes tiendan a describir sus actividades de redes

sociales como elecciones libremente realizadas, cuando son cuestionados más de cerca parecen estar limitados de dos formas: primero, por las normas y prácticas de su grupo de “pares”, y segundo por las *affordances* de la interfaz tecnológica; varias representaciones de la “sociedad adulta” (padres, pánicos de los medios, etc.) también desempeñan un papel secundario en alertarlos sobre los riesgos de extraños, de virus, amenazas a la privacidad, etc. Más adelante abordo cada uno de ellos, mostrando primero cómo los jóvenes usan creativamente las varias *affordances* de las diferentes páginas webs para satisfacer sus necesidades de identidad siempre en cambio, y segundo, mostrando también cómo luchan los jóvenes para insertar sus intereses y preocupaciones dentro de las estructuras ofrecidas por los diferentes sitios *web*.

### **Transiciones en el desarrollo de la identidad**

Aunque mi intención fuera la de reclutar adolescentes de una franja estrecha de edad (o sea, de 13 a 16 años, un corte usado normalmente en investigaciones de campo), ocurrió que mis entrevistados, colectivamente, tenían una historia para contar sobre sus cambios de identidad. Los adolescentes son muy conscientes de las diferencias sutiles entre los que están un año por debajo o por encima en la escuela, y eso indica las diferencias percibidas en identidad, posición social o madurez, y la elección de los medios de comunicación frecuentemente es usada como índice de relativa madurez (¿ya tienes tu propia televisión? o ¿ya has visto una película clasificada para personas mayores que tú?; Livingstone, 2002). Lo interesante es que, en relación a las páginas webs sociales, tal desarrollo de la identidad parecía expresarse en relación a decisiones acerca del estilo o elección del sitio *web*. Nina, por ejemplo, pasó del MySpace al Facebook, describiendo eso de manera un tanto vaga, como la transición de los diseños más elaborados para adolescentes más jóvenes a un perfil más sencillo preferido por los adolescentes mayores.

sobre perfiles, todo (en el MySpace) tenía que ver con tener planos de fondo coloreados... al contrario, creo que Facebook...prefiero tener, como las personas mayores, y era más sofisticado, ¿puedo usar esa palabra?...Cuando tenía 14 años descubrí que siempre quería ser como alguien mayor que yo... Cuando entré primero en el MySpace, pensé que era una cosa realmente importante porque todos los mayores ya lo tenían, y tenían sus *templates* y cosas ¿sabes?... pero yo de cierta manera pasé de ese momento, y ahora prefiero cosas más sencillas.

Ellie, de 15 años, indica una distinción semejante al comparar su perfil en el Facebook con el uso del MySpace que hace su hermana de 12 años:

La razón por la que a ellas [a las niñas más jóvenes] les gusta MySpace parece ser porque puedes decorar tu página con flores y corazones y poner *glitter* (letras relucientes), mientras que en este (Facebook) el fondo es blanco sin mucho más, sólo una foto y el nombre, más o menos lo mismo para todos. (Hablando de ella misma) Yo realmente no veo por qué. No es para exhibir mi personalidad. No estoy intentando decir, ¡oh! Me gusta el color morado o me gustan los corazones... Es más como si estuviera hablando con tres amigos y como mis amigos me conocen no necesito exhibir mi personalidad... En el MySpace todo el mundo tiene esas cosas, a mí me gusta esto, odio aquello, e intentan exhibir quiénes son, y yo simplemente no veo la necesidad si ellos son realmente mis amigos”.

Una vez sensibilizados con este cambio de estilo, me quedó claro que algunos adolescentes preferían perfiles elaboradamente personalizados mientras que otros favorecían una estética más simple. A Daphne, Danielle y Ryan les gusta cambiar sus planos de fondo y sus diseños de perfil todos los días, adoptando característicamente un estilo altamente estereotipado en consonancia con el sexo, por ejemplo, corazones de color rosa y letras brillantes para niñas, y fondos negros con coches pulidos y caros para los niños. Sin embargo, Ryan, el mayor de los tres, tiene un

perfil anterior en el Piczo que es más elaborado y lleno de cosas que su perfil actual en el Bebo. La transferencia no necesita efectuarse con un cambio de página *web*: Nicki continuó en el MySpace, dado que muchos de sus amigos usan esa página *web*: Nicki observa, “es divertido, como en el MySpace vas pasando por fases en que todo el mundo tiene un plano de fondo realmente abarrotado de cosas y después todo el mundo acaba teniendo estilo de plano de fondo sin nada.” La flexibilidad de los sitios sociales, que permite revisiones de la identidad de la gente es bienvenida. Leo dice, acerca de su perfil en el MySpace, “el que había hecho antes realmente no me gustó, entonces resolví comenzar de nuevo, y después comencé otro... (el perfil anterior) era... ¿sabes?, había gente que no me gustaba y que tenía la dirección, entonces me pareció mejor empezar todo de nuevo”. Hay que resaltar que él, al contrario de Ryan, cambió su perfil no tanto porque la información personal que exponía ya no representaba su identidad, sino porque estaba inserta en una red de conexiones con sus “pares”, que creyó que debía dejar atrás.

¿Qué podría significar este cambio, para adolescentes con más y menos edad, se trate de un cambio de red social o solo del perfil de cada uno? A propósito de estilos de vida, Ziehe (1994: 2) argumenta que estos sitios deberían ser reconocidos como “medios de vida colectivos”... (que) apuntan orientaciones comunes de gusto e interpretaciones; demuestran un cierto uso de signos con una concisión específica del grupo. En términos evocativos de las prácticas de las redes sociales, argumenta que los estilos de vida se caracterizan, primero: por la atención a sí mismo, una disposición subjetiva que “suscita la cuestión... de tener una vida exitosa como una expectativa diaria”, segundo: estilización, en que “objetos, situaciones y acciones se ponen en un arreglo coherente de signos y “presentados”, y, tercero: reflexividad, por la cual “los estilos de vida expresan una presión de orientación que se volvió hacia adentro. Las nuevas preguntas son: “¿qué es lo que realmente quiero?” y “¿qué es importante para mí?” (resultando en) una semántica diaria de autoobservación y autoevaluación” (pág. 11-12). Así Ziehe sugiere una manera por la cual el proyecto del *self* se representa en

consonancia con convenciones culturales altamente codificadas (incluyendo ahora las interfaces tecnológicas) y las preferencias (insertas ahora en las normas de la cultura del consumidor).

Teniendo eso en mente, Ellie, Nina y otros parecen sugerir que, para los adolescentes más jóvenes, la autoatención se representa a través de la construcción de una elaborada y altamente estilizada declaración de identidad como una exposición. Así, un perfil visualmente ambicioso, que coge “de aquí y de allí”, que mezcla frecuentemente imágenes prestadas y otros contenidos para expresar gustos en constante cambio ofrece, para algunos, un *self* satisfactoriamente “exitoso”, apreciado y admirado por sus “pares”. Pero esa noción de identidad como una exposición, que caracteriza los perfiles de Daphne y de Danielle, y, un poco menos los perfiles de varios otros, es gradualmente sustituida por la construcción mutua entre los “pares” de la noción de identidad a través de la conexión. En este acercamiento alternativo, los elementos de exposición son eliminados del perfil, y sustituidos por el relieve visual de los contactos, en primer lugar a través de enlaces con otros perfiles y publicando fotos del grupo de “pares” socializando *off-line*.

Igualmente estilizada, aunque empleando una estética diferente, y además concentrada en las tareas reflexivas de autoobservación y autoevaluación, esta fase posterior nos hace pensar en el argumento de Giddens (1991: 91) de que la “relación pura” está sustituyendo a la relación tradicional hace mucho tiempo anquilosada en estructuras de familia, trabajo o comunidad. Como señala Giddens, “la relación pura está organizada reflexivamente, de una manera abierta y continua”, priorizando los valores de autenticidad, reciprocidad, reconocimiento e intimidad. La revisión continua del *self*, haciendo recordar las preocupaciones de los adolescentes cuando hablan sobre redes sociales, es aludida cuando Leo dice, “Siempre voy a añadir más amigos”. Las implicaciones de juzgar a los otros están acentuadas no solamente por el énfasis de Ellie, arriba, sobre sujetos que son amigos “verdaderos” y, por tanto, ya conocidos, pero también por la observación de Ryan sobre otros de que “miras sus imágenes y ves si son auténticos o no, si no tienen ningún comentario y sólo

añaden gente, no voy a creer en ellos”. Ahora, también, podemos ver que la omisión de Danny de suministrar informaciones personales en su perfil no es tanto un extraño olvido de sí mismo como la priorización de un *self* inserto en las conexiones sociales, porque el caso de Danny no es el de no haberse dado al trabajo de hacer *networking*: Danny mantiene conexiones con 299 amigos y las verifica todos los días para ver si “tengo algún mensaje, invitaciones de nuevos amigos y tal...nuevos comentarios”.

En términos de las *affordances*, por lo tanto, los sitios *web* de redes sociales enmarcan, pero no determinan. Los jóvenes aún tienen la opción de seleccionar una autorrepresentación más o menos compleja, conectada a una más o menos amplia red de otras personas. Esas elecciones ofrecen ventajas y desventajas. La elaboración de la presentación del *self* en el nodo soporta la “biografización” del *self* hecha por medio de la priorización de una gestionada y estilizada exposición de identidad como un estilo de vida. Pero eso corre el riesgo de invasión de la privacidad, una vez que el *self* de los bastidores queda a la vista (Goffman, 1959), ocasionando posibles respuestas críticas o abusivas de otros. Algo de esa ansiedad asociada se hace evidente en el comentario de Ryan sobre su perfil, que “espero que a la gente le guste; pero si no le gusta, me da igual”. La interconexión de oportunidades y riesgos aparece también cuando Danielle discute cómo su amiga utilizó el Piczo para expresar su tristeza cuando sus padres se separaron, “porque los otros pueden dar consejos sobre lo que hacer o decir, ‘no te preocupes, lo vas a superar’”; sin embargo, ella es una de los pocos entrevistados que habló sobre el riesgo de los comentarios hostiles, diciendo que “a veces los comentarios son crueles y (sus amigos) se ponen tristes y lloran”.

Alternativamente, la identidad se puede elaborar en términos de red, teniendo el nodo sin adornos relativamente, pero lleno de significación a través de sus conexiones con los otros seleccionados. Como afirma Marwick, las páginas webs de redes sociales permiten a las personas “codificar, mapear y ver sus conexiones relacionales entre ellos y otros” (2005: 3). Aquí, por contra, el proyecto del *self* corre más riesgo en términos de la reputación que la persona tiene en la red: ¿las personas visitan

tu perfil y dejan comentarios, apareces como el amigo preferido de alguien?, etc. Esa preocupación tal vez explique la actividad rutinaria, sin embargo altamente absorbente de observar los perfiles de las personas y, en respuesta, revisar el propio, y eso muchas veces ocupa una hora o más por día. Jenny comenta sobre el MySpace “miras los perfiles de las otras personas y miras todas sus imágenes, las imágenes de sus amigos y qué... si alguien hace un comentario sobre mí hago uno sobre ellos...te quedas enganchado en eso”. Billy, igualmente, deja unos veinte comentarios por día; “voy de uno (perfil) para otro, con mis amigos, digo ¿hola, qué tal?” Nicki añade que, al mandar un comentario rápido, “parece que estoy en contacto, ¿sabes?”. Ese proceso, costoso en términos del tiempo que consume, de sostener “una conexión constante” con los “pares” (Clark, 2005) y que puede parecer banal para el observador adulto (un padre o investigador), es en general incluso simpático, y está lejos del argumentado drama de hacer revelaciones y encuentros arriesgados. Pero, como ocurre con los actos de reconocimiento que constituyen las relaciones sociales *off-line*, pueden ser necesarios para reafirmar nuestro lugar dentro de la red de “pares”.

### **Creando espacios privados para la intimidad entre “amigos”**

Crear identidad y relaciones sociales *on-line* no solo demanda tiempo y es a veces arriesgado, sino que también puede ser difícil de gestionar. En las entrevistas el apartado de privacidad puso de manifiesto las formas por las que las *affordances* de las páginas webs de relaciones sociales limitan la autoexpresión de los adolescentes. Aunque mucho de lo que los adolescentes expresan suceda *off-line* y aunque generalmente opten por configurar sus perfiles como privados (Lenhart and Madden, 2007), a pesar de eso, pueden revelar informaciones personales para varios centenares de personas que conocen solo por casualidad. Sucede así, en parte, porque, característicamente, las páginas webs de relaciones sociales

exponen como modelo precisamente las informaciones personales que las generaciones anteriores normalmente consideran como particulares (especialmente sobre edad, política, renta, religión, preferencias sexuales). Así, para la generación de los padres, puede parecer curiosa la observación hecha por Ellie:

"No tengo nada de muy personal en él, es decir, puedo decir que soy judía o (tengo) ideas políticas conservadoras y puedo decir cuando es mi cumpleaños o que soy de Londres. No hay nada muy específico que pueda dar a alguien una idea muy completa de mí."

A pesar de esto, sería erróneo concluir que los adolescentes no se preocupan de su privacidad. Según las palabras de Sophie a aquellos que critican a su generación, "No paso información que no quiera compartir." La cuestión sobre lo que se muestra a los otros y lo que se mantiene como privado fue muchas veces la parte más animada de las entrevistas, lo que sugiere que hay un intenso interés por la privacidad. Los adolescentes describieron decisiones ponderadas sobre qué, cómo, y para quiénes ponen a disposición informaciones personales –estableciendo sus propios límites sobre qué informaciones son publicadas y cuáles mantienen fuera de la *web*, haciendo elecciones deliberadas cuyo modo de comunicación (y sus *affordances* específicas) sea coherente con el contenido comunicativo específico. Esto sugiere una definición de privacidad no subordinada a la revelación de ciertos tipos de información, sino, al contrario, una definición centrada en el control sobre quién sabe cada cosa sobre ti. Livingstone, (2006), Stein y Sinha (2002: 414) expresaron esto formalmente al definir privacidad como "los derechos de los individuos de gozar de autonomía, de ser dejados en paz, y de determinar si las informaciones sobre sí mismos son reveladas a los otros y cómo" (Stein y Sinha, 2002: 414).

La ventaja de esta definición es que resuelve la aparente paradoja de que "la generación MySpace" se preocupa de la privacidad, pero también está preparada para desvelar informaciones personales (Barnes,

2006; Dwyer, en prensa). El asunto es que los adolescentes deben revelar y revelan informaciones personales a fin de mantener la intimidad, pero quieren controlar cómo se gestiona esa divulgación. En consonancia con Giddens (1991:94), “la intimidad es el otro lado de la privacidad”. Sin embargo, dos problemas debilitan el control de los adolescentes sobre tal divulgación. El primero es que la noción que tienen de “amigos” es sutil, mientras que la noción que tienen de las páginas webs de relaciones sociales es típicamente binaria, permitiendo tan solo una simple clasificación de los contactos (por ejemplo, para el MySpace, los amigos versus todos los usuarios; para el Facebook, la red versus todas las redes). La necesidad de tener que decidir si las informaciones personales deben ser divulgadas a los “amigos” o a “cualquiera” no sirve para expresar las variedades de privacidad que los adolescentes desean mantener. De hecho, quedar visible a extraños (escogiendo la configuración del perfil como “público”) no es tanto una preocupación –a pesar del pánico de los medios sobre el “peligro de las personas extrañas”– como hacerlo visible a otras personas conocidas, aunque inapropiadas –especialmente los padres. Como explica Jason:

“uno no se preocupa de que (otras) personas lean estas cosas, pero sí de los padres, uno realmente no quiere que los padres las vean, porque a mí realmente no me gusta que mis padres vean mi cuarto y mis cosas, porque es mi espacio privado”.

Jason desea que su espacio privado *on-line*, su perfil, sea público para sus amigos, pero privado para sus padres. Así Simon expone: “para las personas que nos conocen probablemente va a ser público”. El lenguaje de las configuraciones de privacidad es, por sí mismo, confuso. Pero cuando Nina se queja del Facebook diciendo que “deberían hacer algo para hacerlo más cerrado, porque en realidad no te dejan configurar un perfil como privado”, está apuntando a algo más sutil. Nina no está confusa en relación a las configuraciones –pues en el lenguaje de las páginas webs de relaciones sociales su perfil está “configurado como privado”. Lo

que le ocurre es que se siente frustrada porque su página no le permite discriminar, de entre sus trescientos y pico de “amigos”, quiénes pueden saber qué acerca de ella. De hecho, no es de extrañar que los adolescentes clasifiquen a sus amigos de formas diferentes. Cuando le pregunté sobre sus 554 amigos en el Facebook, Ellie describió amigos de la escuela, amigos de unas vacaciones en Manchester, amigos de la Red de Londres, etc. Aunque algunos rechacen la tendencia a un círculo social en constante expansión, (Jason por ejemplo, tiene sólo 39 amigos porque esos son, según dice, sus verdaderos amigos, y tener centenares de amigos no “tiene ningún sentido”), esto no significa que aquellos que tienen muchos amigos no hagan distinciones entre ellos. La clasificación de Nina es graduada en términos de intimidad:

“bueno, yo tengo a mis mejores amigos, y después tengo amigos con quienes tengo una cierta amistad, y amigos que veo de tarde en tarde, y generalmente forman parte de los amigos de escuela...Y también hay gente con la que realmente no hablo, pero sé quiénes son, y tal vez les diga “hola” y “adiós” en los pasillos de la escuela.”

No queda claro para esos adolescentes cómo pueden reflejar esas gradaciones de intimidad en la gestión de quién sabe qué sobre ellos, una vez que las configuraciones de privacidad disponibles parecen inadecuadas para eso. Fahey (1995: 688) argumenta que:

en vez de hablar de un único límite de público/privado, tal vez fuera más exacto hablar de una reestructuración más compleja en una serie de zonas de privacidad, de las que no todas se ajustan fácilmente a las imágenes-normalizadas de lo que es el límite entre público/privado.

Una vez que esas “zonas de privacidad” están ahora siendo parcialmente gestionadas *on-line*, la cuestión ahora es la (no) combinación entre las *affordances* tecnológicas y los conceptos adolescentes sobre la amistad. Pues los adolescentes no están obviamente priorizando la pre-

servación de su privacidad frente a extraños (si fuera el caso, podrían simplemente desconectar el ordenador). En realidad están empeñados en compartir sus experiencias particulares, en crear espacios de intimidad, en ser ellos mismos en las conexiones con los amigos y a través de ellas.

Los adolescentes se topan también con un segundo problema al gestionar su privacidad *on-line*, y este se refiere a la relación entre su *literacia* de Internet y el dibujo de las interfaces de las páginas webs de redes sociales y de las configuraciones. Una proporción considerable de los entrevistados dudó cuando les solicité que me mostrasen cómo cambiar sus configuraciones de privacidad, haciendo clic frecuentemente en las opciones erradas antes de desempeñar la tarea, y demostrando nerviosismo sobre las consecuencias no-intencionales de cambiar las configuraciones (aquí, los entrevistados mencionaron tanto el riesgo del “peligro de personas desconocidas” como la aprobación de los padres, aunque también contaran historias de virus, ordenadores bloqueados, propaganda indeseada, y mensajes con corrientes irritantes. Por ejemplo, al configurar su perfil como privado, Billy me dijo que no conseguía cambiarlo para público. Leo quería que su perfil fuera público, pues hace propaganda en él de su banda de música, pero aun así quedó en duda, “Yo debería haber hecho clic en el *box*, pero no estoy cien por cien seguro de si lo hice”. Más aún, Ellie se inscribió en la Red de Londres en vez de inscribirse en la red de su escuela cuando se dio de alta en el Facebook y ahora no consigue cambiar eso, diciendo “probablemente lo consiga, pero no soy tan buena, aún no he aprendido todos los trucos de cómo hacerlo.” El resultado es que ve las informaciones privadas de miles de londinenses, pero no las de sus compañeros de escuela. No es sorprendente, entonces, que, cuando les pregunté a los adolescentes si les gustaría cambiar algo sobre las redes sociales, dijeran que sus principales prioridades son: la operación de las configuraciones de privacidad y las provisiones de mensajes particulares en las páginas webs, así como la eliminación de correos no deseados y correos en cadena –ambos considerados como invasiones de la privacidad.

Esas dificultades para gestionar la privacidad por medio de las configuraciones de privacidad reflejan cuestiones más amplias de la *literacia* de Internet. Por ejemplo, la barra superior del perfil en el MySpace relaciona “blog”, “grupos”, “fóruns”, “eventos”, “música”, “películas”, y demás. A pesar de observar la inclusión de música en los perfiles de gran parte de los adolescentes, cuando les pregunté sobre blogs, grupos, o fóruns, la reacción frecuentemente fue de no entender lo que les estaba diciendo. Incluso Danny, de 16 años, cuyo padre trabaja con ordenadores y que dijo con seguridad, “entiendo bastante de ordenadores”, se confundió cuando le pregunté sobre la facilidad de grupos, diciendo, “no sé si tengo un grupo...ni sabía que había grupos”. Por otro lado, Ellie, ya se afilió a 163 grupos, incluyendo el de la sociedad de evaluación de su autobús local, uno sobre su programa favorito, otro de una sociedad benefactora de la que forma parte, etc. Pero apenas había hecho anotaciones en el blog, que en realidad no usa, comentando “creo que ninguno de mis amigos tiene”. Por lo que parece, los límites del acercamiento supuestamente exploratorio y creativo de los adolescentes a las redes sociales son fácilmente alcanzados. Tales dificultades son frecuentemente “resueltas” pragmáticamente, simplemente ignorando las *affordances* de las páginas webs (independientemente del hecho de que estas estén bien o mal diseñadas), y eso incluye no usar las opciones detalladas de privacidad puestas a disposición por algunos sitios.

Pero como sugiere Ellie, esa negligencia parcial de los sitios *web* de relaciones sociales refleja el papel modelador de las expectativas sociales en el grupo de “pares”. Diseñar un perfil no es únicamente una cuestión de elección individual. Está dirigido a los demás, a través de la elección de la página *web* (se debe seleccionar la que ya usan nuestros amigos), del modo de tratarlos (la mayoría dice que pone en sus perfiles el contenido que cree que a sus amigos les va a gustar), y, en términos prácticos, del momento de montar un perfil (en general hecho con la ayuda de un amigo que ya usa la página). La *literacia* también es importante aquí, pues varios de los adolescentes que observé se sentían limitados por la manera cómo el perfil fue montado inicialmente por un amigo, no

siendo siempre capaces de alterarlo después. Un ejemplo de esto es la información falsa generalmente publicada en los perfiles sobre las edades, siguiendo la opinión del grupo de “pares” (no necesariamente correcta) de que los usuarios eran demasiado jóvenes para poder estar en la página *web*: Billy es representativo al describirse como un chico con 16 años en vez de 14 (porque el amigo que montó su perfil pensó que 16 era la edad mínima permitida), y varios tienen una edad oficial (falsa), pero también declaran su edad verdadera en otro lugar en sus perfiles, y algunos ponen edades de broma (Ryan, por ejemplo, dice que tiene 98). Corregir las informaciones equivocadas más tarde no es algo que consigan hacer, según me manifestaron varios adolescentes.

## Conclusión

En el fin de la modernidad, la “autoactualización” se entiende en términos de “un equilibrio entre oportunidad y riesgo” (Giddens, 1991: 78). Tanto las oportunidades como los riesgos surgen porque la “autoactualización” es un proceso social. El *self* se constituye a través de la interacción con los otros, y para los adolescentes de hoy la “autoactualización” incluye cada vez más una negociación cuidadosa entre las oportunidades (de identidad, intimidad, sociabilidad) y los riesgos (relacionados a la privacidad, malentendidos, abusos) facultados por las comunicaciones mediadas por Internet. Con este muestreo reconocidamente pequeño de adolescentes, se percibió que a los más jóvenes les gustan mucho las oportunidades de bromear y presentar, recreando continuamente, su identidad de manera muy decorativa y con estilo elaborado. Después de experimentar esa “fase”, los adolescentes mayores mostraron preferencia por una estética más simple que acentúa sus conexiones con los otros, expresando una noción de identidad vivida a través de relaciones auténticas con los otros. Este cambio aparente en las fases de desarrollo de la identidad, como sugerí, puede tener implicaciones en la experiencia de los adolescentes con las oportunidades y los riesgos *on-line*.

También afectan al equilibrio entre oportunidades y riesgos *on-line* las *affordances* de páginas webs de relaciones sociales, y principalmente, como examiné aquí, su concepción de “amigos” y la provisión de configuraciones de privacidad. Se notó que los adolescentes trabajan con una clasificación sutil de “amigos”, graduada en términos de intimidad, que se armoniza mal con la noción de “público” y “privado”, diseñada en las páginas webs de relaciones sociales. Aunque sea el deseo de los adolescentes de disponer de una graduación sutil de niveles de intimidad (en vez de un deseo de publicidad o exhibicionismo), lo que oriente el acercamiento que tienen de la privacidad *on-line*, sugeriré que en este aspecto los jóvenes luchan en términos de *literacia* de Internet, impedida por su parte por las *affordances* de las páginas webs de relaciones sociales.

Para aquellos centrados en la identidad como exposición (*display*), los riesgos *on-line* pueden surgir de la autoexposición deliberada, y a veces ingenua, que hacen de informaciones personales para un gran círculo de contactos, entre los cuales no todos son amigos íntimos, o ni siquiera recordados. Para quienes ponen el foco en la identidad como conexión, los riesgos *on-line* surgen de la propia confianza que tienen de que pueden conocer, juzgar y confiar en las personas con quienes tienen intimidad, así como de la posibilidad de ser despreciados o excluidos de su grupo de “pares”. Por fin, los riesgos también pueden surgir de la limitada *literacia* de Internet que los adolescentes tienen, combinada con las configuraciones confusas o apenas diseñadas de las páginas webs, dejándolos en duda sobre su control sobre quién puede ver qué sobre ellos. Cada uno de esos riesgos puede afectar negativamente solo a una minoría, pero los riesgos hacen apropiadas las medidas de políticas públicas tales como la mejoría en el dibujo de la página, *literacia* de Internet, orientación de los padres, entre otras.

Finalmente, es necesario destacar que, para no comprometer mucho su privacidad, varios de los entrevistados optan por expresar sus experiencias más personales (definidas por ellos, y no por la sociedad de adultos) usando otros modos comunicacionales, *on-line* u *off-line*. La triste amiga de Danielle, anteriormente mencionada, parece ser una excepción más que la regla, y la mayoría de los adolescentes entrevistados sabían clara-

mente que usan las páginas webs de relaciones sociales solamente para una parte de sus relaciones sociales y no para todas. Por ejemplo, Ellie usa el MSN para conversaciones privadas con sus mejores amigos y, como otros tantos, para flirtear. Nina, Daphne y muchos otros conversan con sus mejores amigos cara a cara, una vez más, por MSN. Cuando está deprimido, Joshua no recurre al teléfono, ni a Internet, ni a un amigo, sino que prefiere oír rock bien alto en su cuarto. Como Sophie explica, “cuando estás de mal humor, el MySpace no es realmente el mejor lugar...no consigues transmitir tus emociones allí, porque estás escribiendo. Es bueno para quedar con alguien y tal, pero no es bueno cuando se necesita una buena charla”. En otras palabras, aunque para existir *on-line*, es necesario escribir allí y escribir a tus amistades y comunidades (Boyd, 2006; Sunden, 2003), esto no significa que sea necesario incluir todas las facetas de cada uno. Para muchos adolescentes, decidir lo que no escribir sobre sí mismo *on-line* es un acto afirmativo para proteger sus identidades y sus espacios de intimidad.

## Referencias

- BAKARDJEVA, M. (2005) *Internet Society: The internet in everyday life*. London: Sage.
- BARNES, S., B. (2006) *A Privacy Paradox: Social Networking in the United States* [Electronic Version]. First Monday, 11 (9). Retrieved 09/03/2007 En: [http://www.firstmonday.org/issues/issue11\\_9/barnes/](http://www.firstmonday.org/issues/issue11_9/barnes/)
- BOLTER, J. D. y R. Grusin (1999) *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge, Mass: MIT Press.
- BONEVA, B., A., QUINN, R. Kraut, S. Kiesler y I. Shklovski (2006). “Teenage Communication in the Instant Messaging Era”, En: R. Kraut, M. Brynin y S. Kiesler (Eds.), *Computers, Phones, and the Internet: Domesticating Information Technology*. Oxford, New York: Oxford University Press. (201-218).
- BOYD, D. (2006). Friends, Friendsters, and Top 8: Writing Community into Being on Social Network Webs [Electronic Version]. First Monday, 11 (12). Retrieved 09/03/2007 En: [http://www.firstmonday.org/issues/issue11\\_12/boyd/](http://www.firstmonday.org/issues/issue11_12/boyd/)

- BOYD, D. y Ellison, N. (2007). Social network webs: definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), article 11. Retrieved 30/01/2008 En: <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>
- BUCHNER, P., M. D. Bueyes-Reymond y H.-H.kruger (1995) "Growing Up in Three European Regions", En: L. Chisholm (Ed.), *Growing Up En: Europe: Contemporary Horizons in Childhood and Youth Studies*, pp. 43-59. Berlin: de Gruyter.
- CLARK, L. S. (2005) "The constant contact generation: exploring teen friendship networks online", En: S. Mazzarella (Ed.), *Girl Wide Web*, pp. 203-222. New York: Peter Lang.
- DWYER, C. (2007). Digital relationships in the "MySpace" generation: Results from a qualitative study. *Proceedings of the Fortieth Hawaii International Conference on System Sciences*. Los Alamitos, CA: IEEE Press.
- ERIKSON, Y. H. (1959/1980) *Identity and the life cycle*. New York: W.h.norton and Co.
- FAHEY, T. (1995) "Privacy and the family", *Sociology*, 29(4): 687-703.
- GADLIN, H. (1978) "Child discipline and the pursuit of *self*: An historical interpretation", En: H. W. Reese y L. P. Lipsitt (Eds.), *Advances in Child Development and Behavior*, vol. 12, pp. 231-261. New York: Academic Press.
- GIDDENS, A. (1991) *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press.
- GOFFMAN, Y. (1959) *The Presentation of Self in Everyday Life*. Harmondsworth: Penguin.
- GROSS, Y. F. (2004) Adolescent Internet use: What we expect, what teens report. *Journal of Applied Developmental Psychology* 25(6): 633-649.
- HAYTHORNTHWAITE, C. (2001) "Tie Strength and the Impact of New Media", paper presented at the HICSS 34, Hawaii, January 3-6, 2001.
- HINDUJA, S. and Patching, J., W. (2008) "Personal Information of Adolescents on the Internet: La *Quantitative Content Analysis of MySpace*", *Journal of Adolescence* 31 (1), 125-146.
- HJARVARD, S. (2006) "The Mediatization of Religion: La Theory of the Media as an Agent of Religious Change", paper presented at the 5th International Conference on Media, Religion and Culture, Sweden, July 6-9, 2006.
- HOPE, A. (2007) "Risk Taking, Boundary Performance and Intentional School Internet "Misuse"", *Discourse* 28(1): 87-99.
- HUTCHBY, I. (2001) "Technologies, texts and *affordances*", *Sociology*, 35(2): 441-456.
- JAMES, A., C. Jenks y A. Prout (1998) *Theorizing Childhood*. Cambridge: CUP.

- JENKINS, H. (2006) *Convergence Culture: Where old and new media collide*. New York: New York University Press.
- KERR, M.H. Stattin (2000) "What parents know, how they know it, and several forms of adolescent adjustment: Further support sea a reinterpretation of monitoring", *Developmental Psychology*, 36(3): 366-380.
- LENHART, A. y Madden, M. (2007). *Social Networking Websites and Teens: An Overview*. Available at [http://www.pewinternet.org/pdfs/pip\\_sns\\_data\\_memo\\_jan\\_2007.pdf](http://www.pewinternet.org/pdfs/pip_sns_data_memo_jan_2007.pdf) (Último acceso en: 20/dic/ 2007).
- LIAU, A. K., A. Khoo and P. H. Ang (2005) "Factors influencing adolescents" engagement in risky internet behavior", *CyberPsychology & Behaviour* 8(2): 513-520.
- LIVINGSTONE, S. (1998) "Mediated childhoods: A comparative approach to young people's changing media environment in Europe", *European Journal of Communication*, 13(4): 435-456.
- LIVINGSTONE, S. (2002). *Young People and New Media: Childhood and the Changing Media Environment*. London: Sage.
- LIVINGSTONE, S. (2006). "Children's Privacy Online: Experimenting with Boundaries Within and Beyond the Family", En: R. Kraut, M. Brynin and S. Kiesler (eds.), *Computers, Phones, and the Internet: Domesticating Information Technology*, pp. 128-144. Oxford, New York: Oxford University Press.
- LIVINGSTONE, S., e Y. J. Helsper (2007) "Taking risks when communication on the Internet: the role of off-line social-psychological factors in young people's vulnerability to online risks", *Information, Communication & Society* 10(5): 619-644.
- MARWICK, A. (2005) "'I'm a Lot Viva Interesting than a Friendster Profile": Identity Presentation, Authenticity and Power in Social *Networking* Services", paper presented at the Conference of the Association of Internet Researchers 6, Chicago, 5 y 6 de octubre, 2005.
- MEAD, G. H. (1934) *Mind, Self and Society: From the Standpoint of a Social Behaviorist*. Chicago: University of Chicago Press.
- MESCH, G. S., and I. Talmud (2007) "Similarity and the Quality of Online and Off-line Social Relationships among Adolescents in Israel", *Journal of Research on Adolescence* 17(2): 455-466.
- Nielsen//NetRatings (2007) "Facebook & Bebo: The Assault on MySpace" (28 June 2007) p.1.

- Retrieved 30/01/2008 En: [http://www.nielsennetratings.com/pr/pr\\_070628\\_uk.pdf](http://www.nielsennetratings.com/pr/pr_070628_uk.pdf)
- SILVERSTONE, R. (2006) "Domesticating domestication: Reflections on the life of la concept", En: T. Berker, M. Hartmann, Y. Punie and K. J. Ward (eds.), *The Domestication of Media and Technology*, pp. 229-248. Maidenhead: Open University Press.
- STEIN, L. y SINHA, N. (2002) "New Global Media and Communication Policy: the Role of the State in Twenty-First Century", En: L. Lievrouw and S. Livingstone (eds.), *Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ICTs*, pp. 410-431. London: Sage.
- SUNDÉN, J. (2003) *Material Virtualities: Approaching Online Textual Embodiment*. New York: Peter Lang.
- WOLAK, J., K. J. Mitchell y D. Finkelhor (2006) *Online victimization of youth: Five years later*. University of New Hampshire: National Center for Missing and Exploited Children. Durham, New Hampshire.
- ZIEHE, T. (1994) "From living standard to life style", *Young: Nordic Journal of Youth Research* 2(2): 2-16.