FACULTAD DE JURISPRUDENCIA, CIENCIAS SOCIALES Y POLÍTICAS

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
Facultad de Jurisprudencia, Ciencias Sociales y Políticas

Carrera de Sociología

Trabajo de Integración Curricular modalidad Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de Licenciado en Sociología

TÍTULO

Autoconcepto e identidad virtual: el papel de las redes sociales en la formación de identidad de los estudiantes de la carrera de sociología de la Universidad Estatal de Bolívar, abril agosto 2024

Autor

Bryan Alexis Escobar Pilco

Tutor

Soc. Fernando Fredi Rea García Msc.

Guaranda – Ecuador
2025

ii. Página de la declaración de autoría

Yo, **Soc. Fernando Fredi Rea García Msc.,** en mi calidad de tutor del proyecto de investigación, modalidad proyecto de investigación contemplado en el Reglamento de la Unidad de Titulación de la Facultad de Jurisprudencia, Ciencias Sociales y Políticas, designado mediante resolución dictada por Honorable Consejo Directivo, bajo juramento CERTIFICO: que el Sr. **Bryan Alexis Escobar Pilco**, egresado de la Universidad Estatal de Bolívar, Facultad de Jurisprudencia, Ciencias Sociales y Políticas, Carrera de Sociología, ha cumplido con todos los requisitos pertinentes en esta titulación respecto a la modalidad de Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de Licenciado en Sociología, con el tema: **"AUTOCONCEPTO E IDENTIDAD VIRTUAL: EL PAPEL DE LAS REDES SOCIALES EN LA FORMACIÓN DE IDENTIDAD DE LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE SOCIOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR, ABRIL AGOSTO 2024"** habiendo trabajado conjuntamente en el desarrollo de este documento, constatando de esa manera, que este proyecto es de autoría del egresado, por lo cual doy fe, apruebo y certifico todo lo antes mencionado.

Es todo en cuanto puedo manifestar en honor a la verdad, facultando al interesado hacer uso del presente documento en los trámites respecto a su titulación, al igual que, una vez emitido este se autoriza la presentación del proyecto de investigación a las diversas instancias correspondientes

Soc. Fernando Fredi Rea García Msc.
Docente Tutor

iii. Página de la declaración juramentada/cesión de reproducción (notarizada)

DECLARACION DE AUTORIA

Yo, **BRYAN ALEXIS ESCOBAR PILCO,** portador de la cédula N.º **0202520052,** inscrito en la Unidad de Titulación de Integración Currilar de la Carrera de Sociología de la Facultad de Jurisprudencia, Ciencias Sociales y Políticas, bajo juramento declaro de forma libre y voluntaria que el presente proyecto, con el tema **"Autoconcepto e identidad virtual: El papel de las redes sociales en la formación de identidad de los estudiantes de la carrera de sociología de la Universidad Estatal de Bolívar, abril agosto 2024",** es de mi autoría, así como las expresiones vertidas en la misma, que se ha realizado bajo la recopilación bibliográfica, tanto de libros, revistas, publicaciones y datos en territorio, mismo que fueron necesarios para la elaboración del presente trabajo investigativo.

Atentamente.



BRYAN ALEXIS ESCOBAR PILCO

C.I. 0202520052

Investigador del proyecto

....rio

N° ESCRITURA 20250201003P02479

DECLARACION JURAMENTADA

OTORGADA POR:

BRYAN ALEXIS ESCOBAR PILCO

INDETERMINADA

DI: 2 COPIAS L.L

Factura: 001-001-000018393

En la ciudad de Guaranda, capital de la provincia Bolívar, República del Ecuador, hoy día dieciocho de septiembre del dos mil veinticinco, ante mi Abogado HENRY ROJAS NARVAEZ, Notario Público Tercero del Cantón Guaranda, comparece el señor BRYAN ALEXIS ESCOBAR PILCO soltero, con número de celular 0981473372, correo electrónico es bryansham@hotmail.com, domiciliado en la parroquia Guanujo del Cantón Guaranda, por sus propios derechos, obligarse a quien de conocerla doy fe; en virtud de haberme exhibido su documento de identificación, y de autorizar se obtenga el Certificado Único del Registro Civil para ser agregado, conforme el artículo setenta y cinco de la LEY ORGÁNICA DE GESTIÓN DE LA IDENTIDAD Y DATOS CIVILES (LOGIDC); en cumplimiento de la Ley Notarial, la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales (LOPDP) y su Reglamento General (RLOPDP), los datos personales proporcionados en este documento son autorizados por el compareciente al Notario para su uso, verificación, tratamiento y archivo, los cuales reposarán además en los libros de la Notaría Tercera del cantón Guaranda conforme lo prevé la Ley Notarial; bien instruido por mí el Notario con el objeto y resultado de esta escritura pública a la que procede libre y voluntariamente, advertido de la gravedad del juramento y las penas de perjurio, me presenta su declaración Bajo Juramento declara lo siguiente, Previo a la obtención del Título de Licenciado en Sociología de la carrera de Sociología a través de la Facultad de Jurisprudencia, Ciencias Sociales y Políticas, de la Universidad Estatal de Bolívar, manifestó que los criterios e ideas emitidas en el presente trabajo de proyecto, con el tema: "Autoconcepto e identidad virtual: El papel de las redes sociales en la formación de identidad de los estudiantes de la carrera de sociología de la Universidad Estatal de Bolívar, abril agosto 2024", es de mi exclusiva responsabilidad en calidad de autor. Es todo cuanto puedo declarar en honor a la verdad, la misma que la hago para los fines legales pertinentes. HASTA AQUÍ LA DECLARACIÓN JURADA. La misma que queda elevada a escritura pública con todo su valor legal. Para el otorgamiento de la presente escritura pública se observaron todos los preceptos legales del caso, leída que le fue al compareciente por mí el Notario en unidad de acto, aquel se ratifica y firma conmigo se incorpora al protocolo de esta Notaria la presente escritura, de todo lo cual doy fe.-

BRYAN ALEXIS ESCOBAR PILCO
C.C. 0202520052

AB. HENRY ROJAS NARVAEZ
NOTARIO PUBLICO TERCERO DEL CANTON GUARANDA

El Nota...

UEB UNIVERSIDAD ESTATAL DEBOLIVAR	**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR** **FACULTAD DE JURISPRUDENCIA, CIENCIAS SOCIALES Y POLÍTICAS** **CARRERA DE SOCIOLOGÍA**

INFORME DE URKUND

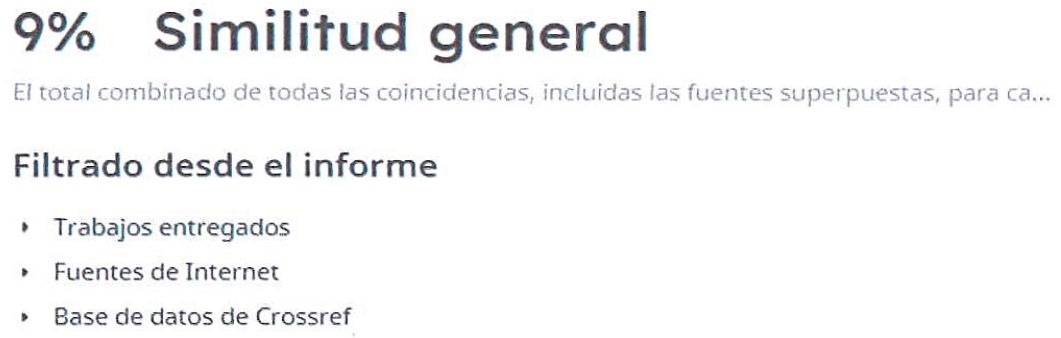
PARA: Bryan Alexis Escobar Pilco

DE: Lic. Fernando Fredi Rea Garcia

ASUNTO: Informe de URKUND

FECHA: 15 De julio de 2025

Adjunto al presente, sírvase encontrar el documento final del Proyecto de Integración Curricular titulado "Autoconcepto e identidad virtual: El papel de las redes sociales en la formación de identidad de los estudiantes de la carrera de sociología de la Universidad Estatal de Bolívar, abril agosto 2024"" elaborado por el señor: Bryan Alexis Escobar Pilco, bajo mi dirección, previa a la obtención del título de **LICENCIADO(A) SOCIOLOGIA**, la misma que cumple con los componentes que exige la reglamentación de la Universidad Estatal de Bolívar e incluye el informe de la herramienta URKUND, el cual avala los niveles del 8% de similitud y el 92% de originalidad del trabajo investigativo.



Atentamente,

Lic. Fernando Fredi Rea Garcia , Msg.
TUTOR DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

DERECHOS DE AUTOR

Yo; Bryan Alexis Escobar Pilco, portador de la Cédula de Identidad No 020252052, en calidad de autor titular de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación: **Autoconcepto e identidad virtual: el papel de las redes sociales en la formación de identidad de los estudiantes de la carrera de sociología de la Universidad Estatal de Bolívar, abril agosto 2024,** modalidad Proyecto de Investigación, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a mi/nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo/autorizamos a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El (los) autor (es) declara (n) que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.



Bryan Alexis Escobar Pilco

Autor

v. Dedicatoria

Con todo mi cariño y agradecimiento, dedico este trabajo a las personas que han sido mi mayor fuente de apoyo, inspiración y fortaleza a lo largo de este proceso. A mis padres, Marco y Rocío, por su amor constante, su sabiduría y por enseñarme siempre el verdadero valor del esfuerzo, la perseverancia y la importancia de nunca rendirse en la búsqueda de mis sueños. Su apoyo ha sido fundamental para superar cualquier desafío. A mis hermanos, Boris y Marco Antonio, por ser mi compañía leal y mis mayores motivadores. Gracias por su confianza, su paciencia y por estar siempre a mi lado, brindándome su apoyo en todo momento. A mi pareja, Lesly del Carmen, por ser mi mayor fuente de fortaleza. Tu amor, comprensión y apoyo han sido clave para llegar hasta aquí. Gracias por ser mi compañera incansable en cada etapa de este camino.

A mis docentes, por su dedicación y compromiso, y por transmitir no solo conocimientos, sino también la pasión por aprender y la importancia de la investigación. Cada uno de ustedes ha sido fundamental en mi formación académica y profesional. Finalmente, a mí mismo/a, por la dedicación, el esfuerzo y la perseverancia que he puesto en cada paso de este proceso. Este logro es el resultado de todo el trabajo y sacrificio invertido con todo mi corazón.

vi. Agradecimiento

Con gran aprecio, deseo expresar mi reconocimiento a todas las personas que, de alguna manera, han sido parte de este proceso y han contribuido a la realización de esta tesis. En primer lugar, mi más sincero agradecimiento a mi tutor, Fernando Rea, por su paciencia, guía y valiosos aportes a lo largo de este camino. Su compromiso y apoyo fueron esenciales para la culminación de este trabajo. A la Universidad Estatal de Bolívar, por brindarme una educación de excelencia, así como los recursos y el entorno adecuados para desarrollar esta investigación. A mis profesores, por su dedicación y enseñanzas, que han sido clave en mi formación académica y profesional.

A mi familia, por su amor incondicional, por ser mi mayor fuente de fortaleza en los momentos difíciles y por impulsarme a seguir adelante con determinación. A mis amigos, por su compañía, apoyo inquebrantable y por recordarme la importancia de equilibrar el esfuerzo con el descanso. Finalmente, extiendo mi gratitud a todas las personas que, de una u otra forma, han contribuido con su ayuda, conocimientos y motivación para que este proyecto sea una realidad. ¡Muchas gracias!

vii. Índices

Índice

ii. Página de la declaración de autoría 2
iii. Página de la declaración juramentada/cesión de reproducción (notarizada)..... 3
iv. Reporte de similitud de Turnitin..... 4
v. Dedicatoria..... 4
vi. Agradecimiento 5
vii. Índices 6
Índice 6
Índice de tablas 8
Índice de figuras 8
Capítulo I: Problema..... 10
1.1 Resumen 10
1.2 Introducción. 12
1.3 Planteamiento del Problema 14
1.4 Formulación del problema..... 17
1.5 Hipótesis (Supuesto)..... 17
1.6 Variables..... 17
1.6.1 Variable Independiente. 17
1.6.2 Variable Dependiente 17
1.7. Objetivos..... 17
1.7.1 Objetivo General..... 17
1.7.2 Objetivos Específicos 17
1.8 Justificación 18
Capítulo II – Marco Teórico 20
2.1 Marco Histórico 20
2.1.1 El internet: Travesía hacia la red global 20
2.1.2 La transformación de la Identidad 22
2.1.3 Evolución y revolución: Historia de las redes sociales 24
2.2 Marco Teórico 27
2.2.1 Simbología social: Un vínculo entre culturas y significados 27
2.2.1.1 La importancia de la comunicación y el poder de la simbología. 29
2.2.2 El arte del autoconcepto 30
2.2.2.1 Construcción y dinámica de la identidad social 32

2.2.2.2 Teorías modernas sobre identidad virtual desde la perspectiva de Erving Goffman. 34
2.2.2.3 La esencia de la performatividad en la era digital. 36
2.2.2.4 El habitus y la construcción de la identidad Digital. 38
2.2.3 La Identidad como construcción narrativa 39
2.2.4 Identidad reflexiva: Una vista hacia el autoconocimiento 42
2.2.4.1 La transformación digital y la influencia de los roles virtuales en la construcción de la identidad. 44
2.2.4.2 Explorando la teoría del constructivismo social. 46
2.2.5 La intersección socio-digital 47
2.2.5.1 Conexiones digitales: El impacto de las redes sociales en la sociedad .. 51
2.2.5.2 La Representación Mediática: La construcción de imágenes y narrativas 54
2.2.5.3 El autoconcepto y la construcción de la identidad en el ámbito universitario. 55
Capítulo III – Metodología 57
3.1 Método de la investigación 57
3.2 Tipo de Investigación (metodología) 57
3.2.1 Exploratoria 57
3.3 Técnicas e instrumentos de investigación. 57
3.3.1 Encuesta 57
3.4 Criterio de inclusión y criterio de exclusión. 58
3.4.1 Criterios de inclusión. 58
3.1.2 Criterios de exclusión. 58
3.5 Población y muestra. 58
3.5.1 Población. 58
3.5.1 Muestra. 58
3.6 Localización geográfica del estudio. 59
Capítulo IV – Resultados y discusión 60
4.1. Resultados 60
4.2. Discusión 77
4.2.1 Internet: La red que conecta el mundo 77
4.2.2 La construcción de la identidad virtual 78
4.2.3 El poder del autoconcepto 78
Capítulo V – Conclusiones y Recomendaciones 81
5.1. Conclusiones 81

5.2. Recomendaciones 82
Bibliografía 84
Anexos 89
Anexo1. Fotografía estudiantes cuarto ciclo 89
Anexo 2. Fotografía estudiantes sexto ciclo 90
Anexo 3 Fotografía estudiantes sexto ciclo 91
Anexo 4 Fotografía estudiantes quinto ciclo 92
Anexo 5. Formato de encuesta 93

Índice de tablas

Tabla 1. Entorno socio digital 49
Tabla 2. Redes sociales 52
Tabla 3. Acceso a internet 61
Tabla 4. Conectividad al día 62
Tabla 5. Tiempo en redes sociales 63
Tabla 6. Personalidad e identidad en redes sociales 64
Tabla 7. La interacción social y el autoconcepto 65
Tabla 8. La comunicación en redes sociales 66
Tabla 9. Las redes sociales 67
Tabla 10. Autenticidad en redes sociales 68
Tabla 11. Contenido en redes sociales 69
Tabla 12. Experiencias personales 70
Tabla 13. Las redes sociales y la autoestima 71
Tabla 14. Participación en redes sociales 72
Tabla 15. Autovaloración 73
Tabla 16. Contenido en redes sociales 74
Tabla 17. Estrategias de presentación en redes sociales 75
Tabla 18. La autenticidad 76

Índice de figuras

Figura 1. La historia del internet 21
Figura 2. *Ubicación geográfica de la Universidad Estatal de Bolívar* 59
Figura 3. Acceso a internet 61
Figura 4. Conectividad al día 62
Figura 5. Tiempo en redes sociales 63
Figura 6. Personalidad e identidad en redes sociales 64
Figura 7. La interacción social y el autoconcepto 65
Figura 8. La comunicación en redes sociales 66

Figura 9. Las redes sociales 67
Figura 10. Autenticidad en redes sociales 68
Figura 11. Contenido en redes sociales 69
Figura 12. Experiencias personales 70
Figura 13. Las redes sociales y la autoestima 71
Figura 14. Participación en redes sociales 72
Figura 15. Autovaloración 73
Figura 16. Contenido en redes sociales 74
Figura 17. Estrategias de presentación en redes sociales 75
Figura 18. La autenticidad 76

Capítulo I: Problema

1.1 Resumen

Este estudio, titulado "Autoconcepto e Identidad Virtual: El Papel de las Redes Sociales en la Formación de la Identidad de los Estudiantes de la Carrera de Sociología de la Universidad Estatal de Bolívar," busca comprender cómo las redes sociales influyen en la construcción del autoconcepto y la identidad de los estudiantes de sociología. Utilizando un enfoque de investigación mixto, que combina elementos cualitativos y cuantitativos, se recolectarán datos a través de encuestas administradas a 121 estudiantes matriculados durante el período de abril - agosto de 2024. El proyecto se enmarca en una investigación exploratoria, una técnica empleada para investigar problemas poco estudiados, proporcionando información preliminar y generando hipótesis para futuros estudios. Este enfoque permitirá identificar factores claves y obtener una comprensión inicial del papel de las redes sociales en la configuración de la identidad de los estudiantes.

Para la recolección de datos, se utiliza encuestas como método principal, ya que permiten obtener información cuantitativa y cualitativa de manera sistemática. Por lo tanto, las encuestas se aplicarán individualmente a los estudiantes para obtener descripciones detalladas de sus características, la población total consta de 175 estudiantes, y la muestra se ha calculado en 121 estudiantes con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. De igual manera, la investigación se lleva a cabo en la Universidad Estatal de Bolívar, cuya ubicación geográfica ha sido detalladamente identificada para contextualizar el estudio. Para este proyecto se espera evidenciar la presencia e impacto de las redes sociales en la construcción de las identidades de los estudiantes de sociología.

Palabras clave: autoconcepto, identidad virtual, redes sociales, internet, Universidad Estatal de Bolívar

Abstract.

This study, titled "Self-concept and Virtual Identity: The Role of Social Networks in the Identity Formation of Students of the Sociology Major at the State University of Bolívar," seeks to understand how social networks influence the construction of self-concept. and the identity of sociology students. Using a mixed research approach, which combines qualitative and quantitative elements, data will be collected through surveys administered to 121 students enrolled during the period from April to August 2024. The project is framed in exploratory research, a technique used to investigate understudied problems, providing preliminary information and generating hypotheses for future studies. This approach will identify key factors and gain an initial understanding of the role of social media in shaping students' identity.

For data collection, surveys are used as the main method, since they allow quantitative and qualitative information to be obtained systematically. Therefore, the surveys will be administered individually to students to obtain detailed descriptions of their characteristics, the total population consists of 175 students, and the sample has been calculated at 121 students with a confidence level of 95% and a margin of error. of 5%. Likewise, the research is carried out at the State University of Bolívar, whose geographical location has been identified in detail to contextualize the study. For this project he hopes to demonstrate the presence and impact of social networks in the construction of the identities of sociology students.

Keywords: self-concept, virtual identity, social networks, internet, Bolivar State University

1.2 Introducción.

En un mundo cada vez más digitalizado, las redes sociales han emergido como uno de los pilares fundamentales de la comunicación e interacción humana. Estas plataformas han roto barreras inimaginables, convirtiendo a la tecnología en un instrumento primordial en la vida cotidiana de millones de personas. Por lo que, este fenómeno no solo se limita a facilitar el acceso a información, sino que también influye de manera significativa en la configuración de las identidades individuales, impactando las actitudes, los valores y las formas en que las personas se integran a la sociedad. En este contexto, el presente trabajo de investigación se centra en analizar el papel de las redes sociales en la configuración de la identidad, específicamente explorando cómo la interacción en línea afecta la construcción del autoconcepto en los estudiantes de la carrera de Sociología de la Universidad Estatal de Bolívar.

El uso masivo de redes sociales ha generado un cambio paradigmático en la forma en que los individuos, especialmente los jóvenes universitarios construyen su identidad. Es así como los jóvenes utilizan estas plataformas no solo para comunicarse y establecer relaciones, sino también para moldear la percepción de sí mismos y proyectar una versión idealizada de su identidad. En Ecuador, esta tendencia no es ajena, especialmente entre los estudiantes universitarios, quienes utilizan estas plataformas como un medio esencial para interactuar, expresar sus ideas y explorar aspectos de su identidad. El comportamiento de los jóvenes en la era digital es notablemente complejo y cambiante, influenciado por una serie de factores tecnológicos, culturales y sociales.

En este contexto, la investigación busca responder a los siguientes objetivos, que son identificar el impacto de las normas sociales y los roles desempeñados en plataformas en línea en la formación del autoconcepto de los estudiantes de Sociología; explorar las plataformas de redes sociales más utilizadas por estos estudiantes y los propósitos específicos de su uso en relación con la construcción de su identidad virtual; y determinar la influencia de las redes sociales en la conformación de su identidad fuera del ámbito virtual, así como en su capacidad para integrarse socialmente. Estos objetivos permiten abordar de manera integral las dinámicas entre la tecnología digital y la construcción de

la identidad en el ámbito universitario. Por consiguiente, para el desarrollo de la investigación se plantean 5 capítulos que se detallan a continuación:

Capitulo I. Dentro de este capítulo se desarrollará el planteamiento del problema el mismo que explica la importancia del problema a investigar, busca contribuir al entendimiento de como las redes sociales influyen en la configuración de la identidad y el autoconcepto de los estudiantes. La hipótesis proporciona el conocimiento de la formación de la identidad de los estudiantes a través del autoconcepto y la identidad virtual. También se desarrolla la justificación, la misma que sostiene el interés de realizar dicha investigación.

Capítulo II. En este capítulo se centra la importancia de la investigación, debido a que la veracidad de información se ve desarrollada a través del marco histórico y teórico quienes son los encargados de sustentar el estudio. El marco histórico constituye una recopilación de información relevante que ha sucedido a lo largo del tiempo. Por otro lado, el marco teórico proporciona las bases conceptuales y teóricas necesarias para entender el problema de estudio.

Capítulo III. Aquí se presenta la metodología, misma que a través de un método mixto (cualitativo y cuantitativo) se pretende analizar las experiencias y perspectivas de los estudiantes, explorando las interacciones en línea, las normas sociales y los roles que desempeñan en estas plataformas. También se incluye la técnica e instrumento utilizado, que en conjunto con los criterios de inclusión y exclusión permiten la creación correcta de la encuesta utilizada en el estudio.

Capitulo IV. En este capítulo se abordan los resultados obtenidos a lo largo de la investigación y a través de la encuesta planteada a los estudiantes de la carrera de sociología, que luego de ello se desarrolla una discusión para conocer las diferentes perspectivas de cada uno de los encuestados.

Capítulo V. Por último, se plantean las conclusiones y recomendaciones en este capítulo en las que se ha logrado obtener resultados significativos como es el comprender el papel de estas plataformas en la formación del autoconcepto de los estudiantes que es fundamental para desarrollar estrategias que promuevan un uso crítico, reflexivo y

equilibrado de las tecnologías digitales. Asimismo, se incluye la bibliografía en la que se agrega las fuentes bibliográficas utilizadas a lo largo de la investigación.

1.3 Planteamiento del Problema

En un mundo cada vez más tecnológico y digitalizado las redes sociales han roto barreras inimaginables, volviendo a la tecnología un instrumento primordial del día a día de millones de personas. Esto no ocurre solo en ciertas áreas, es más, se ha vuelto importante porque ha influido en el pensamiento de las personas, cambiando a su vez las actitudes y la forma de integrarse a la sociedad. Actualmente, el uso de las redes sociales en el mundo se ha introducido profundamente en la cotidianidad de los jóvenes universitarios en distintos países como España, México y Perú.

Se destaca que el comportamiento que viven los adolescentes puede ser muy complejo y cada vez más cambiante, dado que se puede moldear debido a varios factores que presentan la era moderna que se está viviendo. Las redes sociales no solo pueden ser una herramienta de comunicación con los amigos, también actúan como espacio donde se puede encontrar un sentido de pertenencia, donde puedan identificarse y puedan darle diferentes aspectos de equilibrio a su vida. Es así, como el entorno causa un sin número de desafíos negativos, el poder mantener las identidades, es decir; el “yo real y el yo virtual”. De acuerdo con Livingstone citado por Huertas y Martínez (2015) esta problemática se vuelve más común por el contexto de la era digital, pues se propone que, en lugar de facilitar la comunicación y el conocimiento, la red puede alimentar la incertidumbre y la ansiedad sobre uno mismo y los demás.

Asimismo, la omnipresencia de las plataformas digitales en la vida diaria plantea interrogantes fundamentales sobre su efecto en la creación de la identidad virtual y la percepción personal de los estudiantes universitarios. De este modo, estudios previos han mostrado que una proporción significativa de la población estudiantil utiliza activamente las redes sociales como su principal medio de comunicación, no solo para mantener relaciones existentes, sino también para establecer nuevas conexiones, particularmente en la búsqueda de amistades o relaciones románticas.

Este fenómeno revela una estrecha relación entre el uso de las redes sociales y la construcción de identidades virtuales, en consecuencia, las interacciones en línea no solo moldean cómo los estudiantes se ven a sí mismos en el mundo digital, sino también cómo son percibidos por otros en este entorno virtual. Por tanto, es esencial investigar la dinámica entre la actividad en redes sociales y la formación de la identidad virtual para comprender mejor la compleja interacción entre la tecnología y la construcción de la identidad en el ámbito universitario.

Según los hallazgos de Del Barrio y Ruiz (2014), en España, se destaca que el 96% de los jóvenes universitarios están activos en redes sociales, utilizando estas plataformas virtuales no solo para expandir su círculo social, sino también para establecer relaciones sentimentales. Por otro lado, Islas (2015) señala que en México la adopción de la era digital es aún más amplia, con al menos el 97% de los usuarios de internet participando en redes sociales, lo que sugiere una integración profunda de esta tecnología en la vida cotidiana, por último, Ikemiyashiro (2017) menciona que en Perú también hay un uso significativo de las redes sociales, con un 74,2% de la población conectada a alguna plataforma social en línea.

Este panorama refleja una tendencia global hacia la utilización masiva de redes sociales como parte integral de la vida moderna, ante este contexto, surge la necesidad imperiosa de comprender más a fondo el impacto de estas plataformas en las relaciones sociales y en la formación de la identidad virtual y el autoconcepto de los individuos. Explorar estas dinámicas puede proporcionar una comprensión más profunda de cómo las interacciones en línea están dando forma a nuestra percepción de sí mismos y a las relaciones en el mundo digital. Por esta razón, en la actualidad en Ecuador, particularmente entre los jóvenes, se está presenciando un crecimiento notable en la inclinación hacia el uso de recursos digitales y redes sociales como medios predominantes de interacción social. El cambio en los patrones de comunicación y socialización conlleva desafíos significativos en la configuración de la identidad virtual y el autoconcepto de los individuos. A pesar de que estas plataformas han simplificado en gran medida la comunicación y la conexión con otros, también han dado lugar a la creación de representaciones ficticias o idealizadas de uno mismo y de los demás en el ámbito virtual.

Entre las redes más conocidas y su vez utilizadas entre los estudiantes, el autor Arias (2014) expone que, los cibernautas usan, en primer lugar Facebook con 1550 millones de usuarios, WhatsApp con 900 millones de usuarios, en Norteamérica tiene un mayor porcentaje los usuarios de Facebook con 5.15%, mientras que en África debido a las grietas sociales en este continente solo un pequeño porcentaje de población tiene redes sociales.

El estudio realizado por Luque y Herrero en 2019 proporciona perspectivas sobre esta tendencia, revelando que, en Ecuador el 58,3% de la población ha utilizado internet y participa activamente en al menos una red social. Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos recopilados en 2017 indican una penetración importante de las tecnologías digitales en la vida cotidiana de los ecuatorianos, especialmente entre los jóvenes, destacando la importancia de comprender cómo estas herramientas están impactando en la formación de la identidad virtual y el autoconcepto en la sociedad contemporánea.

En un estudio realizado por la Universidad Estatal de Bolívar en Guaranda, titulada, "La proximidad sensible: estudios de caso de relaciones a distancia en parejas heterosexuales durante la modernidad líquida, 2023" realizado por Vásquez (2023) en el mismo año, se profundiza en cómo las redes sociales afectan el autoconcepto y la identidad virtual de parejas. En estas situaciones se destaca que diversas plataformas digitales son esenciales para mantener la conexión y la comunicación entre parejas separadas geográficamente, lo que puede influir notablemente en la percepción de sí mismos y en su presentación en línea.

Sin embargo, el estudio también señala los desafíos que enfrentan estas parejas en términos de autoconcepto e identidad virtual, además de la distancia física, emergen inseguridades, desconfianza y otros conflictos emocionales debido a la interacción entre la vida cotidiana presencial y las interacciones en línea. En este sentido, resultados subrayan la importancia de comprender cómo las relaciones a distancia en el ámbito digital moldean la autopercepción y la construcción de la identidad virtual en la era de la modernidad líquida.

1.4 Formulación del problema

¿Influyen las redes sociales en la configuración de la identidad y en la construcción del autoconcepto de los estudiantes de la carrera de sociología en la Universidad Estatal de Bolívar?

1.5 Hipótesis (Supuesto)

Las redes sociales forman la identidad de estudiantes de la carrera de Sociología en la Universidad Estatal de Bolívar a través del autoconcepto y la identidad virtual.

1.6 Variables

1.6.1 Variable Independiente.

Autoconcepto e identidad virtual

1.6.2 Variable Dependiente

Redes sociales

1.7. Objetivos

1.7.1 Objetivo General

Conocer el papel de las redes sociales en la configuración de la identidad, explorando la interacción en línea afecta la construcción del autoconcepto en los estudiantes de la carrera de sociología en la Universidad Estatal de Bolívar.

1.7.2 Objetivos Específicos

Identificar el impacto de las normas sociales y los roles desempeñados en plataformas en línea en la formación del autoconcepto de los estudiantes de sociología.

Explorar las plataformas de redes sociales más utilizadas por los estudiantes de sociología y los propósitos específicos de su uso en relación con la construcción de su identidad virtual.

Determinar la influencia de las redes sociales en la conformación de su identidad fuera del ámbito virtual, así como en su capacidad para integrarse socialmente en los estudiantes

1.8 Justificación

Desde un enfoque teórico y sociológico, esta investigación titulada "Autoconcepto e Identidad Virtual: El Papel de las Redes Sociales en la Formación de la Identidad de los Estudiantes de Sociología en la Universidad Estatal de Bolívar" se fundamenta en la necesidad de comprender a profundidad el fenómeno de la identidad en la era digital. Las redes sociales han dejado de ser instrumentos de comunicación para convertirse en escenarios dinámicos donde se construyen, negocian y redefinen continuamente las identidades individuales y colectivas. En este contexto, resulta fundamental analizar como estas plataformas digitales influyen en el proceso de autoconcepto e identidad de los estudiantes, quienes no solo participan activamente en estas dinámicas, sino que también son moldeados por ellas.

Desde una perspectiva ética, esta investigación destaca la importancia de promover un uso consciente, responsable y reflexivo de las redes sociales por lo que es indispensable garantizar un entorno digital que no solo facilite la interacción social, sino que también enriquezca la experiencia personal y académica de los estudiantes. Lo más importante para Prada y Valencia (2024) es que la identidad, sea entendida como un proceso en constante construcción, se ve inevitablemente afectada por las narrativas y prácticas que emergen en el ámbito digital. Por lo tanto, el estudio no solo busca evidenciar estas dinámicas, sino también proponer estrategias que permitan a los estudiantes adoptar posturas críticas frente al impacto de las redes sociales en su formación como individuos y como futuros profesionales en el campo de la sociología.

Esta investigación responde a la necesidad de abordar de manera innovadora y sistemática la relación entre identidad y redes sociales, particularmente en el contexto de los estudiantes de Sociología. La creciente interacción de los jóvenes con las plataformas digitales hace imprescindible comprender las dinámicas subyacentes a este fenómeno, no solo para ampliar el conocimiento académico, sino también para contribuir al diseño de políticas educativas y sociales más inclusivas y adaptadas a la realidad tecnológica actual.

Esta investigación, no solo busca llenar un vacío en el conocimiento sobre la formación de identidad en el ámbito digital, sino que también ofrece herramientas analíticas y prácticas que beneficien tanto a los estudiantes como a la comunidad académica. Su relevancia radica en que aborda un fenómeno actual de gran impacto, contribuyendo a un entendimiento más integral de las transformaciones sociales y culturales en la era digital.

Capítulo II – Marco Teórico

2.1 Marco Histórico

2.1.1 El internet: Travesía hacia la red global

Internet existe desde los años 1960 y 1970 ya que fue creado para cambiar la forma en que la gente habla y comparte información en todo el mundo. De este modo, internet comenzó como un proyecto para construir una red fuerte e independiente que pudiera sobrevivir a un ataque nuclear y se estableció por muchas universidades y organizaciones gubernamentales de Estados Unidos. Es así como el internet nace con la finalidad de "crear un medio para las comunicaciones descentralizado que permitiese el flujo constante de información sobre ese territorio." (Sain, 2015, p. 1)

En 1969 se creó una red especial llamada ARPANET la cuál fue financiada por un grupo llamado Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada (ARPA) del Departamento de Defensa de los Estados Unidos. Tal y como lo menciona Sain (2015) ese fue un momento muy importante para Internet debido a que ARPANET creó la tecnología que hizo posible que las computadoras enviaran y recibieran información rápidamente, incluso si estaban muy alejadas. Además, la forma en que se configuraron las cosas en el pasado ayudó a crear la Internet que se tiene ahora, y el cuál fue diseñado para ser fuerte y capaz de manejar muchas cosas diferentes.

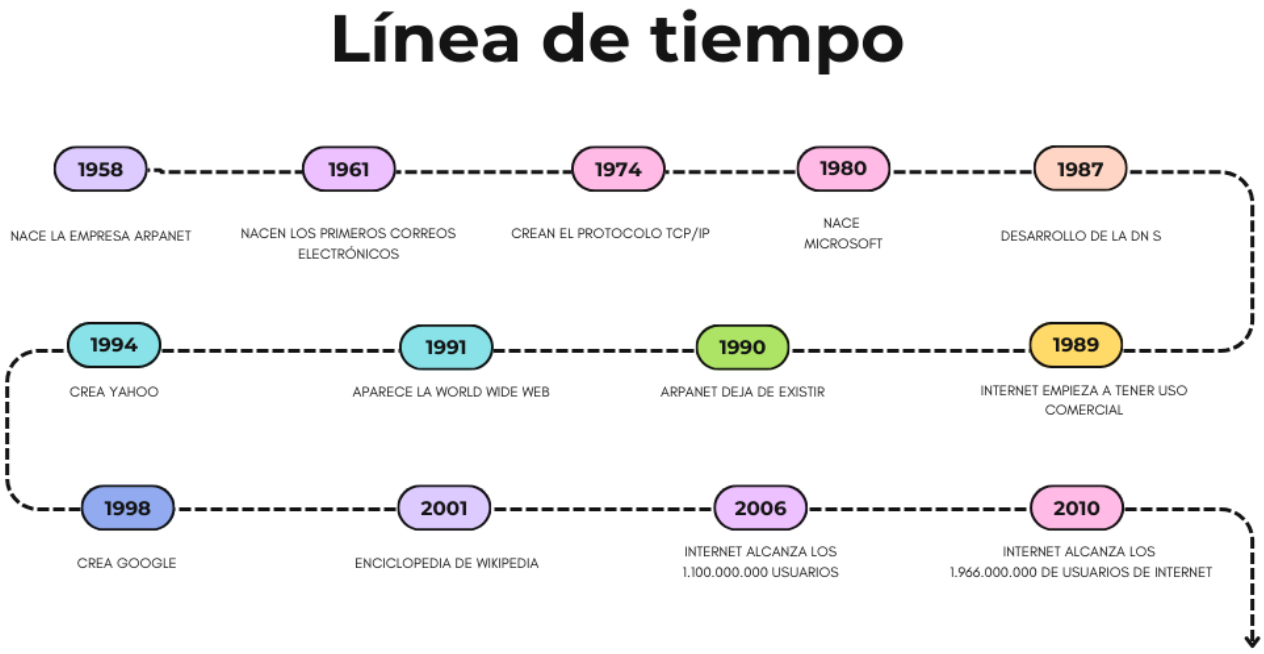
Sevilla (2020) también menciona que, en la década de 1980, se creó un conjunto especial de reglas llamado TCP/IP para que Internet funcionara de la misma manera en todo el mundo. TCP/IP hizo posible que diferentes tipos de redes se conectaran y compartieran información, y esto ayudó a que Internet creciera y se volviera más popular. Por otro lado, en la década de 1990, internet se convirtió en algo más que sólo para las escuelas y el ejército porque empezó a ser utilizado por gente normal para diferentes cosas lo cual condujo a nuevas tecnologías.

En 1989, una persona llamada Tim Berners-Lee creó algo llamado World Wide Web lo que hizo más fácil su uso para las personas, pero deja de existir ARPANET, esto hizo posible que todos encontraran información y trabajaran junto con personas de todo el mundo, es así como internet se hizo muy popular a finales del siglo XX y principios

del 2000. Asimismo, hizo que a la gente se le ocurrieran nuevas ideas para cosas como comprar en línea, conectarse con amigos en las redes sociales, ver películas y programas en línea y aprender cosas nuevas en Internet. También, empresas como Google, Amazon, Facebook y Netflix se volvieron muy poderosas porque cambiaron la forma en que usamos Internet afectando la economía mundial y la forma en que vive la gente. (Sevilla, 2020)

Internet siempre está cambiando y mejorando, por lo que cada vez más personas utilizan sus teléfonos y otros dispositivos para conectarse a una red global, también se está convirtiendo en parte de la vida cotidiana de las personas, haciendo las cosas más fáciles y cómodas. Sin embargo, existen algunos problemas que surgen cuando Internet está cada vez más conectado, pues se deben pensar en cosas como la privacidad, la seguridad y la justicia. Es así que comenzó como un pequeño proyecto para aprender cosas nuevas, hoy en día está en todas partes y cambia la forma en que se vive, se trabaja y se conecta con los demás. En la figura 1 se muestra una línea de tiempo de los avances del internet.

Figura 1.
La historia del internet



Nota: Adaptado de “Historia de las redes sociales: como nacieron y cuál fue su evolución” (pp. 1-25), por Redes sociales y Tweetter.

2.1.2 La transformación de la Identidad

La identidad ha sido un concepto central en las ciencias sociales y principalmente en la sociología, ya que ha evolucionado significativamente a lo largo del tiempo, y dicho término ha sido abordado desde diversas perspectivas sociológicas como las de Marx, Durkheim y Weber debido a que ofrecen conceptos fundamentales. Estos tres pensadores han influido de manera decisiva en la comprensión de la identidad, cada uno aporta una percepción diferente que muestra sus preocupaciones teóricas y conceptos históricos.

La teoría de la lucha de clases fue la base del análisis de la identidad de Karl Marx, es así como la ideología marxista sostiene que el papel de los individuos en las relaciones de producción está estrechamente ligado a su identidad. En su texto, El Manifiesto Comunista y El Capital, menciona que la identidad está definida por las clases sociales de la burguesía y el proletariado, es así como "[…] Marx contribuyó a reformar la concepción del ser humano y de la sociedad, al observar en la relación del hombre con las circunstancias materiales una conexión de interdependencia que se da y se modifica con base en condiciones históricas concretas" (Vargas, 2014, p. 9). Por lo que, la ideología marxista sugiere que la conciencia de clase surge cuando los trabajadores reconocen su explotación y desarrollan un sentido de identidad colectiva diferente al de la clase capitalista. En este enfoque se enfatiza la naturaleza conflictiva de la identidad, basada en la alienación y la explotación económica.

Por otro lado, Émile Durkheim optó por un enfoque funcionalista de la identidad, enfatizando la necesidad de cohesión social y expectativas compartidas. Durkheim sostiene que la identidad se forma a través del proceso de integración en la sociedad y la internalización de normas y valores compartidos en sus obras Suicidio y Las Formas Elementales de la Vida Religiosa. Por consiguiente, menciona que la identidad se basa en la cohesión social, que puede ser mecánica en las sociedades históricas u orgánicas en las sociedades modernas. Las crisis de identidad pueden surgir debido a la anomia, que es la ausencia de normas claras que den forma a las identidades individuales y colectiva por lo que de acuerdo con Vargas (2014) la identidad desde la perspectiva de Durkheim se entendía a través de diversos autores, por lo que:

> Si se traslada esta idea al estudio de la identidad es posible señalar, como lo hace Dubet, que las aportaciones de Durkheim a la sociología funcionalista fueron las que permitieron a autores posteriores, como Parsons, analizar la identidad como algo inseparable de la socialización y de la eficacia de ésta sobre el desarrollo de la personalidad del individuo, al considerar además la identidad producida a partir de la socialización como la estructura capaz de borrar las tensiones entre la conciencia individual y la conciencia colectiva a las que se refería Durkheim. (p.13)

Por otro lado, la visión de Max Weber sobre la identidad era más multifacética, teniendo en cuenta no sólo las dimensiones económica y social, sino también la cultural y simbólica. Por lo que, los estudios que hace Weber sobre la ética protestante y el espíritu del capitalismo revelan que la identidad está influenciada por valores culturales y creencias religiosas. Weber argumentó que la identidad es una mezcla de clase, estatus y afiliación política, lo que refleja una perspectiva más fragmentada de la sociedad. También introduce el concepto de acción social, en el que la identidad es un reflejo de las acciones y significados que las personas dan a sus acciones en diferentes situaciones. Además, Vargas (2014) menciona que:

> Otra de las ideas weberianas que se han retomado recientemente en relación con la construcción de identidades es la referida a la noción del desencantamiento del mundo. Con ella, Weber planteó que la racionalización generalizada de la existencia llevaba al intelectual a otorgarle un "sentido" único a la vida y al mundo, rechazando la creencia en todo aquello que no era asimilable por este sentido, como la magia, por lo que el ordenamiento del mundo y de la propia vida comenzó a racionalizarse tanto, que fue perdiendo su sentido mágico y su encanto. (p. 18)

El siglo XX ha visto la reinterpretación y expansión de las ideas de Marx, Durkheim y Weber por parte de una variedad de teóricos para comprender mejor las complejidades de la identidad en las sociedades modernas. Igualmente, los estudios de clase de Marx se han modificado para abordar la globalización y las nuevas formas de trabajo inseguro, mientras que las teorías de Durkheim sobre la cohesión social han sido esenciales para investigar la cuestión de la integración y la exclusión en entornos multiétnicos. La perspectiva weberiana ha sido crucial para examinar el impacto de la etnia, la religión, el género y otros factores sobre las identidades en un mundo cada vez más interdependiente.

La idea de identidad sigue siendo un campo dinámico de investigación, donde las teorías interseccionales y posmodernas desafían y enriquecen las teorías clásicas, ya que

los estudios sobre identidad de género, identidad étnica e impacto de los medios digitales revelan que las identidades son dinámicas y diversas, y reflejan contextos sociales y culturales cambiantes. Las investigaciones modernas frecuentemente se alinean con los conceptos fundacionales de Marx, Durkheim y Weber, lo que indica su continua relevancia en la sociología, pues el desarrollo del concepto de identidad a través de las obras de estos pensadores es indicativo de un legado intelectual en sociología.

2.1.3 Evolución y revolución: Historia de las redes sociales

Las redes sociales han cambiado la forma en que las personas se comunican e interactúan entre sí en todo el mundo, pero su desarrollo ha sido un proceso continuo a lo largo de varias décadas debido a que las redes sociales se remontan en los años 70 y 80, cuando las comunidades académicas comenzaron a utilizar el correo electrónico y los primeros sistemas de tablones de anuncios. Estos sistemas permitieron conectarse a través de módems e intercambiar información en foros públicos, lo que allanó el camino para futuras interacciones digitales.

En los años 90 con el surgimiento del internet las redes sociales toman forma, siendo Geocities en 1994 y Six Degrees en 1997 grandes ejemplos de ello. Por un lado, Geocities permitió a los usuarios crear sus propias páginas web y agruparlas en "vecindarios" virtuales dentro de esta plataforma, fomentando así un sentido de comunidad. Mientras que Six Degrees fue el primer sitio de redes sociales que permitió a los usuarios crear perfiles, agregar amigos, navegar por su red de conexiones y todo eso antes de internet. A su vez, Marín (2022) declara que esta red social permitía encontrar a diferentes integrantes de la red y crear listas de contactos, basándose en la teoría de los seis grados de separación. Esta teoría sostiene que cualquier persona en el mundo puede conectarse con otra a través de solo seis intermediarios. Sin embargo, años después se conoce que:

> En 2001, Six Degrees desapareció, pero unos meses más tarde, para que los entonces afortunados usuarios digitales pudieran empezar a disfrutar de nuevas redes sociales, como Friendster, que se creó en 2002 como una red social para amantes de los videojuegos, o MySpace y LinkedIn, que aparecieron en 2003, considerándose redes mucho más profesionales y orientadas a empresas. Redes sociales antiguas, muchas de las cuales desaparecieron, aunque no todas. (Marín, 2022, p. 6)

Es entonces la verdadera expansión de las redes sociales se da en la década de los 2000 con la llegada de plataformas como Friendster (2002), MySpace (2003), LinkedIn (2003). Por un lado, Friendster fue una de las primeras redes en tener un uso generalizado, permitiendo a los usuarios mantener conexiones y compartir contenido multimedia, es así como MySpace tomó el relevo, ofreciendo más opciones para personalizar perfiles y atrayendo a innumerables usuarios, especialmente entre los jóvenes. Y finalmente, LinkedIn se creó para facilitar la creación de redes profesionales, permitiendo a los usuarios crear y conservar conexiones comerciales.

Se establecieron nuevas formas de interacción y surgieron otras plataformas en la segunda mitad de la década de 2000. Por un lado, Facebook (2004) era originalmente una plataforma de redes sociales para estudiantes universitarios, pero se expandió rápidamente y se convirtió en la red social más popular debido a su interfaz fácil de usar y su compromiso con la autenticidad y la privacidad. En base a la investigación de Marín (2012) se pudo conocer que Facebook fue creada por un joven universitario de Harvard llamado Mark Zuckerberg, quien en un principio creó un portal denominado Facemash el cual tenía como objetivo conectar únicamente con los estudiantes de la universidad a la que pertenecía.

En cambio, en 2005, YouTube cambió la forma en que la gente pueda visualizar vídeos en línea, convirtiéndose en un importante sitio de redes sociales que facilitó el intercambio y el descubrimiento de contenido audiovisual. Es así como Marín (2012) da a conocer que “La idea de YouTube surgió ante las dificultades que los 3 jóvenes encontraron para compartir una serie de vídeos con sus amigos, mientras se encontraban en una fiesta en San Francisco, Cal” (p. 7). De igual manera, Twitter introdujo el microblogging en 2006, el cual permite a los usuarios enviar mensajes cortos o "tweets", y rápidamente se convirtió en una fuente crucial para la difusión inmediata y el intercambio de noticias.

En la década de 2010, las redes sociales continuaron evolucionando y diversificándose, primero Instagram, lanzada en 2010, se centró en la compartición de fotografías y videos, ganando popularidad rápidamente gracias a su enfoque visual y su integración con Facebook. Snapchat, lanzada en 2011, introdujo mensajes efímeros y

filtros de realidad aumentada, atrayendo a una audiencia más joven. Durante este período, también se produjo una mayor convergencia entre redes sociales y otras formas de medios digitales, como el streaming en vivo, con plataformas como Twitch ganando terreno en la transmisión de videojuegos y eventos en directo.

El impacto de las redes sociales se extendió más allá de la esfera personal, afectando profundamente el ámbito profesional, político y cultural. Plataformas como Twitter y Facebook se convirtieron en herramientas poderosas para la movilización social y la participación política, jugando roles cruciales en eventos como la Primavera Árabe y las campañas electorales. Las empresas también comenzaron a utilizar las redes sociales para marketing y atención al cliente, reconociendo su potencial para llegar a audiencias globales y gestionar la reputación en línea. Al mismo tiempo, surgieron preocupaciones sobre la privacidad, la desinformación y los efectos en la salud mental, llevando a un escrutinio mayor sobre el papel de las redes sociales en la sociedad.

Las redes sociales evolucionaron en la década de 2020, con nuevas plataformas y tendencias, principalmente con TikTok lanzado en 2016 el cual se convirtió en una sensación mundial debido a sus videos cortos y virales, especialmente entre la generación más joven, mientras que Club house, una aplicación con funciones de audio en vivo introdujo una nueva forma de socializar a través de salas de chat en tiempo real a partir de 2020. Las redes sociales bien establecidas, como Facebook y Twitter, incorporaron nuevas funciones, como video y audio en vivo, para mantenerse al día con el cambiante panorama digital.

La historia de las redes sociales es una historia de constante innovación y evolución debido a que han cambiado la forma en que se interactúa y se comunica entre la población, desde tableros de anuncios electrónicos hasta plataformas multimodales. “De acuerdo al estudio de redes sociales 2022 realizado por IAB Spain y Elogia, el 85% de los usuarios de internet en Europa, interactúan en estas redes de comunicación y entretenimiento” (Marín, 2012, p. 15). Por consiguiente, han ayudado a crear comunidades globales y dar voz a quienes pueden haber sido ignorados. Sin embargo, han generado nuevas preocupaciones sobre la privacidad, la seguridad y el bienestar social, que siguen siendo componentes fundamentales de su creación y gestión.

2.2 Marco Teórico

2.2.1 Simbología social: Un vínculo entre culturas y significados

La simbología social es el estudio y la interpretación de símbolos que se utilizan para transmitir significados, valores y normas en una sociedad. Los símbolos de la cultura y la sociedad son esenciales en su formación y conservación siendo un aspecto clave de esto para mejorar la manera de transmitir tradiciones, creencias y valores. Los símbolos son el principal medio de interacción social en sociología, el interaccionismo simbólico, propuesto por George Herbert Mead y Herbert Blumer, afirma que las personas actúan de acuerdo con los significados que contienen los símbolos. La interacción social es lo que hace que estos significados surjan, un claro ejemplo son las banderas porque representan un símbolo de orgullo, enemistad, confusión o incluso resentimiento.

Mead afirma que la sociedad se basa en la interacción y que no existe más allá de un conjunto de reacciones comunes entre los individuos, por lo tanto, la sociedad permite la realización de la personalidad individual y tiende a desmantelar las estructuras opresivas debido a la dinámica inherente de las tendencias universales en los contenidos esenciales del lenguaje humano, como la religión y la economía (Carabaña y Lamo, 1978). De igual forma, juega un papel importante en la identidad del grupo, porque son una forma de identificar a diferentes grupos dentro de una comunidad, promoviendo un sentido de unidad y pertenencia. Los logotipos de equipos deportivos, símbolos militares, símbolos religiosos, etc., son buenos para la unidad y el orgullo del grupo.

Además, pueden ser herramientas poderosas para el cambio social debido a que los movimientos sociales a menudo utilizan símbolos para comunicar sus mensajes y movilizar a las masas. Por ejemplo, el lazo rosa se ha convertido en un símbolo universal de la lucha contra el cáncer de mama, y el puño en alto es un símbolo de resistencia y empoderamiento en muchos movimientos de derechos civiles. Estos símbolos pueden condensar complejas ideas y emociones en formas fácilmente reconocibles, facilitando la difusión de mensajes y la construcción de un sentido compartido de propósito.

La simbología social no está exenta de controversias y conflictos, los símbolos pueden ser objeto de disputa y pueden cambiar de significado dependiendo del contexto social y político. Un claro ejemplo de esto es la esvástica, que originalmente era un símbolo de buena suerte y prosperidad en varias culturas antiguas, pero que fue apropiada por el régimen nazi y ahora está irrevocablemente asociada con el odio y el genocidio. Este cambio de significado ilustra cómo el poder y la política pueden influir en la interpretación de los símbolos, es por ello por lo que, según Carabaña y Lamo (1978) la simbología social surge como teoría sociológica y:

> Propiamente, el interaccionismo simbólico se caracteriza por presentar atención casi exclusiva a la comprensión de la acción social desde el punto de vista del actor. El modelo de determinismo cultural lo ha desarrollado más consecuentemente que nadie Parsons que, como es sabido, concibe la sociedad como un sistema de interacción. (p. 171)

En el ámbito de la comunicación, los símbolos facilitan la transmisión de mensajes complejos de manera sencilla y efectiva. Entonces, “si va a haber comunicación como tal, el símbolo tiene que significar la misma cosa para todos los sujetos implicados” (Carabaña y Lomo, 1978, p. 181). Los medios de comunicación y la publicidad hacen un uso extensivo de la simbología para persuadir e influir en las percepciones y comportamientos del público. Un ejemplo contemporáneo es el uso del logotipo de Apple, que no solo identifica a la empresa, sino que también evoca asociaciones con innovación, estilo y calidad pues la capacidad de los símbolos para evocar emociones y construir identidades de marca es un testimonio de su poder comunicativo.

La educación juega un papel crucial en la transmisión y reinterpretación de los símbolos sociales, por eso las personas están expuestas a muchos símbolos desde una edad temprana y el mundo y el lugar en el que se encuentran están moldeados por una multitud de símbolos. Himnos nacionales, banderas y otros símbolos patrióticos en las escuelas es una forma de promover el orgullo por la nación, sin embargo, pueden cambiar con el tiempo y la educación crítica puede desafiar y redefinir estos significados. De igual forma, es crucial reconocer que los símbolos son dinámicos y su significado puede ser contestado y reinterpretado continuamente. Además, Simbaña (2021) da a conocer que “la enseñanza es uno de los medios en los cuales se apoya el Estado para difundir categorías que sirvan como referentes para la construcción de identidad” (p.28)

La simbología social se ha visto afectada por la globalización y la digitalización, se han vuelto más accesibles a las culturas, cruzan fronteras, y son interdependientes. Las redes sociales han permitido una influencia sin precedentes en la opinión pública y las tendencias culturales, y han permitido una rápida difusión de símbolos, como hashtags y memes. También, puede ayudar a comprender o divergir dependiendo de cómo se interpreten y utilicen estos símbolos en diferentes culturas. “Sin embargo, esto puede lograrse en formas simbólicas diferentes: emblemas, marcas faciales, mitos de origen, costumbres de endogamia y exogamia, creencias y prácticas asociadas con los antepasados, genealogías, ceremoniales específicos, estilos especiales de vida, altares, nociones de pureza y corrección, y así sucesivamente.” (Llobera, 1979, p.60). A través de los símbolos, las sociedades pueden preservar sus tradiciones, movilizar cambios y adaptarse a nuevas realidades.

2.2.1.1 La importancia de la comunicación y el poder de la simbología.

La comunicación es un componente vital de la comunicación humana, ya que permite el intercambio de ideas, sentimientos y conocimientos, además, las personas pueden utilizar la comunicación como medio para influir, informar, expresarse y establecer conexiones. Mientras que, los símbolos son capaces de facilitar la consolidación y transmisión de información, sin el uso de palabras, una bandera nacional puede evocar sentimientos de orgullo y unión nacional. El poder de los símbolos para transmitir conceptos abstractos y emociones profundas es lo que los hace poderosos y significativos en la comunicación. “Entonces la comunicación significa “interacción” o “transacción”. El concepto comunicación incluye también todos los símbolos y claves que las personas utilizan para dar y recibir un significado.” (Naranjo, 2010, p. 5)

Esta teoría se basa en la simbología, es decir se toma como punto principal el lenguaje como motor primordial de comunicación entre la sociedad, el autor Habermas (1981) propone un modelo de interacción social basado en la comunicación y el entendimiento mutuo, basándose en como la sociedad puede manifestarse entre sí debido al entendimiento de diferentes simbologías ya existentes. Existe varios puntos de partida según el autor como el “mundo de la vida” este se podría tomar como el escenario donde suceden diferentes interacciones cotidianas en el contexto y se puede incluir distintas costumbres, culturas y los elementos que se dan como compartidas en sociedad que no

logra entender cómo se expresan en realidad ya que todos los individuos tienden a tener una diferente forma de caracterizarse y la manera de comunicación sigue cambiando.

La simbología no solo es útil en la comunicación interpersonal, sino también en contextos más amplios como el marketing, la política y la educación, del mismo modo, en el marketing, los logotipos y marcas son símbolos que comunican la identidad y los valores de una empresa, influyendo en la percepción y comportamiento del consumidor. En la política, los emblemas y banderas sirven para movilizar a las masas y generar sentido de pertenencia. En la educación, los símbolos se utilizan para facilitar el aprendizaje y la memorización, como ocurre con los mapas conceptuales y las infografías. Estos ejemplos muestran cómo los símbolos pueden ser empleados estratégicamente para lograr objetivos específicos en diversos ámbitos. La comunicación con la simbología también se relaciona con diversos aspectos como lo menciona Habermas (1981) y en cuanto a ello alude que:

> De la recíproca asimilación de la naturaleza a la cultura y, a la inversa, de la cultura a la naturaleza, surge, de una parte, una naturaleza dotada de rasgos antropomórficos, inclusa en la red de comunicación de los objetos sociales, y en este sentido humanizada, y, por otra parte, una cultura que, en cierto modo naturalizada y cosificada, se rezuma en la trama causal objetiva de poderes anónimos. (p. 76)

La comunicación simbólica también se extiende al arte y la cultura, donde los símbolos permiten expresar y preservar valores, creencias y tradiciones. El arte, en sus diversas formas, utiliza símbolos para comunicar mensajes profundos y provocar emociones. Por ejemplo, en la literatura, los autores emplean símbolos para añadir capas de significado a sus obras, mientras que, en las artes visuales, los colores, formas y figuras tienen connotaciones simbólicas que enriquecen la interpretación del espectador. Por lo que de acuerdo con Naranjo (2005) “es importante destacar que las personas investigadoras estiman que, en un mensaje, menos de la mitad de su significado se transmite de forma verbal.” (p.10). De esta manera, la simbología en el arte y la cultura no solo comunica, sino que también mantiene vivas las tradiciones y herencias culturales.

2.2.2 El arte del autoconcepto

El autoconcepto se refiere a la percepción de uno mismo que abarca rasgos personales, habilidades, valores, posiciones sociales y atributos físicos, el concepto fundamental en

psicología es que da forma al comportamiento, las elecciones y las interacciones individuales con los demás. Esnaola, Goñi y Madariaga (2008) señala que "El autoconcepto juega un papel decisivo y central en el desarrollo de la personalidad, tal como lo destacan las principales teorías psicológicas" (p. 70). Es decir que el desarrollo del autoconcepto comienza en la niñez y está influenciado por diversas experiencias e interacciones con el entorno social., pues la formación de autoconceptos es un proceso continuo.

De acuerdo con Esnaola, Goñi y Madariaga (2008) existen diferentes dimensiones del autoconcepto que abarcan aspectos específicos de la vida del individuo, pues entre ellas se encuentran el autoconcepto académico, social, emocional y físico. El autoconcepto académico se refiere a la percepción de las propias capacidades y desempeño en el ámbito educativo, mientras que, el autoconcepto social se relaciona con la percepción de la habilidad para interactuar y mantener relaciones con otros. Por otra parte, el autoconcepto emocional incluye la valoración de la propia capacidad para gestionar emociones y sentimientos y finalmente, el autoconcepto físico se refiere a la percepción del propio cuerpo y apariencia.

La teoría de la autoeficacia de Albert Bandura está estrechamente relacionada con el autoconcepto, pues postula que la autoeficacia es la creencia en la capacidad para ejecutar acciones necesarias para manejar situaciones influye directamente en el autoconcepto. Una alta autoeficacia fortalece esta definición, mientras que una baja autoeficacia puede debilitarlo, mientras que las experiencias de dominio, la observación de modelos similares, la persuasión verbal y los estados fisiológicos y emocionales son fuentes clave de autoeficacia que, a su vez, impactan el autoconcepto.

La influencia del autoconcepto en la vida diaria se puede observar en cómo las personas se fijan metas y cómo abordan los desafíos ya que un autoconcepto realista y positivo cultiva la autoestima y el bienestar, lo que facilita la fijación de metas alcanzables y la capacidad de recuperarse después de un revés. En cambio, un autoconcepto negativo resulta en una autoestima pobre y se describe a las personas que dudan de sí mismas y de la capacidad de afrontar cosas desafiantes, por ejemplo, el autoconcepto influye en los factores motivacionales y de rendimiento en contextos educativos y laborales. Por lo

tanto, Esnaola, Goñi y Madariaga (2008) determinan que dicho término se desarrolla en sí mismo:

> Y en ese sentido el autoconcepto es un elemento integrante de la identidad personal en el que se incluyen valoraciones, representaciones y actitudes que cada uno se forja de sí mismo. Ese conocimiento suministra un marco para la percepción y organización de la propia experiencia, lo cual da lugar a una regulación de la conducta pudiendo afectar a la motivación para aprender. (p. 81)

Es relevante mencionar que el autoconcepto no es una condición estática, por lo tanto, las intervenciones psicológicas y educativas bien planificadas pueden modificarlo en función de algunas de las estrategias utilizadas para este propósito. Incluyen el refuerzo positivo, establecen metas honestas para una persona, habilidades sociales promotoras y resiliencia. En particular, en la terapia cognitivo-conductual, se aborda el aspecto de cambiar la forma en que una persona se percibe a sí misma, creando la oportunidad de un autoconcepto más saludable y adaptativo.

2.2.2.1 Construcción y dinámica de la identidad social

La identidad social es un concepto de psicología social que se centra en cómo los individuos se identifican a sí mismos en relación con sus grupos sociales. Según el concepto de teoría de la identidad social de Henri Tajfel, los individuos dividen su mundo social en grupos internos y externos. Es así que, la clasificación no sólo simplifica el contexto social, sino que también moldea actitudes, comportamientos y percepciones hacia los demás. También implica el uso de la categorización social para descomponer el entorno social en categorías manejables, estos se pueden clasificar según diferentes criterios, entre ellos raza, género, nacionalidad y profesión, entre otros. Tal como lo señalan Peris y Agut (2007):

> La identidad social se forma entonces por la pertenencia a un grupo; que sea positiva o negativa dependerá de la valoración que el individuo haga de su grupo en comparación con otros grupos. De ahí la importancia del proceso de comparación social, por el cual las personas tienden a compararse a sí mismos con otros. Por tanto, aquí la comparación social no sólo implica ser diferente, sino también que hay que buscar ser mejor.

Por consiguiente, el sentido de pertenencia y autoestima que sienten los individuos cuando forman parte de un grupo puede afectar significativamente su bienestar general debido a que la comparación social también es un factor en la autoestima de una persona,

y se comparan con otros grupos para preservar o mejorar su autoestima. Además, se pueden formar prejuicios y estereotipos debido a que las personas exageran las diferencias entre grupos y minimizan las diferencias dentro del propio grupo. El favoritismo dentro del mismo y la discriminación fuera del grupo pueden tener impactos significativos en las relaciones intergrupales y pueden conducir a tensiones y conflictos sociales.

El rol social está estrechamente relacionado con la identidad social, las identidades de los individuos están moldeadas por los roles que desempeñan en sus respectivos grupos sociales, que pueden moldear su comportamiento y actitudes. Una persona que se identifica fuertemente con su rol de liderazgo en un grupo puede exhibir comportamientos y actitudes que están en línea con esos comportamientos. Simultáneamente, la identidad social existe en cada uno del entorno, esto es como las personas se presentan hacia la sociedad como se identifican hacia otras personas y como a su vez este se ve influencia la forma de pensar y vestir.

Tajfel citado por Scandroglio, et al. (2008) sugirió que, si la comparación social arroja resultados desfavorables, la persona tiende a sentir insatisfacción, lo que activará ciertos mecanismos para contrarrestarla, dando lugar a diversos comportamientos intergrupales con el objetivo de lograr una identidad social positiva. Además, no es solo una construcción fija y puede cambiar a medida que surgen el tiempo y las circunstancias, también la estructura social, experiencias personales, interacciones con otros grupos pueden mejorar la identidad social o crear una nueva identidad en tiempos de conflicto o crisis.

La identidad de una persona tiende a modificarse debido a la presencia de diferentes grupos sociales, los mismos que influyen en esta teoría de la identidad social por lo que tiene una relevancia al incluir de como las personas construyen su identidad. Al identificarse con grupos específicos, los individuos buscan una identidad social positiva, influenciada por la proximidad, similitud y relevancia del grupo, asimismo, las redes sociales facilitan esta identificación al proporcionar plataformas donde los usuarios pueden participar en comunidades virtuales y presentar una imagen deseada de sí mismos.

2.2.2.2 Teorías modernas sobre identidad virtual desde la perspectiva de Erving Goffman.

La era digital ha provocado un cambio en la forma en que las personas perciben y construyen sus identidades a través de las redes sociales, el estudio de las teorías modernas de la identidad virtual implica la utilización de plataformas digitales, como blogs, foros en línea y redes sociales, para mostrar diversos aspectos de la propia identidad. Por lo que, la teoría de la autopresentación de Erving Goffman, un destacado sociólogo, es relevante y reveladora en la era digital actual, ya que explora cómo las personas procesan sus impresiones en situaciones de la vida real.

En palabras de Palomino (2012) se da a conocer que las ideas de Goffman se presencian particularmente en la era digital, los usuarios pueden crear perfiles cuidadosamente seleccionados y que sirvan como frente en las plataformas digitales. Las fotos de perfil, las biografías, las publicaciones y los comentarios son los componentes del escenario necesario para producir una imagen específica. Además, los mensajes directos y las interacciones privadas entran en la categoría de detrás de escena, donde los individuos pueden exhibir comportamientos más sinceros o menos cautelosos.

La identidad virtual se caracteriza por la capacidad de mostrar múltiples aspectos de uno mismo en varios sitios web, cabe señalar que un usuario puede mostrar su mejor lado en Facebook, mientras que en Instagram puede mostrar su mejor lado de una manera más estilizada. Debido a que puede "completar de un modo u otro esta información es un modo claro de expresión controlada del usuario: será él quien decida qué datos proporciona al resto de usuarios" (Serrano, 2012, p. 5). En otros sitios puede mostrar otros intereses específicos, la misma persona puede asumir una personalidad completamente diferente. La desintegración y multiplicidad de las identidades digitales amplían la teoría de Goffman y demuestran cómo la tecnología permite una variedad incomparable en la presentación del yo.

El control de la identidad virtual es una tarea compleja y ardua debido a que las percepciones de los individuos son más contingentes, pero también tienen que adherirse a ellas. El control puede resultar en una autenticidad problemática, donde el deseo de proyectar una imagen idealizada conduce a tensiones internas. La tensión entre

autenticidad y presentación estratégica aumenta cuando los usuarios se sienten obligados a ajustarse a las expectativas sociales digitales, lo que genera ansiedad y disonancia cognitiva. De acuerdo con Serrano (2012) las actuaciones de los usuarios de redes sociales cambian de acuerdo con su identidad virtual, entonces:

> El actor, por tanto, presenta su actuación ante la audiencia de manera que quede subrayada la importancia de la acción para el público. En el ámbito online, quizá la representación dramática es más frecuente en las redes sociales de carácter profesional o para encontrar pareja (online dating sites), donde las interacciones suelen tener intereses y objetivos más definidos y en las que el usuario intenta remarcar las bondades asociadas a su personaje. Sin embargo, en el caso de las webs de contactos online —donde la finalidad última es trasladar la interacción al plano presencial— el deseo de ser atrayente se ve constreñido por las exigencias de autenticidad y el miedo a causar decepción en un encuentro cara a cara. (p.10)

La identidad en línea es muy importante para la audiencia, los seguidores, los amigos y otros usuarios en línea, de modo que, Goffman destacó la importancia de la reacción del público en la actuación social, dentro de este entorno digital, los Me gusta, comenta, y comparte funcionan como indicadores de aprobación y aceptación forzando la identidad presentada dentro de estos espacios. Por lo que, la retroalimentación constante puede afectar la forma en que los individuos modifican sus acciones y presentaciones en línea, destacando la interdependencia entre uno mismo y la audiencia en la era digital.

Algunos sitios web ofrecen anonimato para que las personas puedan explorar cosas que no saben en la vida real y las personas pueden utilizar foros y plataformas anónimos como Reddit para compartir sus pensamientos, intereses o comportarse de una manera que no se sienten cómodas exhibiendo en su vida diaria. El experimento muestra otro aspecto de la teoría de Goffman, donde el "detrás de escena" se extiende al ámbito digital, proporcionando un espacio para el autodescubrimiento y la expresión sin las expectativas sociales habituales.

Goffman citado por Serrano (2012) da a conocer que la teoría de la autopresentación sigue siendo un aspecto crucial de la identidad en la era digital, las identidades en línea de las personas se construyen y gestionan de acuerdo con el desempeño, la gestión de impresiones y la gestión de audiencia en las interacciones cara a cara. Sin embargo, el mundo digital presenta desafíos adicionales, permitiendo la incorporación de múltiples identidades, la autopresentación estratégica y la

experimentación anónima. La teoría de Goffman se basa en estas dinámicas y permite una comprensión más completa de las realidades sociales modernas en la era digital.

2.2.2.3 La esencia de la performatividad en la era digital.

La performatividad digital se refiere a la manera en que las identidades y las acciones se construyen y se perciben a través de las interacciones en entornos digitales. Este concepto se deriva de la teoría de la performatividad de Judith Butler, quien argumenta que el género y otras identidades no son atributos intrínsecos, sino el resultado de actos repetitivos. En el ámbito digital, esta idea se extiende a cómo las personas se representan y actúan en plataformas en línea, moldeando sus identidades a través de la interacción con otros usuarios y con los algoritmos que gobiernan estas plataformas.

En los espacios digitales, las acciones de los individuos son tanto auto expresivas como dirigidas a una audiencia ya que las redes sociales como Instagram, Twitter y Facebook se convierten en escenarios donde las personas realizan actos de "presentación del yo" que son constantemente observados y evaluados. Como indica Pardo, et al. (2019) que “Justamente por la peculiaridad discursiva y material de estos medios es posible esa performatividad que siempre sería inconsciente entre los miembros pero que aparece cuando interactúan con los medios digitales” (p. 8). Esta performatividad está influenciada por las normas y expectativas de la comunidad en línea, así como por las funcionalidades de la plataforma que facilitan o restringen ciertas formas de auto representación.

Los algoritmos que gestionan la performatividad digital, que se basa en datos de interacciones anteriores, pueden respaldar o dificultar ciertos comportamientos. Las publicaciones más populares suelen ser promocionadas mediante algoritmos, que animan a los usuarios a crear contenido que genere comentarios positivos. Los algoritmos no sólo reflejan las preferencias de los usuarios, sino que influyen activamente en las formas de performatividad que son más visibles y valoradas en el ámbito digital. También implica una dimensión material y tecnológica, las interacciones en línea que se tienen con dispositivos e interfaces no son del todo neutrales, sino que están destinadas a ciertos tipos de interacción. “Esta generación de discursos asociados al uso de materiales y a la

dialéctica entre lo analógico y lo digital se aprecia de forma muy visible en torno al concepto y valor de la "libertad". (Pardo, et al., 2019, p. 15)

La forma en que se presenta y entiende la identidad está influenciada por las cámaras de los teléfonos móviles, los filtros de las aplicaciones de fotografía y los formatos de las plataformas sociales. Las mismas que proporcionan herramientas específicas para la autorrepresentación y definen los límites de lo que es posible y aceptable dentro de cada plataforma. La identidad y la subjetividad es significativa en la sociedad actual ya que la naturaleza de las identidades digitales puede variar significativamente de la de las identidades fuera de línea, y la fragmentación de las identidades en múltiples plataformas puede resultar en una percepción más compleja y multidimensional de uno mismo. (Pardo, et al., 2013, p. 16)

De manera similar, la necesidad de ajustarse a ciertas normas y expectativas en línea puede generar tensiones y conflictos internos, que pueden tener efectos negativos en la salud mental y el bienestar de las personas. Por lo tanto, Duque (2010) distingue a las reglas y algoritmos de las plataformas como un impacto significativo en los usuarios, a pesar de su capacidad para crear y manipular sus identidades en línea. La influencia dispersa de la tecnología y los usuarios refleja una relación simbiótica entre control y resistencia, donde las opciones para expresarse y ser auténtico se negocian constantemente.

Por lo tanto, "la comprensión de la performatividad, no como el acto mediante el cual un sujeto da vida a lo que nombra, sino, antes bien, como ese poder reiterativo del discurso para producir los fenómenos que regula e impone" (Duque, 2010, p. 90). Estos actos no son simples expresiones de una identidad preexistente, sino que son constitutivos de la identidad misma. Es así como la identidad se forma y se mantiene mediante la repetición de comportamientos, gestos y discursos que son socialmente reconocidos y validados.

Butler (1990) subraya la naturaleza dinámica y construida de la identidad, que depende de la práctica social y el contexto cultural en el que se realiza el contexto de las redes sociales, la teoría de la performatividad de Butler cobra una relevancia particular. Las plataformas digitales como Facebook, Instagram y Twitter actúan como escenarios

donde los usuarios pueden realizar actos performativos a través de la creación de contenido, la interacción con otros y la gestión de su presencia en línea. Cada publicación, comentario, foto o video es un acto performativo que contribuye a la construcción de la identidad del usuario. A través de estos actos, los usuarios presentan y representan aspectos de su identidad, proyectando una imagen específica de sí mismos hacia su audiencia.

2.2.2.4 El habitus y la construcción de la identidad Digital.

Habitus, tal como lo define el sociólogo francés Pierre Bourdieu, se refiere a un conjunto de disposiciones duraderas que dictan las percepciones, pensamientos y acciones de los individuos en el mundo social. La forma en que las personas actúan y reaccionan ante su entorno está determinada por la recurrencia de experiencias en entornos particulares, de este modo, el habitus se refiere a un sistema de disposiciones duraderas y transferibles, que son estructuradas predispuestas a actuar como estructuras. Es decir, funcionan como principios generadores y organizadores de prácticas y representaciones que pueden estar objetivamente adaptados a sí mismo sin requerir una orientación consciente hacia un objetivo específico. El habitus es una estructura estructural moldeada por normas sociales, es por ello por lo que como sostiene Mota (2017) es que:

> Dado el interés investigativo en los estudiantes como sujetos sociales y las TIC, se busca aquí destacar la importancia del habitus, una teorización primaria y en parte importante abierta, que consiste en una explicación de las prácticas sociales, es decir de las acciones ordinarias, cotidianas, de los sujetos y los grupos sociales. (p. 3)

De este modo, así se puede relacionar el habitus con lo digital, y es así como se caracteriza que es evidente en las interacciones con la tecnología y las plataformas digitales, la era digital es el resultado del uso y navegación de las personas a través de la tecnología. Es así como Mota (2017) se refiere a las redes sociales como las comunidades en línea, el consumo de contenidos digitales que son todas prácticas digitales que están influenciadas por el habitus previo del usuario. Estas prácticas también cambian el habitus, introduciendo nuevas disposiciones y formas de interacción social. Este proceso bidireccional se centra en la naturaleza dinámica en un mundo digital en constante cambio.

Habitus e identidad digital son una conexión compleja e intrínseca, “El habitus digital comprende el conjunto de capacidades y prácticas que los individuos desarrollan en el marco de la cultura digital” (Casillas y Ramírez, 2016, p. 7). El hábito digital afecta la identidad digital y la forma en que las personas construyen y mantienen sus identidades en línea. Socializar a través de prácticas de autorrepresentación como la búsqueda de imágenes, la gestión de la reputación en línea, etc., y está profundamente arraigada en el comportamiento de los usuarios, pero también puede verse influenciada por la retroalimentación social y la interacción tecnológica constante.

Las plataformas digitales son esenciales en el desarrollo de hábitos e identidades digitales, Facebook, Instagram, Twitter no sólo facilitan la autopresentación, sino que también establecen estándares y normas para la presentación de la identidad en línea. Los algoritmos de estas plataformas tienen como objetivo resaltar contenidos y comportamientos específicos, lo que afecta las prácticas de los usuarios y el comportamiento en línea. Para Bordieu (1977) la gamificación de interacciones sociales como los me gusta y comentarios puede reforzar ciertas disposiciones y comportamientos. La identidad digital es un estudio del comportamiento, los hábitos y las construcciones sociales en línea mientras que la cultura digital y la influencia de los hábitos en las identidades digitales son cruciales para comprender la vida moderna.

Bourdieu (1977) manifiesta en los comportamientos y hábitos que los usuarios adoptan en línea, reflejando así su posición social y cultural. Las interacciones en las redes sociales son moldeadas por estas disposiciones habituales, que influyen en cómo los individuos construyen y presentan su identidad digital. La construcción de identidad en las redes sociales se ve influida por el habitus de los usuarios, que se refleja en las elecciones de contenido, las formas de interacción y la participación en comunidades en línea. Estas prácticas digitales están arraigadas en las experiencias previas y las normas culturales, y contribuyen a la formación de una identidad digital única para cada individuo.

2.2.3 La Identidad como construcción narrativa

Se pensaba que la identidad era estática e inmutable, pero el pensamiento moderno enfatiza su naturaleza dinámica y construida, la identidad como construcción en la

narración es uno de los puntos de vista ya que no es una cualidad, es una historia que se forma y reconstruye a través de interacciones con los demás y el mundo. La identidad está determinada por las narrativas que las personas hacen sobre sí mismas y su entorno, y es un factor social, cultural e histórico. Como indica Esteban, et al. (s.f) que "La historia narrada es un ingrediente esencial en la formación de la identidad ya que las narrativas sirven como instrumento cultural que permiten crear y recrear la idea de quiénes somos, qué queremos y quiénes son los otros." (p. 131)

La autopercepción es una teoría que involucra narrativas personales para comprender cómo las personas perciben y se expresan ante los demás, a través de las historias que se escuchan sobre la vida de las personas se puede conectar las experiencias con una narrativa unificada que abarca todos los aspectos de la vida diaria. La identidad narrativa es una forma de organizar y definir acontecimientos de la vida, que permite a los individuos mantener un sentido de continuidad y coherencia en su experiencia. También, es una síntesis de lo heterogéneo, que combina diferentes experiencias y aspectos del yo en un todo significativo. Según lo expresado por Ricoeur (s.f) se puede conocer que:

> Al considerar la dimensión narrativa, surgen aspectos del sí mismo que no se han puesto de manifiesto en los estudios anteriores. En primer lugar, se encuentra la dimensión temporal de la experiencia humana. Aunque es cierto que el agente, el emisor de enunciados y el sujeto de la imputación moral se designan a sí mismos en la acción, en la enunciación y en la asunción de responsabilidades, esta reflexividad que no es intemporal no tiene en cuenta el tiempo. (p. 342)

La narrativa influye no sólo en la identidad individual sino en toda la identidad que se considera una historia compartida que refleja valores, creencias, experiencias y creencias. Las historias grupales, los mitos fundacionales, la resistencia, los logros y las mejoras pueden ayudar a construir un sentido de unidad y pertenencia entre los miembros del grupo. La identidad colectiva, al igual que la identidad individual, es dinámica y está moldeada por nuevas experiencias y narrativas. (Ricoeur, s.f.)

La identidad es un proceso continuo y en constante evolución, las narrativas son el camino para seguir ya que las personas crean sus propias narrativas sobre sí mismas interactuando con otros e interactuando con los discursos dominantes en la sociedad. La identidad no es estática, está constantemente en diálogo con otras narrativas y

perspectivas. El diálogo puede implicar una combinación de aceptación, adaptación y resistencia a las narrativas dominantes, reflejando el impacto de la narrativa en las percepciones de uno mismo y del mundo.

La identidad narrativa enfatiza la importancia de la agencia personal en la construcción del yo, ya que la vida de las personas son una crónica y se ejerce un control activo sobre cómo se presentan y se perciben las experiencias. La capacidad que se posee permite remodelar y redescubrir la identidad propia, trascendiendo las limitaciones de las narrativas externas o internalizadas. La construcción narrativa de la identidad proporciona una forma rica y compleja de interpretar y articular cómo las personas y las comunidades perciben y expresan su ser. Este enfoque enfatiza la naturaleza dinámica y relacional de la identidad y el papel que juegan las historias en la configuración de la identidad. En el análisis de Esteban, et al. (s.f) se considera que la identidad debe partir desde una construcción:

> Es decir, en el proceso de construcción narrativa de la identidad (de definición de uno mismo) compiten visiones de la realidad, a veces enfrentadas, que estimulan la creación de significados alrededor de nosotros mismos. El sujeto compite, dialoga, disputa con estas 'voces' (por ejemplo, la opinión de los padres, las noticias que aparecen en la televisión o la prensa escrita, la charla con los amigos y amigas, etc.). Y es a través de este diálogo, sostenido e inacabado, a veces tenso, cómo se generan relatos identitarios. (pp. 135-136)

La identidad narrativa, que sostiene que las personas construyen y comprenden su identidad a través de las historias que cuentan sobre sí mismas. Según Bruner, la narrativa es una herramienta fundamental para la construcción de la realidad y la identidad, ya que permite a los individuos organizar sus experiencias y darles significado. Esto implica que las historias deben seguir una secuencia lógica y cronológica que permita a los individuos y a los demás entender y relacionarse con los eventos descritos. La coherencia narrativa es crucial para la formación de una identidad sólida, ya que proporciona un sentido de continuidad y propósito a las experiencias de vida. En la era digital, las redes sociales en línea han emergido como plataformas clave para la construcción y comunicación de la identidad narrativa.

2.2.4 Identidad reflexiva: Una vista hacia el autoconocimiento

La identidad reflexiva es fundamental en sociología y psicología, ya que se ocupa del proceso de autorreflexión que permite a los individuos identificarse, la autorreflexión y reflexión sobre uno mismo en relación con la comunidad y las experiencias personales. La identidad no es fija, sino dinámica, es decir, moldeada por las interacciones sociales, las experiencias personales y los contextos históricos y culturales en los que opera. La teoría de la identidad reflexiva es un proyecto reflexivo de la modernidad tardía, y Anthony Giddens es uno de los sociólogos más influyentes en esta teoría. Giddens dice que las personas tienen que cambiar, mantener y revisar constantemente su identidad en respuesta a las circunstancias sociales cambiantes. De acuerdo con lo ya mencionado se puede conocer un concepto preciso de identidad reflexiva, a lo que Dorando (2003) lo puede definir como:

> La búsqueda de sí mismo - sea de una persona o de una comunidad - es un proceso intersubjetivo infinito que se configurare flexivamente y, en parte, supracontextualmente. Mi identidad y nuestra identidad es siempre una identidad interpretada e intersubjetivamente constituida. Hay, por cierto, una dimensión ética que es, indiscutiblemente, contextual, e implica justificar lo que es bueno para mí, lo que considero valioso o lo que da sentido a mi vida en el contexto de una comunidad y de una tradición. Pero esta identidad narrativa personal y comunitaria no es todo. (pp. 64-65)

De este modo, se considera que el yo es un conjunto de narrativas personales que reflejan objetivos pasados, presentes y futuros. La continuidad y coherencia de la identidad personal se mantiene a través de estas narrativas. Es así como Dorando (2003) menciona que la narrativa basada en uno mismo permite a las personas integrar sus diversas experiencias y encontrar puntos en común en su búsqueda de un sentido de propósito y unión. Las interacciones sociales y las relaciones con los demás también son un factor de identidad reflexiva y es una actividad social y una característica individual porque cuanto más globalizadas y diversas se vuelven las sociedades, más intrincada se vuelve la identidad reflexiva.

Las personas están expuestas a una variedad de experiencias culturales y deben enfrentarse a diversas identidades lo que puede ser discordante, pero también da una sensación de crecimiento y de cohesión global. Es importante tener la capacidad de pensar en todas estas cosas y es esencial para establecer una identidad unificada en un mundo

globalizado. La identidad reflexiva tiene impactos significativos en la salud mental y emocional porque la autoeficacia y la resiliencia son la clave para integrar y replantear las experiencias de manera coherente. Una identidad reflexiva saludable se asocia con una mayor capacidad de adaptación y mecanismos de afrontamiento resilientes debido a que si no les tiene no se puede ser quien es y se sentirán desconectados.

"La identidad reflexiva implica, por su parte, competencia moral para la emancipación y para una corresponsabilidad solidaria en el marco de una comunidad ilimitada de comunicación" (Dorando, 2003, p. 67). Además, es un proceso continuo de autoexamen, influenciado por factores tanto sociales como culturales, y este concepto ayuda a comprender cómo las personas desarrollan un sentido de identidad en un mundo que se está volviendo más globalizado. Es bueno tener una identidad reflexiva saludable y poder apoyar el bienestar emocional y la adaptación social, lo que enfatiza la autorreflexión. Las identidades deben ser constantemente reflexionadas y negociadas debido a que las personas se ven obligadas a reevaluar y ajustar continuamente sus identidades en respuesta a nuevas situaciones y desafíos.

Las redes sociales emergen como plataformas ideales para la reflexión y la negociación continua de la identidad en la sociedad del riesgo. Facebook, Instagram, Twitter y otras plataformas digitales permiten a los usuarios compartir experiencias, pensamientos y emociones en tiempo real, y recibir retroalimentación inmediata de su audiencia. Esta interacción constante facilita un espacio donde los individuos pueden reflexionar sobre sus acciones y autopresentación, ajustándolas en función de la retroalimentación recibida. Las redes sociales, al permitir una comunicación bidireccional y continua, se convierten en entornos donde las identidades pueden ser probadas y reformuladas constantemente, en respuesta a las interacciones sociales y las nuevas perspectivas obtenidas.

La capacidad de las redes sociales para facilitar una identidad en constante evolución es crucial en la sociedad del riesgo descrita por Beck, ya que los usuarios pueden experimentar con diferentes aspectos de su identidad, explorando nuevas facetas y ajustando su comportamiento en función de la retroalimentación recibida. Esta capacidad de adaptación constante es esencial para enfrentar las incertidumbres y desafíos

contemporáneos. La identidad reflexiva se convierte en una herramienta vital para navegar la complejidad y la volatilidad del entorno moderno, permitiendo a los individuos mantenerse resilientes y flexibles frente a los cambios. (Dorando, 2003)

2.2.4.1 La transformación digital y la influencia de los roles virtuales en la construcción de la identidad.

Los roles virtuales se han convertido en un componente importante de la identidad, especialmente en la era digital. Las percepciones de sí mismos y de los demás están determinadas por los roles que asumen en espacios virtuales como avatares en videojuegos, redes sociales e identidades en comunidades en línea. Está relacionado con la teoría de la identidad social, que postula que nuestra autoidentificación está determinada en parte por nuestra pertenencia a varios grupos. De este modo, Díaz (2020) explica que los entornos virtuales brindan mayor flexibilidad y anonimato, lo que permite experimentar con roles que pueden validar o invalidar identidades del mundo real, afectando la autopercepción y las interacciones sociales.

El anonimato y la flexibilidad en línea brindan una plataforma para explorar aspectos de la propia identidad que pueden ser suprimidos o desaprobados en situaciones de la vida real. Una persona puede cambiar su género, personalidad o comportamiento para adaptarse a la sociedad, pero explorar diferentes aspectos de la propia identidad puede tener consecuencias tanto positivas como negativas. Puede conducir a la libertad y la autoaceptación de forma positiva, mientras que lo negativo es que puede causar confusión entre lo virtual y lo real, e incluso conflictos internos. Sin embargo, se conoce que:

> No obstante, el fenómeno presentado previamente es ambiguo, pues el análisis del mismo implica comprender términos complementarios, pero además, la lógica que manejan estás nuevas redes sociales y su discurso comunicativo, todo esto abordado desde una 10 perspectiva sociológica en donde sea posible comprender por qué el uso de estas dos redes sociales está trayendo implicaciones en los individuos contemporáneos, ya que, la necesidad por tener una identidad virtual activa y una presencia permanente en las redes sociales, para ganar aceptación y agrado en el círculo social del que hacen parte, obliga a querer proyectar una vida perfecta e idealizada alejada de la realidad. (Díaz, 2020, pp. 9-10)

La identidad virtual puede tener un gran impacto en la salud mental y la seguridad en uno mismo. Las plataformas de redes sociales a menudo incitan a las personas a presentar una imagen idealizada de sí mismas, lo que puede afectar su autoestima al generar validación a través de me gusta y comentarios. Si no tienes un validador, puedes sentirte ansioso y deprimido, pues compararse con los ideales de otras personas puede dañar la autoestima y la propia imagen, lo que lleva a la comparación social. (Díaz, 2020)

Los roles virtuales pueden afectar las relaciones interpersonales, la comunicación online es más superficial y, si no hablas online, tendrás más conversaciones reales. Las plataformas de juegos en línea pueden generar amistades y vínculos que trascienden las fronteras geográficas. Sin embargo, el ciberacoso y el acoso también pueden afectar a las personas, causando daños a sus pertenencias personales y afectando su bienestar y reputación en general. Los roles virtuales pueden afectar su identidad profesional debido a que los usuarios pueden crear y representar su identidad profesional a través de sitios de redes profesionales como LinkedIn. Esto puede generar oportunidades laborales y establecer contactos, pero también puede crear presión para que las personas mantengan una imagen coherente que se alinee con los estándares profesionales, lo que puede provocar agotamiento. Incluso, como observa Muros (2011) la identidad virtual:

> Con frecuencia cómo nos comportamos, virtualmente hablando, no tiene ninguna correspondencia con cómo lo hacemos en nuestra vida cotidiana. Si en algo se caracterizan las comunidades virtuales es, precisamente, por la fragilidad y la temporalidad de la comunicación. Las categorías tiempo y espacio tradicionalmente entendidas carecen de sentido en un sistema de comunicación donde la inmediatez y el consumo rápido priman por encima del sujeto.

Los roles virtuales son un componente vital de la formación de identidad en la era digital, asimismo brindan oportunidades para la exploración personal y las conexiones sociales, pero también presentan desafíos psicológicos y de identidad. Las identidades virtuales y reales no son iguales, por lo que es importante comprender las ventajas de los roles virtuales y cómo pueden ser perjudiciales. La adopción de diferentes roles en las redes sociales tiene un impacto significativo en la formación y evolución de la identidad. Los roles virtuales pueden ofrecer oportunidades para la auto-expresión, el desarrollo de habilidades y la construcción de relaciones que pueden no ser posibles en la vida offline.

2.2.4.2 Explorando la teoría del constructivismo social.

Lev Vygotsky ha estudiado el constructivismo social como la base de la idea de que el conocimiento y la realidad son construcciones sociales que surgen de la interacción humana y el contexto cultural. El constructivismo social se diferencia de las teorías cognitivas en que enfatiza la importancia del entorno social y las interacciones culturales en el desarrollo cognitivo y la formación de la identidad. Vygotsky creía que el aprendizaje es un proceso social influenciado por el lenguaje, las herramientas y los símbolos culturales, que se transmite de una generación a otra. Dentro de esta teoría desarrolla un concepto para profundizar el tema por lo que:

> Es esencial lo que ha denominado como; la zona de desarrollo próximo; es decir, la distancia entre lo que una persona puede aprender por sí misma y lo que podría aprender con la ayuda un experto en el tema. Es, en esta zona en donde se produce el aprendizaje de nuevas habilidades, que el ser humano pone a prueba en diversos contextos. (Ortiz, 2015, p. 99)

La zona de desarrollo próximo es parte del constructivismo social y hace referencia a la diferencia entre lo que un individuo puede hacer por sí mismo y lo que puede hacer con la ayuda de personas más capaces. Este concepto resalta la importancia de la orientación y la colaboración en el aprendizaje en la que los profesores y compañeros de clase actúan como mediadores entre los estudiantes y entre ellos, permitiéndoles adquirir habilidades y comprensión que quizás no hubieran podido desarrollar de forma independiente.

Vygotsky citado por Payer (s.f) dice que el lenguaje no es sólo un medio de comunicación, sino también una herramienta para expresar ideas y construir conocimiento. El lenguaje ayuda a desarrollar el cerebro y socializar conceptos y significados culturales. Este punto de vista enfatiza la influencia del discurso y las prácticas lingüísticas en la comprensión y posesión de conocimientos entre los estudiantes en un entorno educativo. Además, es un proceso de aprendizaje que se centra en el constructivismo social y el contexto cultural y las prácticas comunitarias. Las personas aprenden de forma aislada, no porque no conozcan el mundo, sino porque viven en una sociedad influenciada por costumbres, creencias y tradiciones.

Los enfoques de enseñanza y aprendizaje difieren significativamente entre culturas, lo que refleja diferentes nociones del conocimiento y su difusión, tal y como

menciona Vygotsky citado por Rojas (s.f) se “Enfatiza el origen social de los procesos mentales humanos y el papel del lenguaje y la cultura como mediadores en la construcción y la interpretación de los significados” (p. 37). La diversidad cultural en la educación enfatiza la importancia de reconocer y valorar las experiencias y orígenes culturales de los estudiantes. Esta es una teoría que tiene muchas implicaciones para la educación, pues considera a los estudiantes como participantes activos en la construcción del conocimiento, más que como receptores pasivos de información.

De acuerdo con Berger y Luckmann (1966) se considera una teoría que explica cómo se construye el conocimiento a través de la interacción social y el contexto cultural. Se enfatiza el lenguaje, la colaboración y el contexto en el desarrollo cognitivo, y sus implicaciones para la práctica y la investigación educativas son significativas, esta teoría desafía las nociones tradicionales de conocimiento como un elemento estático y, en cambio, enfatiza la naturaleza contextual y dinámica del aprendizaje a través del reconocimiento de que el aprendizaje es un proceso socialmente mediado.

Tal como afirma Berger y Luckmann (1966) el conocimiento y la percepción de la realidad no son inherentes ni objetivas, sino que son productos de la construcción social, en el punto de vista del constructivismo social la identidad se puede definir como un resultado de la interacción social la identidad no es ahora estático ni inherente esto tiende a formarse y evoluciona a través de estas mismas interacciones sociales. La identidad personal es algo que se puede construir a través de diferentes experiencias y a su vez relaciones individuales, en cambio la identidad social se forma a través de la pertenencia a grupos y categoría sociales, las interacciones con otros y la participación en diversas instituciones sociales contribuyen a la construcción de una identidad compleja y multifacética, el valor muy imprescindible que tiene el papel de las instituciones sociales

2.2.5 La intersección socio-digital

El entorno socio digital es el espacio donde ocurren actividades e interacciones sociales económicas, culturales y políticas a través de plataformas digitales. El medio ambiente ha provocado un cambio significativo en la comunicación, las interacciones y la participación de las personas en la sociedad ya que la digitalización ha transformado la dinámica social, lo que ha llevado al surgimiento de nuevas formas de conectividad y

comunicación que superan las fronteras geográficas y temporales. La introducción de las redes sociales, los foros en línea y las plataformas de mensajería instantánea ha transformado la vida social y personal al permitir una comunicación ubicua y consistente.

El mundo socio digital no sólo permite a los humanos comunicarse, sino que también transforma la distribución de la información y las estructuras de poder. En consecuencia, la democratización de la información se ha logrado mediante el uso de las redes sociales, que permiten a cualquier persona con acceso a Internet compartir y recibir noticias, opiniones y conocimientos. Esto ha resultado en una mayor participación ciudadana y el potencial de importantes movilizaciones sociales en respuesta a eventos políticos y sociales. No obstante, también presenta desafíos en términos de la autenticidad de la información y la difusión de noticias falsas, que pueden tener un efecto perjudicial en la percepción pública y los procesos democráticos, por lo que es interesante notar la observación de Area citado por Arroyave (2018) en la que:

> Plantea que existen nuevas habilidades que debe dominar cualquier persona para desenvolverse de manera autónoma en la sociedad de hoy tales como interaccionar con un sistema de menús u opciones, navegar a través de documentos hipertextuales sin perderse, otorgar significado a los múltiples datos e informaciones encontradas, acceder al correo electrónico y lograr comunicarse mediante el mismo, ser crítico ante la avalancha de múltiples imágenes, sonidos y secuencias audiovisuales entre otros. (p. 182)

El sector económico ha experimentado el surgimiento de nuevas oportunidades y modelos de negocio debido a la era socio digital, gracias al auge de las plataformas de comercio electrónico y los mercados en línea se ha dado lugar a un mercado global de bienes y servicios, que las empresas pueden vender a una gama más amplia de consumidores y acceder a una gama más amplia de productos. Además, el auge de plataformas en línea como el trabajo remoto y el trabajo independiente ha alterado el entorno laboral, permitiendo a las personas trabajar desde cualquier parte del mundo.

El proceso de digitalización ha dado lugar a dificultades relacionadas con la seguridad laboral, la incertidumbre laboral y la necesidad de adquirir nuevos conocimientos digitales. En cuanto a ello, se dan a conocer diferentes aspectos como el acceso a la tecnología, el uso de redes sociales, la educación y la economía digital que se presentan a continuación en la Tabla 1.

Tabla 1.
Entorno socio digital

Aspecto	Descripción	Ejemplos
Acceso a la Tecnología	Disponibilidad de dispositivos y conexiones a Internet.	Inserción de teléfonos celulares, acceso a banda ancha, zonas rurales vs. urbanas.
Uso de Redes Sociales	Participación en plataformas digitales para socializar y compartir contenido.	Facebook, Twitter, Instagram, TikTok.
Educación Digital	Uso de recursos tecnológicos para la enseñanza y el aprendizaje.	Plataformas de e-learning, MOOC, aulas virtuales, herramientas interactivas.
Economía Digital	Actividades económicas que se realizan a través de tecnologías digitales.	Comercio electrónico, marketing digital, servicios en la nube.
Privacidad y Seguridad	Medidas y preocupaciones relacionadas con la protección de datos personales en línea.	Regulaciones como, ciberseguridad, encriptación de datos.
Brecha Digital	Diferencias en el acceso y uso de tecnología entre distintos grupos socioeconómicos y geográficos.	Disparidades entre países desarrollados y en desarrollo, educación y habilidades tecnológicas.
Comunicación Digital	Formas en que las personas se comunican y colaboran a través de medios digitales.	Correo electrónico, videoconferencias, mensajería instantánea.
Cultura Digital	Impacto de las tecnologías digitales en las prácticas culturales y de consumo.	Memes, streaming de contenido, influencers y creadores de contenido.
Gobierno Digital	Implementación de servicios gubernamentales a través de plataformas digitales.	E-gobierno, trámites en línea, transparencia y participación ciudadana.

Innovación y Desarrollo	Avances tecnológicos que impulsan cambios en la sociedad y en la economía.	Inteligencia artificial, IoT (Internet de las cosas), blockchain.

Nota. Adaptado de "La cultura digital en la sociedad moderna" (pp. 1-6), por G. Riverón, 2016, *RITI Journal*, 4(8).

Incluso, ha tenido un profundo impacto en la educación porque la aparición de plataformas de aprendizaje en línea y recursos educativos digitales ha hecho que la educación sea más accesible para personas de diversas partes del mundo. La democratización de la educación ha derribado las barreras de la geografía y el comercio, sin embargo, ha enfatizado la brecha digital, donde no todos cuentan con la misma tecnología e internet, lo que puede conducir a mayores desigualdades sociales y económicas.

En palabras de García Canclini (2016) "La "tecno-socialidad" muestra que los recursos inalámbricos de comunicación se convierten en contextos, condiciones ambientales de formas de ser, valores y acontecimientos" (p. 2). Dicho entorno tiene un impacto significativo en la cultura y el entretenimiento debido al auge de los servicios de streaming, los videojuegos online y las redes sociales han supuesto un cambio significativo en el consumo y difusión de contenidos culturales. La democratización de la producción cultural se ve facilitada por la disponibilidad de audiencias globales para los creadores de contenidos a través de estas plataformas. La disponibilidad constante de entretenimiento y la sobrecarga de información pueden provocar problemas de salud mental que pueden provocar adicción a la pantalla y sobrecarga de información.

La recopilación generalizada de datos por parte de corporaciones y gobiernos ha generado preocupaciones sobre el monitoreo y la salvaguardia de los datos personales ya que la frecuencia de las filtraciones de datos y los ciberataques está aumentando, lo que podría suponer una amenaza para la privacidad de los usuarios. Es evidente la necesidad de una regulación más estricta y mayores medidas para salvaguardar los datos de los usuarios y la seguridad en línea. También tiene un impacto en la salud y el bienestar de las personas, la disponibilidad de información y recursos de salud en línea ha hecho

posible que las personas accedan a servicios médicos y mejoren su salud más rápidamente.

La salud pública puede verse afectada negativamente por la difusión de información errónea sobre salud debido a la sobrecarga de información y la falta de regulación. El uso excesivo de dispositivos electrónicos y la exposición constante a una pantalla también están relacionados con problemas de salud como el estrés, la ansiedad y los trastornos del sueño. Debido a ello ha provocado un cambio significativo en la forma en que se interactúa, se trabaja y se relacionan entre sí, también la democratización del acceso a la información, la educación y los servicios ofrece numerosas oportunidades, pero también trae consigo importantes desafíos en términos de privacidad, seguridad, veracidad de la información y acceso igualitario a la tecnología.

Granovetter (1973) analiza las estructuras de las redes sociales con el fin de comprender, como están tienden a influenciar el diferente comportamiento humano, la centralidad, el autor toma este término para medir la importancia de la persona en la red social, es decir que posición ocupa en la red, otro termino que menciona es la densidad de red una forma de medida para conocer el porcentaje de gente que está conectada, existen dos tipos densidad alta y baja si es una densidad es alta quiere decir que existen una gran cantidad de personas conectadas y si es baja que no están conectadas muchas personas sin embargo la densidad baja puede ser más beneficiosa ya que esta puede servir para una difusión de información ya que los lazos débiles tiende a ser más comunes en redes de baja densidad.

2.2.5.1 Conexiones digitales: El impacto de las redes sociales en la sociedad

En primer lugar, se debe definir que es una red social, para ello Caleya citado por Hutt (2012) da a conocer que “Las redes sociales son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos” (p. 123). Las redes sociales han cambiado la forma en que las personas se comunican, interactúan y se conectan en el mundo digital, las plataformas de Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, permiten a los usuarios compartir información, conectarse con amigos y desconocidos, y expresar sus opiniones a una audiencia global. Esto ha cambiado el juego en la dinámica social al permitir una comunicación instantánea y bidireccional que trasciende las barreras geográficas y

temporales. A continuación, en la Tabla 2 se da a conocer las principales redes sociales que se utilizan en internet:

Tabla 2.

Redes sociales

Red Social	Propósito Principal	Características Destacadas
Facebook	Conectar y compartir contenido con amigos y familiares.	Publicaciones de texto, fotos, videos, eventos, grupos, Marketplace.
Instagram	Compartir fotos y videos con seguidores.	Historias, Reels, IGTV, filtros, mensajes directos.
Twitter	Compartir noticias e ideas en tiempo real mediante "tweets".	Tweets, retweets, hashtags, listas, temas de tendencia.
LinkedIn	Redes profesionales y búsqueda de empleo.	Perfiles profesionales, ofertas de empleo, artículos, grupos de interés.
TikTok	Compartir y descubrir videos cortos creativos.	Videos cortos, efectos especiales, música, desafíos, duetos.
Snapchat	Enviar fotos y videos temporales a amigos.	Snaps, historias, lentes y filtros, Snap Map, Discover.
Pinterest	Descubrir y guardar ideas mediante "pins".	Pins, tableros, exploración de ideas, compras integradas.
Reddit	Compartir y discutir contenido en comunidades temáticas (subreddits).	Subreddits, AMA (Ask Me Anything), votaciones positivas y negativas, comentarios.
YouTube	Compartir y ver videos de todo tipo.	Videos, canales, suscripciones, comentarios, transmisiones en vivo.
WhatsApp	Mensajería instantánea y llamadas de voz y video.	Chats, llamadas, videollamadas, estados, cifrado de extremo a extremo.

Nota: Adaptado de “Historia de las redes sociales: como nacieron y cuál fue su evolución” (pp. 1-25), por Redes sociales y Twitter.

Las redes sociales son una gran parte en la construcción de la identidad personal y colectiva debido a que los usuarios pueden crear perfiles que reflejen sus aspiraciones y situaciones de la vida real, utilizando un enfoque controlado y estilizado en estas plataformas. Tener el poder de manipular y preservar la propia imagen puede conducir a una mayor conciencia de uno mismo y, en algunas situaciones, a una separación entre el yo auténtico y el imaginado. Por lo que, la autoestima y la satisfacción con la vida se ven afectadas por las versiones idealizadas de los demás, la ansiedad y la insuficiencia.

La construcción de la identidad personal y colectiva es un aspecto significativo de las redes sociales, a través de la creación de los usuarios pueden crear perfiles que reflejen sus aspiraciones y situaciones de la vida real, utilizando un enfoque controlado y estilizado en estas plataformas. Entonces, el poder de manipular y preservar la propia imagen puede resultar en una mayor conciencia de uno mismo y, en determinadas situaciones, en una separación entre el yo auténtico y el imaginado. Las versiones idealizadas de los demás pueden tener un impacto negativo en la autoestima y la satisfacción con la vida, provocando sentimientos de ansiedad e insuficiencia. En un estudio sobre las redes sociales realizado por Del Barrio y Ruiz (2014) mencionan que:

> Por tanto, de no haber una intervención apropiada, pueden estar gestándose problemas futuros y arraigándose pautas dependientes que pueden ser factores precursores de adicciones. Así, trabajar en habilidades preventivas adquiere una importancia capital ya que Internet puede llegar a crear hábitos de adicción. Los chicos pueden pasar mucho tiempo frente a la pantalla, dejando de lado sus obligaciones y tiempo de ocio, que empiezan a mostrar síntomas de malestar cuando no están frente al ordenador o el móvil y que basan sus relaciones con los de más en una interrelación tecnológica. En este sentido, las redes sociales están suponiendo una “revolución” en las relaciones interpersonales. (p. 572)

Las redes sociales se han convertido en potentes instrumentos de movilización y participación de los ciudadanos en la arena política. Se han utilizado Twitter y Facebook para coordinar protestas, compartir actualizaciones y crear conciencia sobre cuestiones sociales. Además, la primavera árabe también son ejemplos de cómo se pueden utilizar las redes sociales para generar más voces y fomentar la acción colectiva. No obstante, también entrañan obstáculos importantes, como la desinformación y las noticias falsas, que pueden crear más divisiones sociales y socavar la confianza pública en las instituciones democráticas.

2.2.5.2 La Representación Mediática: La construcción de imágenes y narrativas

La representación mediática es la forma en que los medios presentan y dan forma a las realidades sociales, culturales y políticas. El concepto es de suma importancia en el análisis de los medios, ya que moldea la percepción del público y la formación de la identidad social. Los medios no sólo brindan información, sino que también la moldean en historias, permitiéndoles refutar estereotipos y prejuicios. La representación de los medios tiene un impacto significativo en las representaciones hechas por los grupos representados y su consumo por parte de los consumidores. (Hall, 1997)

El género y la etnia son importantes en los medios, pues la repetición de los estereotipos de género y raza por parte de los medios conduce a la perpetuación de las desigualdades y al refuerzo de los roles tradicionales. Las mujeres suelen ser personajes pasivos o favorecidos, los hombres suelen ser dominantes y activos ya que, de manera similar, las representaciones estereotipadas de las personas de color pueden obstaculizar sus percepciones y oportunidades y si lo son, pueden afectar su autopercepción y la sociedad.

La teoría de la representación de Hall (1997) es un factor clave en cómo los medios crean significado, por lo tanto, los medios no sólo representan la realidad, sino que también le dan forma a través de la construcción. La forma en que los espectadores ven el mundo está determinada por la selección, omisión y énfasis en ciertos aspectos de la realidad durante este proceso de construcción. Hall representa la representación como un proceso dinámico y activo que implica la creación y el consumo de significados y está fuertemente influenciado por el poder y la ideología.

Hall presume (1997) que estas representaciones mediáticas son formas de poder cultural que influyen en las percepciones y en la construcción de la identidad, destacando la importancia del contexto sociocultural y las relaciones de poder en la producción de estas imágenes y narrativas. Los medios de comunicación ofrecen una variedad de identidades, roles y estilos de vida con los que las personas pueden identificarse. Estas

representaciones ayudan a los individuos a comprender su lugar en el mundo y a definir su propia identidad, proporcionando modelos que pueden adoptar, adaptar o rechazar.

2.2.5.3 El autoconcepto y la construcción de la identidad en el ámbito universitario.

El autoconcepto y la construcción de la identidad son procesos esenciales de cómo se ven a sí mismos y como construyen su identidad por lo que están conectados y son muy importantes cuando atraviesan su etapa universitaria. Este es un momento en el que los jóvenes pasan por grandes cambios en sus vidas y en el mundo que los rodea, este marco ayuda a comprender cómo los estudiantes cambian y crecen en la universidad debido a que se combinan diferentes ideas e investigaciones para ver cómo los estudiantes se ven a sí mismos y a su identidad. El autoconcepto es una idea compleja que incluye cómo se sienten acerca de sí mismos, cómo se ven sus cuerpos y cómo encajan con los demás. Esta idea crece a medida que aprenden de los demás y porque tienen sus propias experiencias. (Díaz, et al. 2013)

De acuerdo con Díaz et al. (2013) existe el término autoconcepto académico el mismo “que abarca la concepción de uno mismo como estudiante, como resultado del conjunto de experiencias, éxitos, fracasos y variaciones académicas experimentadas a lo largo de los años escolares y universitarios” (p. 262). Cuando los estudiantes van a la universidad, tienen que aprender cosas nuevas y hacer nuevos amigos y es así como puede cambiar la forma en que se ven a sí mismos. La teoría de Bandura dice que creer en uno mismo es muy importante porque ayuda a enfrentar problemas y alcanzar sus metas. El sentido de identidad siempre está cambiando y es así como se reúnen diferentes aspectos de quiénes son para crear una identidad propia.

Cuando se es adolescente o joven se considera un momento importante para descubrir quienes son, por eso prueban con cosas diferentes y descubren lo que les gusta y quienes quieren ser. La forma en que los estudiantes se ven así mismo vemos a nosotros mismos se debe principalmente a los grupos a los que pertenecemos y a lo que sentimos por ellos. Ser parte de grupos en la escuela, clubes y redes sociales puede hacerte sentir parte y ayudarte a saber quién eres, la universidad es un lugar único para la formación del

autoconcepto y la identidad. Las reflexiones sociales se pueden lograr a través de interacciones con compañeros, profesores y personal administrativo, que pueden moldear y moldear las autopercepciones de los estudiantes. (Díaz et al, 2013, p. 265)

Los juicios y la autorreflexión de las personas están moldeados por el proceso de compararse con los demás, un proceso que es especialmente potente en el entorno competitivo de la educación superior. Además, la participación en actividades extracurriculares y académicas permite a los estudiantes explorar diferentes aspectos de su identidad y autoconcepto. Por lo tanto, la participación universitaria es ventajosa para el desarrollo personal y el avance académico, ya que fomenta el autodescubrimiento y el desarrollo. Creo que es difícil construir una identidad y un concepto de sí mismo en la universidad. Sin embargo, también se conoce en el estudio de Chávez, et al. (2020) que:

> Los jóvenes con alto autoconcepto presentan pocas conductas agresivas, de burla o abuso de los demás, conductas sociales positivas, bajo nivel de desajuste emocional, bajas puntuaciones en ansiedad y depresión, mientras que la falta de un autoconcepto positivo parece ser un signo de advertencia sobre una personalidad disfuncional. (p. 39)

Las altas expectativas en la escuela y la necesidad de adaptarse al nuevo entorno social pueden provocar estrés y ansiedad, pero estos encuentros también brindan una manera de ganar resiliencia y un sentido de autoestima. Programas de tutoría, talleres de desarrollo personal y recursos de salud mental son algunas de las cosas que los estudiantes pueden obtener para ayudar en este proceso. Estos apoyos pueden ayudar a los estudiantes a superar las dificultades y alcanzar sus objetivos.

Capítulo III – Metodología

3.1 Método de la investigación

El método seleccionado para esta investigación es cuantitativo, ya que "es una forma estructurada de recopilar y analizar datos obtenidos de distintas fuentes, lo que implica el uso de herramientas informáticas, estadísticas, y matemáticas para obtener resultados" (Neill, Quezada y Arce, 2018, p.69). Este enfoque permite recopilar y analizar datos diversos mediante encuestas aplicadas a los estudiantes de Sociología de la Universidad Estatal de Bolívar. El propósito es comprender cómo las redes sociales influyen en la construcción de la identidad estudiantil, por lo que se espera obtener resultados específicos que evidencien la presencia e impacto de estos factores en la formación de sus identidades.

3.2 Tipo de Investigación (metodología).

3.2.1 Exploratoria

El método exploratorio es una técnica de investigación diseñada para profundizar en temas o problemas poco conocidos, por esta razón, su principal objetivo es recolectar información inicial, identificar factores relevantes y generar ideas que sirvan como base para investigaciones futuras. En este sentido, según Hernández Sampieri (2014) en su libro Metodología de la Investigación, este método se utiliza para examinar problemas novedosos o escasamente estudiados, permitiendo obtener datos preliminares y familiarizarse con el tema de manera amplia.

Este enfoque, caracterizado por su flexibilidad y apertura, emplea herramientas como la revisión de literatura, entrevistas no estructuradas y observación directa. De este modo, estas técnicas facilitan la identificación de variables clave y la formulación de hipótesis, sentando las bases para estudios más profundos y estructurados

3.3 Técnicas e instrumentos de investigación.

3.3.1 Encuesta

Este proyecto pretende basarse en el uso de encuestas como el principal medio para

recabar información, las cuales serán aplicadas de manera individual a los estudiantes de la carrera de sociología en la Universidad Estatal de Bolívar, con el fin de obtener información precisa y detallada encuesta se utiliza como un método de investigación tanto en estudios cuantitativos como cualitativos. Según Groves, Fowler, Couper, Lepkowski, Singer y Tourangeau (2004), en el contexto de estudios cuantitativos la encuesta se define como un método sistemático para recolectar información de una muestra de individuos, con el propósito de crear descripciones cuantitativas de las características de la población general a la cual pertenecen los individuos (p. 4).

3.4 Criterio de inclusión y criterio de exclusión.

3.4.1 Criterios de inclusión.

- Personas matriculadas de forma legal en el periodo de abril 2024 - agosto 2024 de la Universidad Estatal de Bolívar
- Pertenecer a la carrera de sociología

3.1.2 Criterios de exclusión.

- Personas no matriculadas en el periodo de abril de 2024 a agosto de 2024.
- Personas pertenecientes a otras carreras dentro de la Universidad Estatal de Bolívar

3.5 Población y muestra.

3.5.1 Población.

La población seleccionada para este proyecto de investigación está compuesta por los estudiantes de la carrera de Sociología de la Facultad de Jurisprudencia que como población tiene 175 estudiantes oficialmente matriculados durante el período comprendido entre abril de 2024 y agosto de 2024.

3.5.1 Muestra.

La muestra que se obtendrá seria 121 estudiantes para la realización del proyecto con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%.

$$N = \frac{Nz^2pq}{(N-1)\cdot a^2 + z^2p_q}$$

$$\frac{N = 175(1{,}96)^2 0{,}5 \times 0{,}5}{(175-1)(0{,}05)^2 + (1.96)^2(0{,}5)(0{,}5)}$$

$$\frac{N = 175(3{,}8416)\cdot 0{,}26}{10{,}0025 \cdot 174 + 3{,}8416 \cdot 0.25}$$

$$N = \frac{175 \cdot 0{,}9604}{0{,}435 + 0{,}9604}$$

$$N = \frac{168{,}57}{1.3954}$$

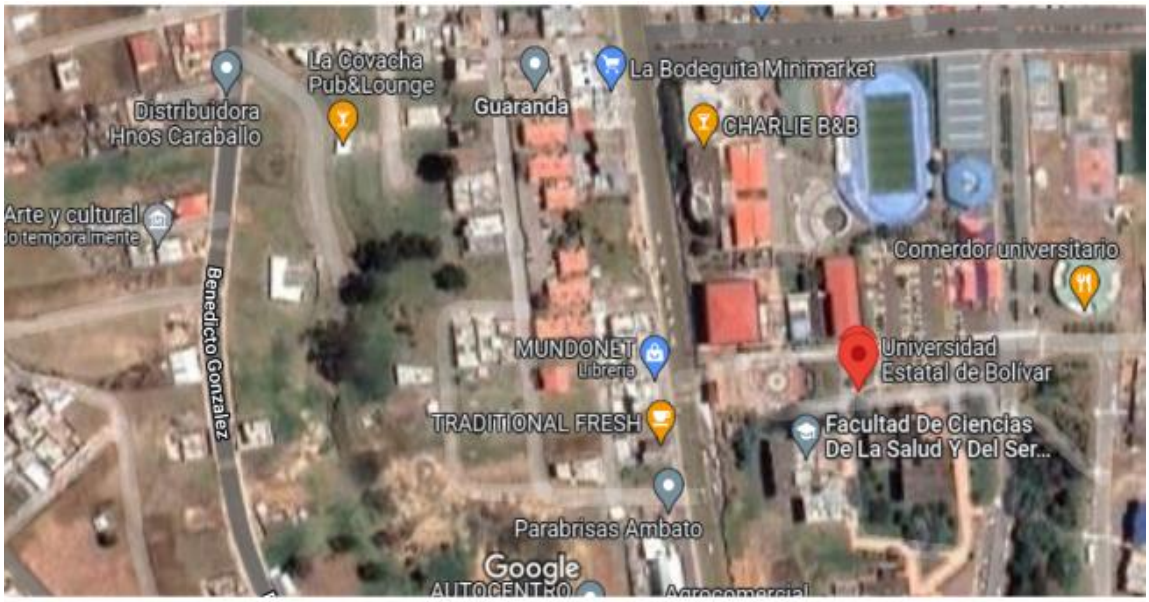
$$N = 120{,}79$$

$$N = 121$$

3.6 Localización geográfica del estudio.

Figura 2.

Ubicación geográfica de la Universidad Estatal de Bolívar



Nota: Imagen capturada de Google Maps de la ubicación exacta de la Universidad Estatal de Bolívar, 2022.

Capítulo IV – Resultados y discusión

4.1. Resultados

Los resultados obtenidos en la encuesta reflejan el impacto significativo de las plataformas digitales en la construcción de la identidad personal y colectiva. A través de las respuestas, se evidencia cómo las redes sociales actúan como espacios de interacción y representación, donde los estudiantes moldean su autopercepción y proyectan su identidad ante una audiencia virtual. Este fenómeno, influenciado por dinámicas de validación social, exposición selectiva y autoexpresión, sugiere un vínculo estrecho entre el uso de redes sociales y los procesos de autoconcepto en contextos académicos y socioculturales.

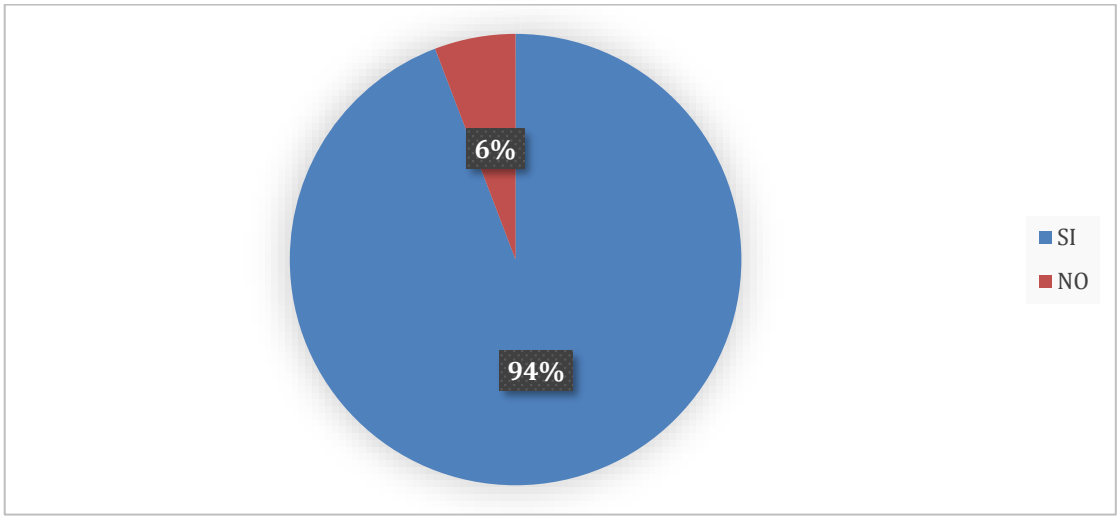
El análisis de las respuestas permitió identificar tendencias clave sobre cómo los estudiantes perciben la relación entre su identidad en el ámbito físico y su representación en el entorno virtual. Factores como la frecuencia de uso de redes sociales, el tipo de contenido compartido y las interacciones con sus pares muestran un panorama complejo donde la identidad se configura en función de dinámicas digitales. Además, los datos obtenidos revelan una creciente preocupación por la autenticidad en las plataformas, así como una conciencia sobre los riesgos asociados, como la distorsión del autoconcepto. Estos hallazgos son fundamentales para comprender el papel de las redes sociales en la formación identitaria de los futuros profesionales en sociología.

Tabla 3.
Acceso a internet

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	**114**	94%
NO	7	6%
TOTAL	121	100%

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas a estudiantes de la carrera de sociología de la Universidad Estatal de Bolívar, el 18 de diciembre del 2024.

Figura 3.
Acceso a internet



Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas a estudiantes de la carrera de sociología de la Universidad Estatal de Bolívar, el 18 de diciembre del 2024.

Análisis e interpretación

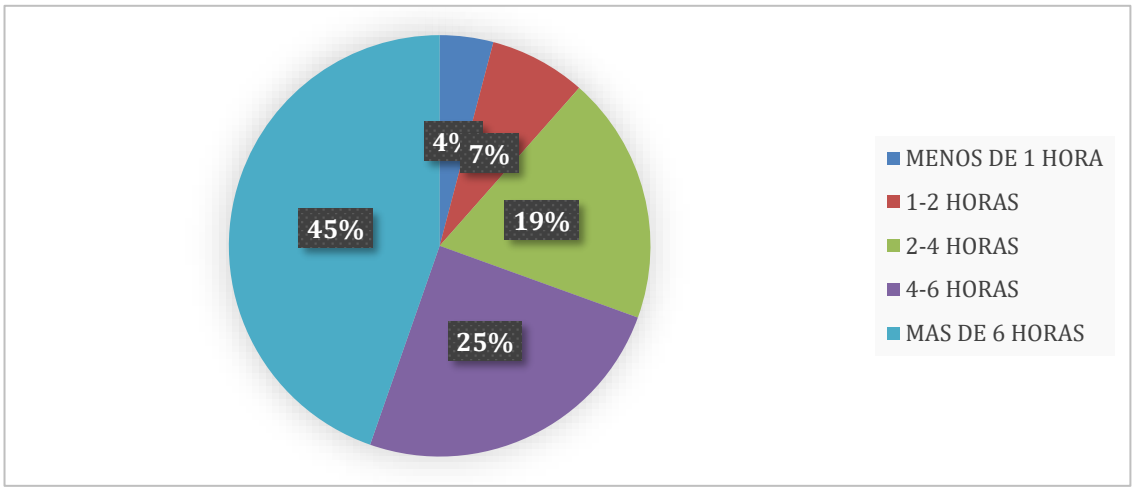
De acuerdo con los datos obtenidos se muestra que la gran mayoría de los encuestados, el 94%, tienen acceso a internet, mientras que solo el 6% no cuentan con este recurso. Estos resultados reflejan un nivel elevado de conectividad dentro del grupo estudiado, lo que podría estar relacionado con factores como el contexto socioeconómico y las políticas de acceso a tecnologías de la información. El alto porcentaje de acceso indica que la mayoría tiene la posibilidad de beneficiarse de las oportunidades que brinda el internet, como el acceso a la educación, el trabajo remoto y la interacción social. Sin embargo, el pequeño porcentaje que carece de acceso no debe ser ignorado, ya que podría representar una brecha digital significativa que limita su participación plena en actividades que dependen de este recurso.

Tabla 4.
Conectividad al día

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MENOS DE 1 HORA	5	4 %
1-2 HORAS	9	7%
2-4 HORAS	23	19%
4-6 HORAS	30	25 %
MÁS DE 6 HORAS	54	45 %
TOTAL	**121**	**100%**

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas a estudiantes de la carrera de sociología de la Universidad Estatal de Bolívar, el 18 de diciembre del 2024.

Figura 4.
Conectividad al día



Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas a estudiantes de la carrera de sociología de la Universidad Estatal de Bolívar, el 18 de diciembre del 2024.

Análisis e interpretación:

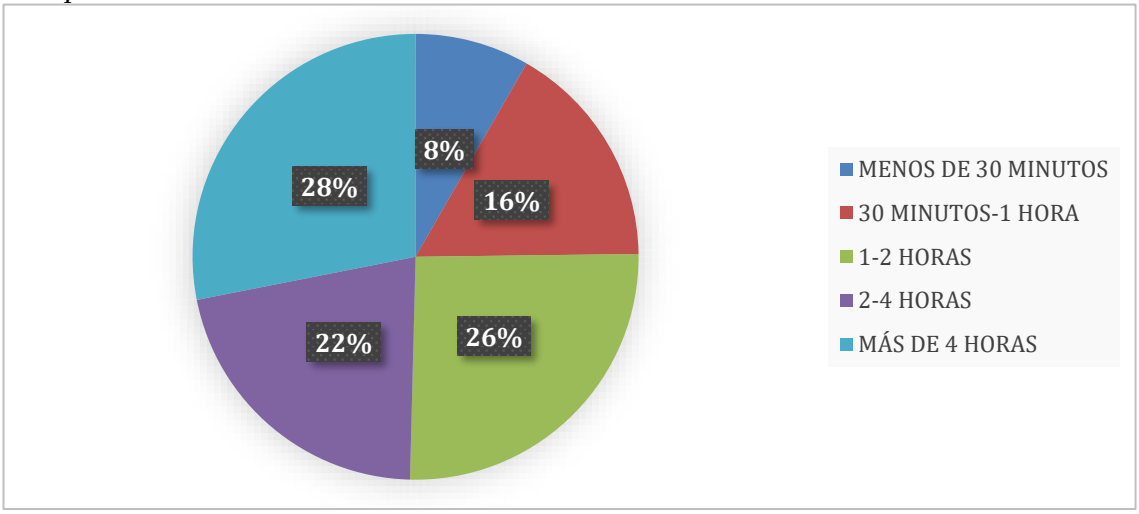
El análisis de los datos muestra que la mayoría de los participantes, un 45%, dedican más de 6 horas diarias al uso del internet reflejando un nivel significativo de compromiso o dependencia en dicha área. El segundo grupo más representativo corresponde al 25%, que invierte entre 4 y 6 horas, lo cual indica una tendencia hacia un tiempo considerable dedicado a esta actividad. En conjunto, estas dos categorías representan un nivel alto de los encuestados, evidenciando una alta inversión de tiempo por parte de la mayoría. En cambio, las opciones de menor dedicación como menos de 1 hora y de 1 a 2 horas reúnen un 11%, destacando que son minoría quienes dedican poco tiempo. Finalmente, un 19% de los encuestados destinan entre 2 y 4 horas, lo que podría representar un equilibrio moderado. Estos resultados sugieren una distribución desigual, con predominio de quienes dedican tiempo prolongado, posiblemente vinculado a hábitos, necesarios.

Tabla 5.
Tiempo en redes sociales

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MENOS DE 30 MINUTOS	10	8%
30 MINUTOS-1 HORA	20	16%
1-2 HORAS	31	26%
2-4 HORAS	26	22%
MÁS DE 4 HORAS	34	28%
TOTAL	**121**	**100%**

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas a estudiantes de la carrera de sociología de la Universidad Estatal de Bolívar, el 18 de diciembre del 2024.

Figura 5.
Tiempo en redes sociales



Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas a estudiantes de la carrera de sociología de la Universidad Estatal de Bolívar, el 18 de diciembre del 2024.

Análisis e interpretación:

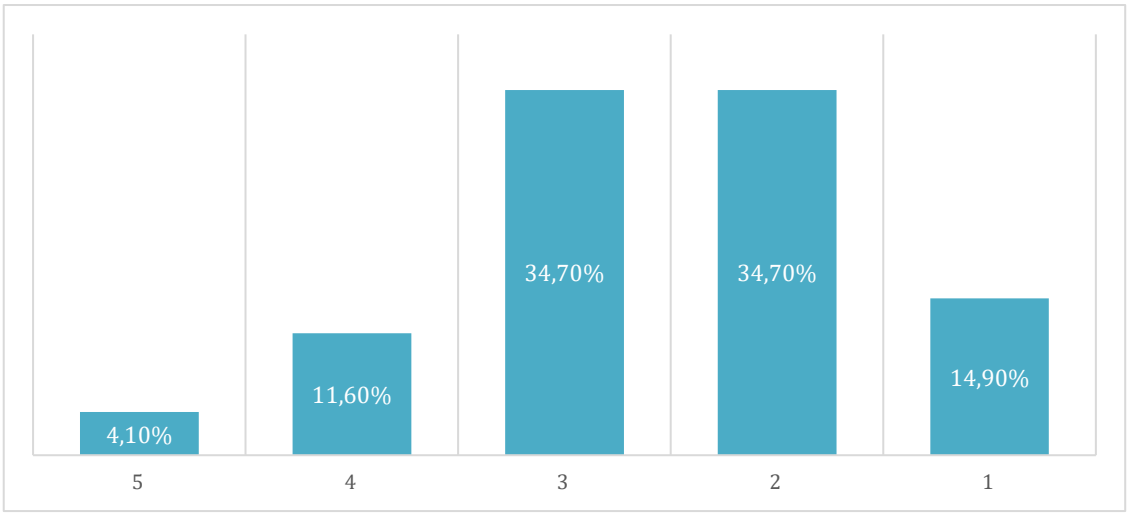
Los datos recopilados a través de la encuesta muestran que el uso de redes sociales es una actividad habitual con una variabilidad significativa en la dedicación diaria. El 28% de los encuestados pasan más de 4 horas al día en redes sociales, lo que representa el grupo más numeroso, seguido del 26% que las utilizan entre 1 y 2 diarios. Un 22% dedica de 2 a 4 horas, mientras que el 16% limita su uso a 30 minutos o 1 hora. Solo el 8% emplea menos de 30 minutos al día en estas plataformas. Estos resultados evidencian que más de la mitad de los participantes invierten 2 horas o más en redes sociales diariamente, lo que resalta la prominencia de estas herramientas en la vida cotidiana. Este patrón sugiere una fuerte integración de las redes sociales en las dinámicas diarias, influyendo potencialmente en hábitos, relaciones y formas de interacción social.

Tabla 6.
Personalidad e identidad en redes sociales

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
5	5	4.10%
4	14	11.60%
3	42	34.70%
2	42	34.70%
1	18	14.90%
TOTAL	**121**	**100%**

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas a estudiantes de la carrera de sociología de la Universidad Estatal de Bolívar, el 18 de diciembre del 2024.

Figura 6.
Personalidad e identidad en redes sociales



Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas a estudiantes de la carrera de sociología de la Universidad Estatal de Bolívar, el 18 de diciembre del 2024.

Análisis e interpretación:

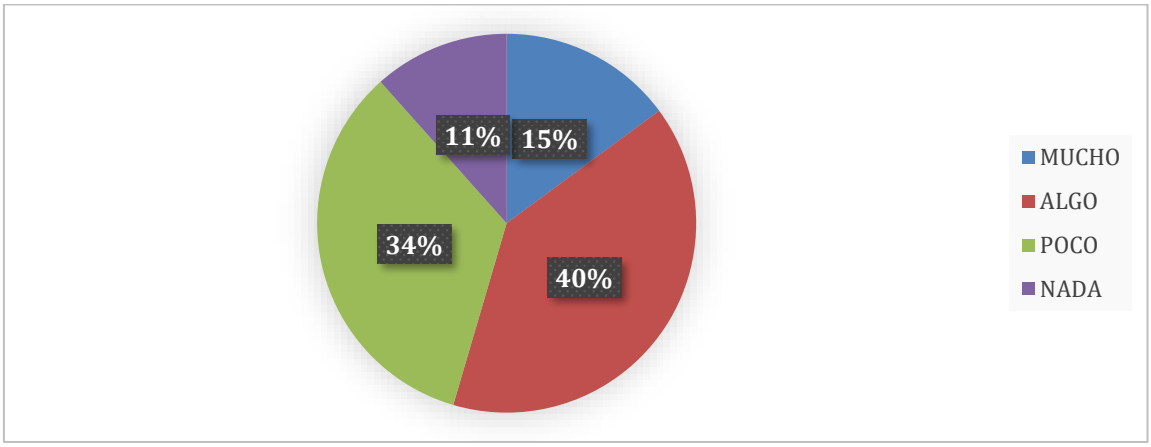
Las respuestas concentradas en las opciones 3 y 2 cada una con 34.7% indican que la mayoría de los participantes consideran que su representación digital es parcial o moderadamente auténtica, este hallazgo podría estar relacionado con la performatividad digital, donde los usuarios tienden a moldear su presencia en línea según expectativas sociales o contextuales, más que expresar su yo genuino. Solo un 15,7% entre las opciones 4 y 5 perciben una conexión alta entre su identidad personal y digital, mientras que el 14,9% opción 1 considera que su actividad no refleja su personalidad en absoluto. Este patrón sugiere que las redes sociales son percibidas más como un espacio de representación construido que de autenticidad plena, destacando la complejidad de la identidad virtual.

Tabla 7.
La interacción social y el autoconcepto

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUCHO	18	15%
ALGO	48	40%
POCO	41	34%
NADA	14	11%
TOTAL	**121**	**100%**

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas a estudiantes de la carrera de sociología de la Universidad Estatal de Bolívar, el 18 de diciembre del 2024.

Figura 7.
La interacción social y el autoconcepto



Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas a estudiantes de la carrera de sociología de la Universidad Estatal de Bolívar, el 18 de diciembre del 2024.

Análisis e interpretación:

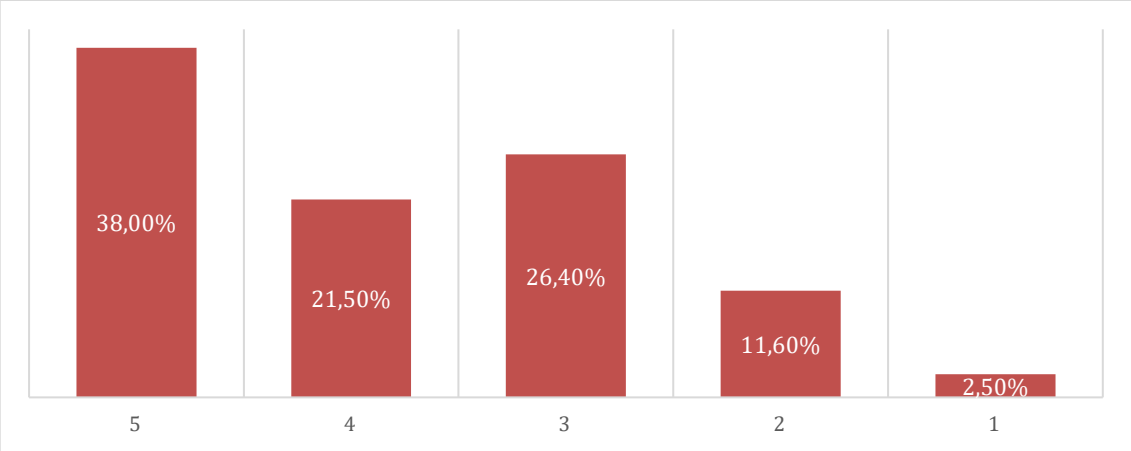
Los resultados muestran que la influencia de las interacciones sociales es percibida de manera diversa entre los participantes. Un 40% considera que estas interacciones influyen "algo", mientras que un 15% las percibe como influyentes "mucho", lo que suma un 55% que reconoce un impacto significativo. Por otro lado, un 40% señala que influyen "poco" y un 11,6% indica que no tienen influencia alguna lo que evidencia que, aunque una mayoría moderada percibe cierto grado de impacto, existe una proporción considerable que minimiza o descarta la influencia de las redes sociales en la construcción de su identidad y autoconcepto. Estos datos reflejan la naturaleza subjetiva de las percepciones de identidad, donde factores individuales como la autoestima y el contexto social pueden mediar la importancia atribuida a las redes sociales como espacios de interacción y validación personal.

Tabla 8.
La comunicación en redes sociales

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
5	46	38.00%
4	26	21.50%
3	32	26.40%
2	14	11.60%
1	3	2.50%
TOTAL	**121**	**100%**

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas a estudiantes de la carrera de sociología de la Universidad Estatal de Bolívar, el 18 de diciembre del 2024.

Figura 8.
La comunicación en redes sociales



Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas a estudiantes de la carrera de sociología de la Universidad Estatal de Bolívar, el 18 de diciembre del 2024.

Análisis e interpretación:

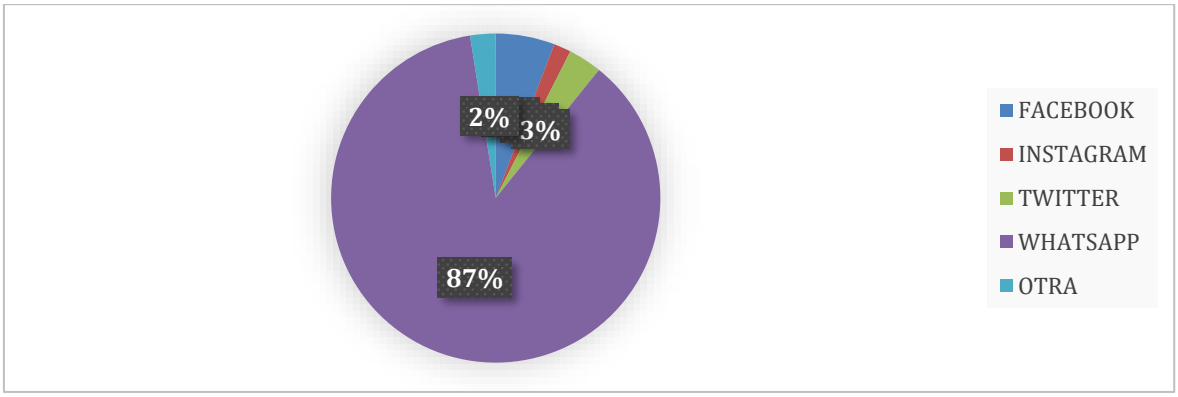
Una mayoría significativa de los encuestados utilizan con frecuencia las redes sociales para comunicarse. Por un lado, 46 personas seleccionaron la opción 5, la más alta, indicando un uso muy frecuente, seguido por 26 personas que optaron por la opción 4. Esto sugiere que casi el 60% de los participantes considera las redes sociales como un medio principal de interacción. Asimismo, 32 personas eligieron un nivel moderado 3, lo que refleja un uso ocasional o equilibrado. Las opciones 2 y 1, que representan menor frecuencia, suman apenas un 14.1% equivalente a 17 personas, evidenciando que la comunicación a través de redes sociales tiene un papel predominante en la vida cotidiana de la mayoría de los encuestados. Este patrón resalta la importancia de las redes sociales como herramientas clave en las dinámicas de interacción y socialización en la actualidad.

Tabla 9.
Las redes sociales

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FACEBOOK	7	5.80%
INSTAGRAM	2	1.70%
TWITTER	4	3.30%
WHATSAPP	105	86.80%
OTRA	3	2.50%
TOTAL	**121**	**100%**

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas a estudiantes de la carrera de sociología de la Universidad Estatal de Bolívar, el 18 de diciembre del 2024.

Figura 9.
Las redes sociales



Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas a estudiantes de la carrera de sociología de la Universidad Estatal de Bolívar, el 18 de diciembre del 2024.

Análisis e interpretación:

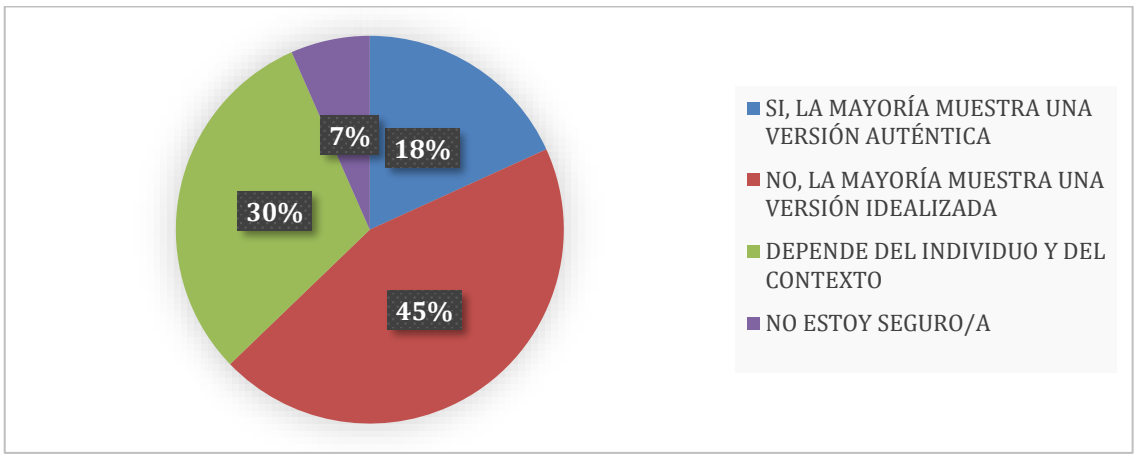
Los resultados obtenidos muestran una clara preferencia por WhatsApp como plataforma de comunicación, con un 87% de los participantes eligiéndola, esta cifra sugiere que, para la mayoría de los encuestados, es la herramienta más utilizada y probablemente la más accesible, lo que refuerza su popularidad en la comunicación diaria debido a su facilidad de uso y accesibilidad en dispositivos móviles. En segundo lugar, se encuentra Facebook con un 6%, lo que indica que sigue siendo relevante, pero en menor medida en comparación con WhatsApp, por otro lado, Twitter e Instagram obtienen porcentajes bajos entre 3% y 2%, respectivamente, lo que refleja una menor preferencia para la comunicación directa en estos medios. Finalmente, la categoría "Otra" con un 2% sugiere que algunos usuarios recurren a plataformas alternativas, pero no de forma significativa. Estos datos reflejan una clara tendencia hacia la mensajería instantánea, probablemente influenciada por la practicidad y rapidez de WhatsApp.

Tabla 10.
Autenticidad en redes sociales

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI, LA MAYORÍA MUESTRA UNA VERSIÓN AUTÉNTICA	22	18%
NO, LA MAYORÍA MUESTRA UNA VERSIÓN IDEALIZADA	54	45%
DEPENDE DEL INDIVIDUO Y DEL CONTEXTO	37	30%
NO ESTOY SEGURO/A	8	7%
TOTAL	**121**	**100%**

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas a estudiantes de la carrera de sociología de la Universidad Estatal de Bolívar, el 18 de diciembre del 2024.

Figura 10.
Autenticidad en redes sociales



Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas a estudiantes de la carrera de sociología de la Universidad Estatal de Bolívar, el 18 de diciembre del 2024.

Análisis e interpretación:

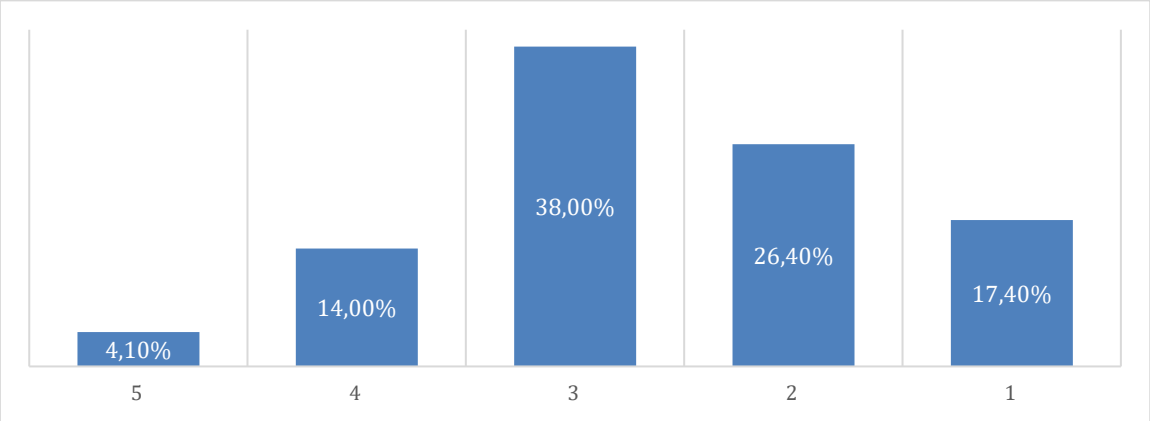
Un 45% de los encuestados considera que la mayoría de las personas presentan una versión idealizada de sí mismas, lo que podría estar relacionado con las presiones sociales y la búsqueda de validación que se experimentan en estos entornos virtuales. Por otro lado, un 30% señala que esta representación depende del individuo y del contexto, sugiriendo que las redes sociales pueden ser utilizadas de manera diversa, dependiendo de las circunstancias personales y sociales. Un 18% opina que la mayoría muestra una versión auténtica, lo que refleja una visión más optimista sobre la sinceridad en estos espacios digitales. Por último, el 7% restante no tiene una opinión clara, lo que indica incertidumbre respecto a la naturaleza de las identidades.

Tabla 11.
Contenido en redes sociales

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
5	5	4.10%
4	17	14.00%
3	46	38.00%
2	32	26.40%
1	21	17.40%
TOTAL	**121**	**100%**

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas a estudiantes de la carrera de sociología de la Universidad Estatal de Bolívar, el 18 de diciembre del 2024.

Figura 11.
Contenido en redes sociales



Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas a estudiantes de la carrera de sociología de la Universidad Estatal de Bolívar, el 18 de diciembre del 2024.

Análisis e interpretación:

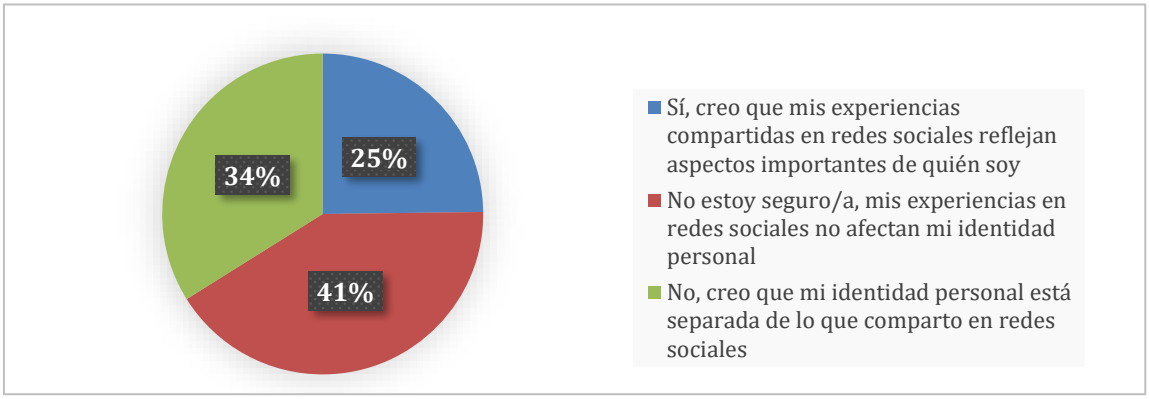
Los resultados obtenidos muestran una tendencia hacia un ajuste moderado, el 38% seleccionaron la opción 3, indicando que ajustan su contenido con frecuencia intermedia, mientras que el 26.4% lo hace en menor medida. Un 17.4% de los participantes expresaron que ajusta su contenido raramente, lo que sugiere que una parte significativa de los usuarios no se enfoca demasiado en controlar la imagen que proyecta. Por otro lado, solo el 14% de los encuestados lo hace en un nivel alto (opciones 4 y 5), lo que implica que un porcentaje pequeño dedica un esfuerzo considerable a crear una imagen digital específica. Estos resultados reflejan una tendencia hacia una imagen más auténtica o menos cuidada, sin una preocupación excesiva por la percepción externa en las redes sociales.

Tabla 12.
Experiencias personales

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí, creo que mis experiencias compartidas en redes sociales reflejan aspectos importantes de quién soy	30	25%
No estoy seguro/a, mis experiencias en redes sociales no afectan mi identidad personal	50	41%
No, creo que mi identidad personal está separada de lo que comparto en redes sociales	41	34%
TOTAL	**121**	**100.00%**

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas a estudiantes de la carrera de sociología de la Universidad Estatal de Bolívar, el 18 de diciembre del 2024.

Figura 12.
Experiencias personales



Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas a estudiantes de la carrera de sociología de la Universidad Estatal de Bolívar, el 18 de diciembre del 2024.

Análisis e interpretación de resultados:

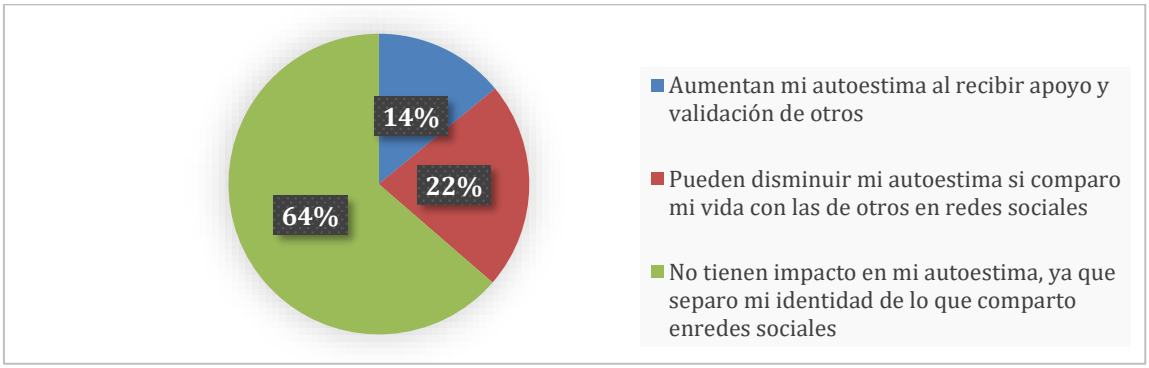
Los encuestados reflejan una visión diversa, un 25% considera que las experiencias que comparten en redes sociales reflejan aspectos importantes de su identidad, lo que sugiere que, para una porción significativa de los participantes, las redes sociales juegan un papel importante en la expresión de su ser. Sin embargo, la mayoría, con un 41%, se muestra incierta respecto a la influencia de estas experiencias en su identidad, lo que podría indicar una percepción ambigua sobre el impacto de las redes sociales. Finalmente, un 34% afirma que su identidad personal está separada de lo que comparten en estos espacios, lo que refleja una postura más crítica o distanciada, destacando una tendencia a mantener una separación entre la vida online y offline. Sugiriendo así una percepción variada de la relación entre identidad y redes sociales.

Tabla 13.
Las redes sociales y la autoestima

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Aumentan mi autoestima al recibir apoyo y validación de otros	17	14%
Pueden disminuir mi autoestima si comparo mi vida con las de otros en redes sociales	27	22%
No tienen impacto en mi autoestima, ya que separo mi identidad de lo que comparto enredes sociales	77	64%
TOTAL	**121**	**100.00%**

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas a estudiantes de la carrera de sociología de la Universidad Estatal de Bolívar, el 18 de diciembre del 2024.

Figura 13.
Las redes sociales y la autoestima



Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas a estudiantes de la carrera de sociología de la Universidad Estatal de Bolívar, el 18 de diciembre del 2024.

Análisis de resultados:

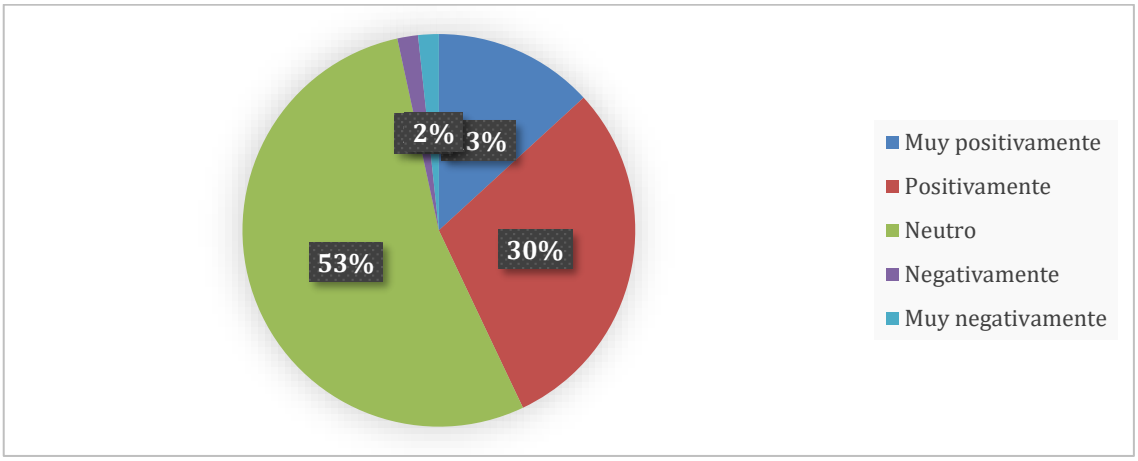
Los resultados obtenidos muestran que un 14% de los participantes consideran que su autoestima aumenta al recibir apoyo y validación de otros, lo que refleja la importancia de la retroalimentación positiva en el entorno virtual. Sin embargo, un 22% afirma que su autoestima puede disminuir al comparar su vida con la de otros, lo que pone de manifiesto los efectos negativos de la comparación social en redes, un fenómeno común en la era digital. La mayoría, un 63,64%, sostiene que las redes sociales no impactan su autoestima, ya que separan su identidad real de lo que comparten, lo que sugiere un manejo consciente de la identidad virtual y una posible resistencia a las presiones sociales del entorno digital. Estos resultados indican una diversidad de experiencias frente al impacto de las redes sociales en la autoestima, dependiendo del grado de implicación emocional y de la percepción de las interacciones en línea.

Tabla 14.
Participación en redes sociales

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy positivamente	16	13%
Positivamente	36	30 %
Neutro	65	53%
Negativamente	2	2%
Muy negativamente	2	2%
TOTAL	**121**	**100%**

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas a estudiantes de la carrera de sociología de la Universidad Estatal de Bolívar, el 18 de diciembre del 2024.
, el 18 de diciembre del 2024.

Figura 14.
Participación en redes sociales



Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas a estudiantes de la carrera de sociología de la Universidad Estatal de Bolívar, el 18 de diciembre del 2024.

Análisis e interpretación:

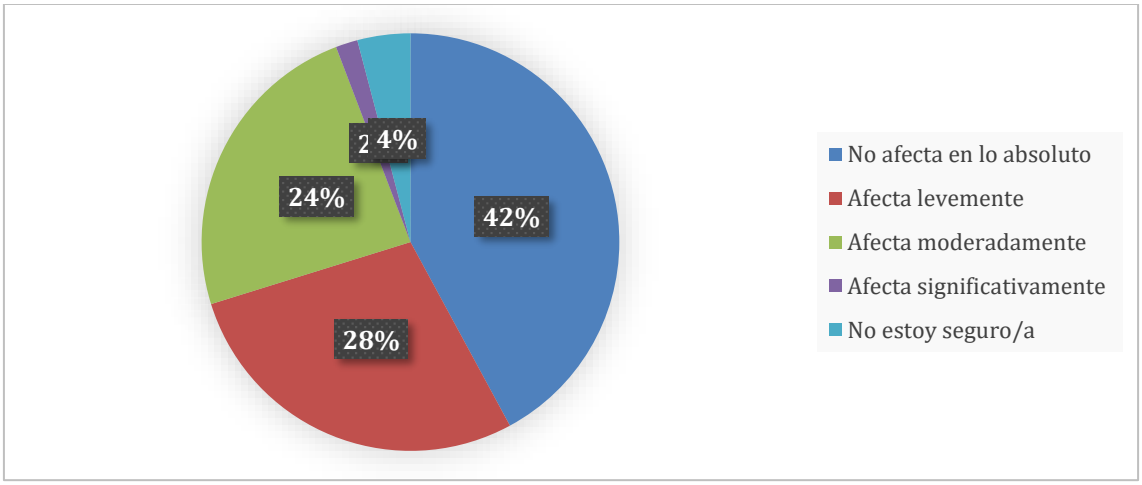
Los resultados muestran una tendencia mayoritaria hacia una percepción neutral (53%), lo que sugiere que muchos no sienten una influencia significativa o transformadora de las redes sociales en su autoconcepto. Un 30% valora su autoconcepto positivamente, lo que podría indicar que, para una parte de los participantes, las redes sociales tienen un impacto favorable en su imagen personal o en la forma en que se perciben. Sin embargo, solo un 13% de los encuestados valora su autoconcepto de manera muy positiva, lo que podría reflejar que, aunque las redes sociales son influyentes, no son la principal fuente de validación o autoestima. Es importante destacar que un pequeño porcentaje 4% tiene una valoración negativa o muy negativa, lo que sugiere que algunos experimentan efectos adversos relacionados con su autoconcepto debido a su participación en estas plataformas.

Tabla 15.
Autovaloración

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No afecta en lo absoluto	29	42%
Afecta levemente	34	28%
Afecta moderadamente	29	24%
Afecta significativamente	2	2%
No estoy seguro/a	5	4%
TOTAL	**121**	**100%**

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas a estudiantes de la carrera de sociología de la Universidad Estatal de Bolívar, el 18 de diciembre del 2024.

Figura 15.
Autovaloración



Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas a estudiantes de la carrera de sociología de la Universidad Estatal de Bolívar, el 18 de diciembre del 2024.

Análisis e interpretación:

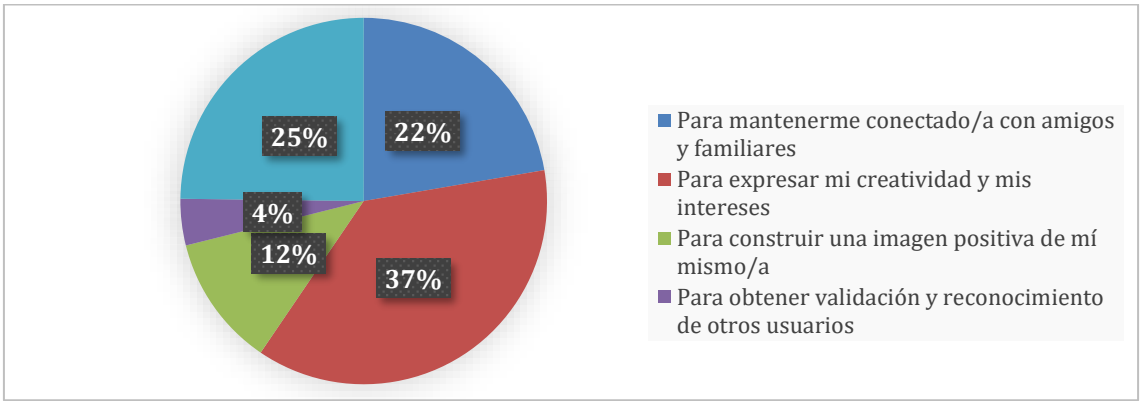
Los resultados revelan que un 42% no les afecta en lo absoluto, lo que sugiere que una proporción significativa de individuos no percibe las comparaciones en redes sociales como un factor relevante en su autoconcepto. Sin embargo, un 28% reportó un efecto leve y un 24% moderado, lo que indica que una parte considerable de la muestra sí experimenta alguna forma de impacto, aunque no de manera profunda. Un 2% afirmó que la comparación afecta significativamente, mostrando una minoría que se ve más afectada por estos procesos. Finalmente, un 4% se mostró inseguro sobre el tema, concluyendo así que, aunque las redes sociales tienen influencia, el grado de impacto en la autovaloración varía considerablemente.

Tabla 16.
Contenido en redes sociales

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Para mantenerme conectado/a con amigos y familiares	27	22%
Para expresar mi creatividad y mis intereses	45	37%
Para construir una imagen positiva de mí mismo/a	14	12%
Para obtener validación y reconocimiento de otros usuarios	5	4%
No comparto contenido sobre mí mismo/a en redes sociales	30	25%
TOTAL	**121**	**100%**

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas a estudiantes de la carrera de sociología de la Universidad Estatal de Bolívar, el 18 de diciembre del 2024.

Figura 16.
Contenido en redes sociales



Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas a estudiantes de la carrera de sociología de la Universidad Estatal de Bolívar, el 18 de diciembre del 2024.

Análisis e interpretación:

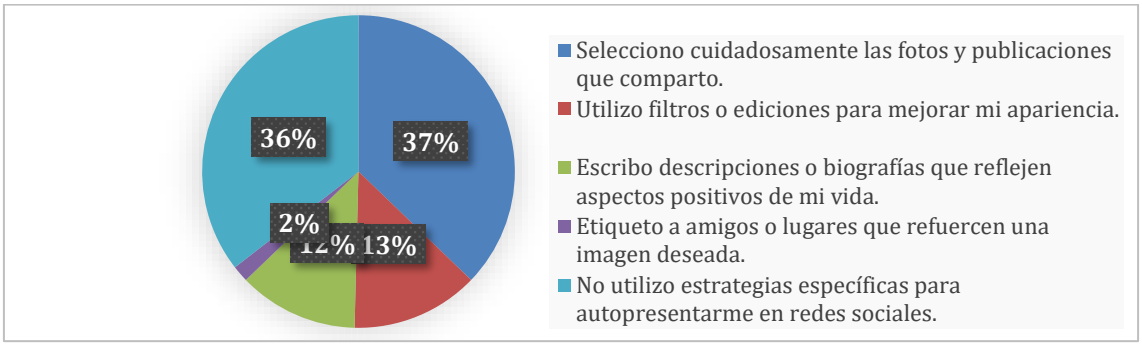
La opción más seleccionada fue "Para expresar mi creatividad y mis intereses" con un 37%, lo que indica que los usuarios valoran las redes sociales como una plataforma para compartir sus pasatiempos e inquietudes. Un 22% lo hace para mantenerse conectado con amigos y familiares, reflejando una motivación social y relacional. La construcción de una imagen positiva de uno mismo/a fue seleccionada por el 12%, sugiriendo que una parte de los usuarios busca gestionar su autoimagen. Solo un 4% se enfoca en obtener validación externa, lo que podría indicar que la validación no es una motivación predominante. Además, un 25% de los encuestados no comparte contenido sobre sí mismos, lo que podría reflejar preocupaciones sobre la privacidad o desinterés en la exposición personal.

Tabla 17.
Estrategias de presentación en redes sociales

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Selecciono cuidadosamente las fotos y publicaciones que comparto.	45	37%
Utilizo filtros o ediciones para mejorar mi apariencia.	16	13%
Escribo descripciones o biografías que reflejen aspectos positivos de mi vida.	15	12%
Etiqueto a amigos o lugares que refuercen una imagen deseada.	2	2%
No utilizo estrategias específicas para autopresentarme en redes sociales.	43	36%
TOTAL	**121**	**100%**

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas a estudiantes de la carrera de sociología de la Universidad Estatal de Bolívar, el 18 de diciembre del 2024.

Figura 17.
Estrategias de presentación en redes sociales



Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas a estudiantes de la carrera de sociología de la Universidad Estatal de Bolívar, el 18 de diciembre del 2024.

Análisis e interpretación:

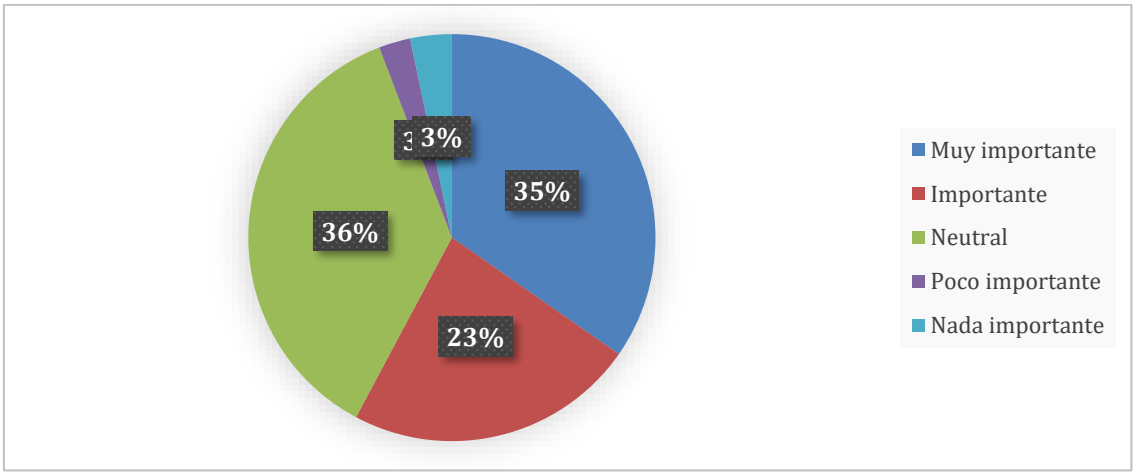
La opción más frecuente, con un 37%, es el uso de las redes para mantenerse conectado con amigos y familiares, lo que sugiere que las personas priorizan las relaciones cercanas sobre la construcción de una imagen pública. A continuación, un 13% menciona el uso de las redes para expresar su creatividad e intereses, indicando que algunas personas buscan compartir su identidad a través de contenidos más personales y auténticos. La opción de construir una imagen positiva de sí mismo ocupa un 12%, lo que resalta la preocupación por la percepción ajena, aunque en menor medida. Un bajo porcentaje, del 2%, se refiere a la búsqueda de validación y reconocimiento, lo que sugiere que este no es un factor predominante. Finalmente, un 36% de los participantes afirma no compartir contenido personal, lo que refleja una postura reservada o cautelosa frente.

Tabla 18.
La autenticidad

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy importante	42	35%
Importante	28	23%
Neutral	44	36%
Poco importante	3	3%
Nada importante	4	3%
TOTAL	**121**	**100%**

Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas a estudiantes de la carrera de sociología de la Universidad Estatal de Bolívar, el 18 de diciembre del 2024.

Figura 18.
La autenticidad



Nota: Elaboración propia en base a las encuestas aplicadas a estudiantes de la carrera de sociología de la Universidad Estatal de Bolívar, el 18 de diciembre del 2024.

Análisis e interpretación:

Un 35% de los encuestados considera que ser auténtico es muy importante, mientras que un 23% lo califica como importante, lo que indica que una proporción significativa de los participantes valora la autenticidad en estos entornos digitales. Sin embargo, un 36% se mantiene neutral, lo que sugiere que no es un tema central para esta mayoría, o bien que consideran que depende del contexto. Un 6% unificado de los encuestados consideran que es poco importante o nada importante, lo que refleja una minoría que no prioriza la autenticidad. Estos resultados podrían interpretarse como una señal de que, aunque la autenticidad es valorada, existe una tendencia generalizada hacia una visión más flexible o pragmática del comportamiento en redes sociales.

4.2. Discusión

4.2.1 Internet: La red que conecta el mundo

El acceso al internet se ha convertido en un recurso fundamental en la vida actual, marcando una diferencia significativa en la manera en que las personas acceden a la información, trabajan, estudian y se comunican. Los datos recabados indican que una gran mayoría de los participantes cuenta con acceso regular a esta herramienta, lo que sugiere una integración casi total del internet en sus actividades diarias. Es así como se lo considera como un acceso generalizado que no solo facilita el desarrollo de actividades académicas y profesionales, sino que también se configura como un espacio de interacción social y entretenimiento.

Sin embargo, es crucial resaltar que aún existen personas que, por diversas razones, no disponen de esta conectividad, enfrentando así una brecha digital que limita su participación plena en la sociedad. La falta de acceso al internet implica dificultades para adquirir conocimientos, realizar trámites, buscar empleo o mantenerse informados, consolidando barreras que impactan directamente en la equidad social. Por otro lado, quienes sí tienen acceso al internet suelen pasar una cantidad considerable de tiempo en línea, lo que refleja no solo la utilidad de esta herramienta, sino también un posible indicio de dependencia tecnológica.

Este uso prolongado del internet tiene implicaciones importantes en términos de tiempo disponible para otras actividades, como las interacciones cara a cara, la actividad física o incluso el descanso. Asimismo, el impacto psicológico de estar constantemente conectado, incluyendo la exposición a noticias, publicidad y redes sociales, puede generar estrés o ansiedad en algunos casos. A pesar de estas preocupaciones, el internet sigue siendo un pilar esencial en la estructura social contemporánea, por lo que resulta indispensable trabajar en estrategias que promuevan un acceso más equitativo y un uso responsable. De esta forma, se puede garantizar que los beneficios de la conectividad no se vean opacados por sus posibles riesgos o desigualdades.

4.2.2 La construcción de la identidad virtual

Las redes sociales se han consolidado como un espacio privilegiado para la interacción humana, donde las personas no solo comparten experiencias, pensamientos e imágenes, sino que también construyen y proyectan una versión de sí mismas ante una audiencia. Este fenómeno se relaciona con la idea de performatividad digital, que implica la representación de identidades construidas en función de las expectativas sociales, los gustos personales o incluso las tendencias del momento. En este contexto, las redes sociales no son un reflejo puro de la realidad, sino más bien un espacio donde las personas diseñan cuidadosamente lo que desean mostrar, equilibrando elementos de autenticidad y representación estratégica.

Los participantes del estudio indicaron diversas razones para usar las redes sociales, desde la búsqueda de conexión social hasta el deseo de expresar creatividad o controlar cómo son percibidos por los demás. Esto demuestra que el uso de estas plataformas responde a motivaciones tanto individuales como colectivas, adaptándose a las necesidades específicas de cada usuario. Sin embargo, esta flexibilidad también plantea desafíos, ya que la construcción de una identidad virtual puede generar tensiones entre cómo las personas se perciben a sí mismas y cómo desean ser vistas por los demás.

Por ejemplo, la tendencia a mostrar solo aspectos positivos o idealizados de la vida en redes sociales puede llevar a que otros se sientan inadecuados en comparación. Al mismo tiempo, los propios usuarios pueden experimentar una desconexión entre su identidad digital y su identidad real, lo que podría impactar en su bienestar emocional. A pesar de estos desafíos, las redes sociales también ofrecen oportunidades valiosas para la autoexpresión y la exploración de la identidad. Este espacio digital, si se usa conscientemente, puede convertirse en una herramienta para la construcción de relaciones significativas y la exploración de nuevas facetas personales, siempre que los usuarios mantengan una reflexión crítica sobre su participación en estas plataformas.

4.2.3 El poder del autoconcepto

El impacto de las redes sociales en el autoconcepto revela una diversidad de experiencias y perspectivas, por un lado, para muchas personas, estas plataformas representan una

fuente de apoyo social y validación externa, contribuyendo a reforzar su autoestima. La interacción positiva con amigos, familiares y seguidores puede proporcionar una sensación de pertenencia y aprobación, factores clave para el bienestar emocional. Además, el hecho de recibir comentarios, "me gusta" y reacciones en publicaciones puede generar una retroalimentación positiva que, en ciertos casos, fortalece la percepción de sí mismos.

Por otro lado, no todas las experiencias son igual de beneficiosas, algunas personas enfrentan desafíos relacionados con la comparación social, especialmente en plataformas donde la mayoría de los usuarios tienden a mostrar versiones idealizadas de sus vidas. Esta comparación puede generar sentimientos de insuficiencia, insatisfacción o incluso afectar negativamente la autoestima. Sin embargo, una parte significativa de los participantes parece haber desarrollado una postura crítica frente a estas dinámicas, mostrando una capacidad para distinguir entre su identidad personal y la imagen que proyectan en línea. Esta capacidad de análisis y autocontrol resulta esencial para gestionar los efectos de las redes sociales en el autoconcepto y evitar que las expectativas externas condicionen en exceso la percepción de uno mismo.

Asimismo, es importante destacar que, aunque las redes sociales pueden influir en la construcción del autoconcepto, no son determinantes en todos los casos. Las experiencias previas, los valores personales y las relaciones fuera del ámbito digital juegan un papel crucial en la formación de una identidad sólida y equilibrada. Esto indica que, si bien el entorno digital tiene un impacto significativo, las personas tienen la capacidad de mediar y gestionar estos efectos para proteger su bienestar emocional y psicológico.

De este modo se ha podido observar cómo el internet y las redes sociales influyen de manera profunda en diversos aspectos de la vida de las personas, desde el acceso a oportunidades hasta la construcción de la identidad y el autoconcepto. El internet, como herramienta esencial, genera importantes beneficios, pero también expone las desigualdades existentes, resaltando la necesidad de trabajar hacia una mayor equidad en el acceso y uso de esta tecnología. Las redes sociales, por su parte, representan un espacio híbrido de interacción y representación, donde la identidad se negocia constantemente

entre lo auténtico y lo performativo. Si bien estas plataformas ofrecen oportunidades para la autoexpresión y la conexión social, también plantean riesgos relacionados con la idealización y la presión social.

Por último, en cuanto al autoconcepto, los resultados indican que las redes sociales pueden ser tanto un apoyo como un desafío, dependiendo de la capacidad de cada individuo para gestionar sus experiencias digitales de manera consciente y reflexiva. Por lo tanto, es importante fomentar un uso crítico y equilibrado de las tecnologías digitales, promoviendo estrategias que maximicen sus beneficios mientras se minimizan sus posibles riesgos. Solo a través de un enfoque consciente y equitativo se podrá garantizar que estas herramientas sigan siendo una fuerza positiva en la construcción de una sociedad más inclusiva y resiliente.

Capítulo V – Conclusiones y Recomendaciones

5.1. Conclusiones

Las redes sociales se han convertido en un eje central para la interacción y representación de identidades, influyendo significativamente en la configuración del autoconcepto de los estudiantes de sociología de la Universidad Estatal de Bolívar. A través de estas plataformas, los estudiantes encuentran un espacio para la autoexpresión, la validación social y la negociación de su identidad en función de las normas y expectativas del entorno digital. Sin embargo, también enfrenta desafíos relacionados con la presión social y la idealización de las experiencias compartidas en línea, lo que puede generar tensiones entre la identidad personal y la proyectada. Es así como se resalta la necesidad de desarrollar habilidades críticas que permitan a los estudiantes reflexionar sobre su participación digital y gestionar los impactos de estas dinámicas en su autoestima y bienestar emocional.

De igual forma se demuestra que las normas sociales y los roles desempeñados en plataformas digitales tienen un impacto directo en la forma en que los estudiantes construyen su autoconcepto. Las redes sociales funcionan como espacios de performatividad digital donde los usuarios diseñan cuidadosamente su imagen para alinearse con las expectativas sociales y las tendencias predominantes. Esta dinámica puede ser tanto positiva como negativa, por un lado, fortalece la conexión social y fomenta el sentido de pertenencia, pero, por otro, puede generar conflictos internos y estrés asociado a la necesidad de cumplir con estándares idealizados. Por lo tanto, se pudo evidenciar que, aunque algunos estudiantes logran desarrollar una postura crítica y reflexiva frente a estas influencias, sigue siendo crucial promover un uso consciente y equilibrado de las redes sociales para evitar que estas dinámicas afecten negativamente su percepción de sí mismos.

De hecho, el uso extendido de internet y las redes sociales entre los estudiantes de sociología refleja una integración casi total de estas herramientas en sus vidas cotidianas. Las plataformas más populares son WhatsApp, Facebook, Twitter e Instagram, las mismas que son identificadas como las más utilizadas por los estudiantes principalmente

para la conexión social, el entretenimiento y la construcción de una identidad virtual que responde tanto a intereses personales como a las demandas del entorno digital. Es así como el uso constante permite a los estudiantes explorar nuevas facetas de su identidad, aunque también plantea desafíos relacionados con la desconexión entre su vida digital y su realidad fuera del ámbito virtual. El fenómeno de la identidad virtual, al ser moldeado por la flexibilidad y adaptabilidad de estas plataformas, destaca la importancia de un enfoque reflexivo que permita a los estudiantes utilizar estas herramientas como medios para el crecimiento personal y profesional, sin sacrificar su autenticidad ni su bienestar. emocional.

Finalmente, las redes sociales no solo impactan la identidad dentro del ámbito digital, sino que también influyen en la capacidad de los estudiantes para integrarse socialmente fuera de este espacio. Aunque las experiencias en línea pueden proporcionar apoyo social y fortalecer la autoestima, también tienen el potencial de limitar las interacciones cara a cara y reforzar la dependencia tecnológica. Los estudiantes que logran establecer un equilibrio entre sus identidades digitales y reales muestran una mayor capacidad para adaptarse a distintos contextos sociales, mientras que aquellos que enfrentan dificultades en esta transición pueden experimentar tensiones y desafíos en su integración social. Este hallazgo subraya la necesidad de fomentar estrategias educativas y de concienciación que promuevan un uso equilibrado y crítico de las redes sociales, reconociendo tanto su valor como sus limitaciones en la construcción de una identidad sólida y funcional en diversos entornos.

5.2. Recomendaciones

En primer lugar, se recomienda implementar programas de uso digital en la carrera de sociología que permitan a los estudiantes desarrollar habilidades críticas para evaluar su participación en redes sociales. Estos programas deben incluir la reflexión sobre el impacto de las normas sociales, la idealización de las identidades digitales y los riesgos asociados con la comparación social. Al promover una comprensión más profunda de estas dinámicas, los estudiantes estarán mejor equipados para gestionar sus experiencias digitales de manera consciente, minimizando los efectos negativos sobre su autoconcepto y su bienestar emocional.

Así mismo, se recomienda realizar talleres o actividades que ayuden a los estudiantes a reflexionar sobre la relación entre su identidad virtual y su identidad fuera del ámbito digital. Estas actividades deben centrarse en fortalecer la autenticidad y la capacidad de los estudiantes para ser congruentes con sus valores personales en ambos contextos. Además, es importante incentivar espacios de interacción cara a cara que complementen las conexiones digitales, fomentando relaciones sociales más significativas y equilibradas.

Asimismo, incluir en los sílabos de materias específicas los temas relacionados con las redes sociales, la construcción de la identidad y el autoconcepto. Estos materiales deben abordar temas como la performatividad digital, la autoexpresión, la validación social y los desafíos asociados a la presión social. Esto no solo proporcionará a los estudiantes herramientas teóricas para analizar estas dinámicas, sino que también les permitirá aplicar este conocimiento a su vida cotidiana, promoviendo una participación más reflexiva en los entornos digitales.

Dado que el acceso desigual al internet y las redes sociales limita las oportunidades de algunos estudiantes, es crucial trabajar en estrategias que garanticen una conectividad más equitativa. Esto incluye la provisión de recursos tecnológicos en la universidad, así como la creación de políticas que faciliten el acceso a herramientas digitales para estudiantes en situaciones de vulnerabilidad. Al reducir la brecha digital, se fortalecerá la equidad en el acceso a los beneficios educativos, sociales y profesionales que ofrecen estas plataformas, contribuyendo a una formación integral y justa.

Bibliografía

Arroyave, M. (2018). Entornos digitales como espacios de participación para personas excluidas del sistema escolar. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos, 14*(2), 179-197. https://www.redalyc.org/journal/1341/134157078009/134157078009.pdf

Avilés,.M.R. (2017). El símbolo como ámbito de reflexión filosófica de la Sociología de la Educación. *Sophia: colección de Filosofía de la Educación, 23*(2), 101-120 https://doi.org/10.17163/soph.n23.2017.03

Beck, U. (1992). *La sociedad del riesgo. Hacia una nueva modernidad.* Paidós. https://www.gub.uy/sistema-nacional-emergencias/sites/sistema-nacional-emergencias/files/documentos/publicaciones/La%2Bsociedad%2Bdel%2Briesgo%2Bhacia%2Buna%2Bnueva%2Bmodernidad%20-BECK.pdf

Berger, P., y Luckmann, T. (2003). *La construcción social de la realidad.* Amorrortu. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3262960

Bourdieu, P. (1977). Estructuras, habitus, prácticas. En P. Menéndez. (Ed.). *El sentido práctico.* Les Éditions de Minuit. 85-106. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.smujerescoahuila.gob.mx/wp-content/uploads/2020/05/Bordieu%20-%20El%20sentido%20pr%C3%A1ctico-3_compressed.pdf

Butler, J. (1990). *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad.* Paidós. https://www.lauragonzalez.com/TC/El_genero_en_disputa_Buttler.pdf

Carabaña, J., y Lamo de Espinosa, L. (1978). *La teoría social del interaccionismo simbólico análisis y valoración critica.* Reis. https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/666889.pdf

Casillas, M., y Ramírez, A. (2016). *El Habitus Digital: Una Propuesta Para su Observación.* Recuperado el día 11 de agosto del 2024. https://www.uv.mx/personal/mcasillas/files/2016/10/habitusdigital-Coliquio-Bourdieu.pdf

Clark, A., y Chalmers, D. (1998). La mente extendida. Analysis, 58(1), 7-19. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-24502014000100011#:~:text=En%20La%20mente%20extendida%2C%20Clark,l%C3%ADmites%20de%20nuestro%20propio%20cuerpo.

Chela, J. N. (2023). *Las nuevas plataformas digitales y su efecto en la mercantilización del cuerpo femenino, caso ecuatoriano, en el año 2022*. [tesis de grado, Universidad Estatal de Bolívar]. Catálogo en línea UEB. https://dspace.ueb.edu.ec/handle/123456789/6594

Del Barrio Fernández, A. y Ruiz Fernández, I. (2014). Los adolescentes y el uso de las redes sociales. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 3(1), 571-576. https://www.redalyc.org/pdf/3498/349851785056.pdf

Díaz, M. (2020). *Las redes sociales y su impacto en la creación de identidades e imagen coporal.* [tesis de grado, Pontificia Universidad Javeriana]. Catálogo en línea en las mujeres universitarias estudio de Instagram. https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/52787

Dorando, M. (2003). Identidad narrativa e identidad reflexiva, *Revista Marplatense de Filosofía*, (7), 57-67. http://www.agoraphilosophica.com/Agora7/agora7-Michelini.pdf

Duque, C. (2010). Judith Butler y la teoría de la performatividad de género. *Colegio Hispanoamericano*, 85-95. https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4040396.pdf

Esnaola, I., Goñi, A. y Madariaga, JM (2008). EL AUTOCONCEPTO: PERSPECTIVAS DE INVESTIGACIÓN. *Revista de Psicodidáctica*, 13(1), 69-96. https://www.redalyc.org/pdf/175/17513105.pdf

Esteban, M., Nadal, J., y Vila, I. (2012). *La construcción narrativa de la identidad a través del conflicto y la ventrilocuación.* Recuperado el 24 de septiembre del 2024. https://marxismocritico.com/wp-content/uploads/2012/09/la-construccic3b3n-narrativa-de-la-identidad.pdf

García Murillo, A. C., y Puerta-Cortés, D. X. (2020). Relación entre el uso adictivo de Facebook y el autoconcepto en estudiantes colombianos. *Revista Virtual Universidad*

Católica Del Norte, (59), 27–44. https://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaUCN/article/view/1142

Gómez Urrutia, V., y Jiménez Figueroa, A. (2022). Identidad en la era digital: construcción de perfiles en redes sociales en adolescentes chilenos/as. *Convergencia Revista De Ciencias Sociales, 29*, 1-24. https://doi.org/10.29101/crcs.v29i0.17430

Granovetter, M. (1973). La fuerza de los vínculos débiles, *American Journal of Sociology*, 78(6), 1-20. https://www.redcimas.org/wordpress/wp-content/uploads/2012/08/m_MGranovetter_LAfuerzaDE.pdf

Habermas, J. (1981). *Teoría de la acción comunicativa, I Racionalidad de la acción y racionalización social.* Taurus Humanidades. https://pics.unison.mx/doctorado/wp-content/uploads/2020/05/Teoria-de_la_accion_comunicativa-Habermas-Jurgen.pdf

Hall, S. (1997). *Representación representaciones culturales y prácticas significantes.* SAGE. Publications. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://ayomenulisfisip.wordpress.com/wp-content/uploads/2015/08/hall-1997-representation.pdf

Hütt Herrera, H., (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. *Reflexiones*, 91(2), 121-128. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72923962008

Mota, M. (2017). *La teoría bourdieana sobre habitus para el análisis de la relación tic y estudiantes: fundamentos e implicaciones* [congreso], Congreso Nacional de Investigación Educativa, San Luis Potosí. https://comie.org.mx/congreso/memoriaelectronica/v14/doc/1398.pdf

Muros B., (2011). El concepto de identidad en el mundo virtual: el yo online. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado* , 14 (2), 49-56. https://www.redalyc.org/pdf/2170/217019031004.pdf

Ortíz Granja, D., (2015). El constructivismo como teoría y método de enseñanza. *Sophia, Colección de Filosofía de la Educación*, (19), 93-110. https://www.redalyc.org/pdf/4418/441846096005.pdf

Pardo, M., San Martín, A. y Cuervo, E (2019). La performatividad docente en el entorno digital de los centros escolares: redefinición del trabajo didáctico. *REIDOCREA*, 8(2), 6-18. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7205649

Peris, R., y Agut., S. (2007). Evolución conceptual de la Identidad social. El retorno de los procesos emocionales. *REME*, *10*(26), 1-11. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2580484

Puente, R. T. (2020). El método de encuesta. En A. Sánchez. (Ed.). *Los métodos de investigación para la elaboración de las tesis de maestría en educación*. (pp. 51-58). Pontificia Universidad Católica del Perú. https://repositorio.pucp.edu.pe/items/9509133a-a5d1-4594-baf4-c61775ea4b19

Redes sociales y Tweeter. (s.f). *Historia de las redes sociales: cómo nacieron y cuál fue su evolución*. Consultado el día 5 de septiembre del 2024. http://hector.marinruiz.com.mx/wp-content/uploads/TALLER-DE-ADMON-DE-REDES-SOCIALES-07-1017-2022-REDES-SOCIALES-Y-TWEETER.pdf

Ricoeir, P. (s.f). La identidad narrativa. Consultado el día 20 de septiembre del 2024. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://textosontologia.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/09/la-identidad-narrativa-paul-ricoeur.pdf

Rivera, S., e Ileana, G. (2008). Cultura digital y reconfiguración del habitus tecnológico. Reflexiones teóricas y filosóficas. *Razón y Palabra*, (64), 1-14. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520727011.pdf

Riverón, G. (2016). La cultura digital en la sociedad moderna. *RITI Journal*, 4(8), 1-6. https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7242782.pdf

Rojas, M. (2004). La creatividad desde la perspectiva de la enseñanza del diseño industrial en la Universidad Iberoamericana. [tesis de maestría, Universidad Iberoamericana]. Repositorio en línea. http://www.bib.uia.mx/tesis/pdf/014374/014374.pdf

Sain, G. (2015). *Historia del internet.* Consultado el día 4 de agosto del 2024. https://www.pensamientopenal.com.ar/system/files/2015/03/doctrina40745.pdf

Sampieri, R., Fernández, C., y Baptista, L. (2014). Definiciones de los enfoques cuantitativo y cualitativo, sus similitudes y diferencias. *RH Sampieri, Metodología de la Investigación, 22*.

Scandroglio, B., López J., y San José Sebastián, M. (2008). La Teoría de la Identidad Social: una síntesis crítica de sus fundamentos, evidencias y controversias. *Psicothema* 20(1), 80-89. https://www.redalyc.org/pdf/727/72720112.pdf

Serrano Puche, J. (2012). La presentación de la persona en las redes sociales: una aproximación desde la obra de Erving Goffman. *Análisis*, (46), 1-17. https://core.ac.uk/download/pdf/13323898.pdf

Sevilla Robles, M. A. (2020). *Resumen sobre internet.* Consultado el día 18 de agosto del 2024. http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/3088/1/Resumen%20del%20Contenido%20de%20la%20Unidad.pdf.

Vargas, R. (2014). Reflexiones teórico-metodológicas sobre el estudio de la identidad, a partir de las aportaciones de tres sociólogos clásicos: Marx, Durkheim y Weber. *Intersticios Sociales*, (8), 1-25. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-49642014000200002

Yáñez, R. (2010). La construcción social de la realidad. La posición de Peter L. Berger y Thomas Luckmann. *Dialnet*, *6*(2), 289-304. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3262960

Anexos

Anexo1.

Fotografía estudiantes cuarto ciclo



Nota: Encuestas realizadas a estudiantes de cuarto ciclo de la carrera de sociología

Anexo 2.

Fotografía estudiantes sexto ciclo



Nota: Encuestas realizadas a estudiantes de sexto ciclo de la carrera de sociología

Anexo 3

Fotografía estudiantes sexto ciclo



Nota: Encuestas realizadas a estudiantes de sexto ciclo de la carrera de sociología

Anexo 4

Fotografía estudiantes quinto ciclo



Nota: Encuestas realizadas a estudiantes de quinto ciclo de la carrera de sociología

Anexo 5. Formato de encuesta

ENCUESTA

Tema: "Autoconcepto e Identidad Virtual: El Papel de las Redes Sociales en la Formación de la Identidad de los Estudiantes de la Carrera de Sociología de la Universidad Estatal de Bolívar".

Estimado/a Estudiante,

La presente encuesta forma parte de una investigación que busca explorar cómo las redes sociales influyen en la formación de la identidad personal y autoconcepto en los estudiantes de la carrera de Sociología en la Universidad Estatal de Bolívar. Su participación es crucial para entender mejor este fenómeno en el contexto digital actual. Su colaboración consistirá en responder honestamente a una serie de preguntas que abordan diversos aspectos relacionados con su experiencia en redes sociales y cómo estas plataformas impactan su percepción de sí mismo/a. Sus respuestas serán confidenciales y se utilizarán únicamente con fines investigativos.

Agradecemos de antemano tu tiempo y contribución a este importante estudio.

1. **¿Cuenta con acceso a internet regularmente?**
   - Si
   - No
2. **¿Cuánto tiempo en promedio pasa conectado/a a internet por día?**

- Menos de 1 hora
- 1-2 horas
- 2-4 horas
- 4-6 horas
- Más de 6 horas

3. **¿Cuánto tiempo en promedio pasa usando redes sociales por día?**

- Menos de 30 minutos
- 30 minutos - 1 hora
- 1-2 horas
- 2-4 horas
- Más de 4 horas

4. **Del 1 al 5, siendo 5 la más alta y 1 la más baja, ¿con qué frecuencia cree que su actividad en redes sociales refleja su verdadera personalidad e identidad?**

1 2 3 4 5

5. **¿En qué medida considera que las interacciones sociales que recibe en redes sociales influyen en su autoconcepto y en la percepción de su identidad?**

- ☐ Mucho
- ☐ Bastante
- ☐ Algo
- ☐ Poco
- ☐ Nada

6. **Del 1 al 5, siendo 5 la más alta y 1 la más baja, ¿con qué frecuencia cree que su actividad en redes sociales refleja su verdadera personalidad e identidad?**

1 2 3 4 5

7. **¿Qué plataforma de redes sociales prefiere para comunicarse?**

- ☐ Facebook
- ☐ Instagram
- ☐ Twitter
- ☐ WhatsApp
- ☐ Otra

8. **¿Cree que la mayoría de las personas muestran una versión auténtica de sí mismas en sus perfiles de redes sociales?**

- ☐ Sí, la mayoría muestra una versión auténtica.
- ☐ No, la mayoría muestra una versión idealizada.
- ☐ Depende del individuo y del contexto.
- ☐ No estoy seguro/a.

9. **Del 1 al 5, siendo 5 la más alta y 1 la más baja, ¿Con qué frecuencia ajusta su contenido en redes sociales para que se ajuste a una imagen específica que desea proyectar?**

1 2 3 4 5

10. ¿Considera que las experiencias personales que comparte en redes sociales contribuyen a la construcción de su identidad personal?

- Sí, creo que mis experiencias compartidas en redes sociales reflejan aspectos importantes de quién soy.
- No estoy seguro/a, mis experiencias en redes sociales no afectan mi identidad personal.
- No, creo que mi identidad personal está separada de lo que comparto en redes sociales.

11. ¿Cómo cree que las historias personales que comparte en redes sociales afectan su autoestima?

- Aumentan mi autoestima al recibir apoyo y validación de otros.
- Pueden disminuir mi autoestima si comparo mi vida con las de otros en redes sociales.
- No tienen impacto en mi autoestima, ya que separo mi identidad de lo que comparto en redes sociales.

12. ¿Cómo valora su autoconcepto basado en su participación en redes sociales?

- Muy positivamente
- Positivamente
- Neutro
- Negativamente
- Muy negativamente

13. ¿En qué medida cree que la comparación con otros en redes sociales afecta su autovaloración?

- No afecta en absoluto
- Afecta levemente
- Afecta moderadamente
- Afecta significativamente
- No estoy seguro/a

14. ¿Cuáles son las principales razones por las que comparte contenido sobre usted mismo/a en redes sociales?

- Para mantenerme conectado/a con amigos y familiares.

- Para expresar mi creatividad y mis intereses.
- Para construir una imagen positiva de mí mismo/a.
- Para obtener validación y reconocimiento de otros usuarios.
- No comparto contenido sobre mí mismo/a en redes sociales.

15. ¿Qué estrategias utiliza más frecuentemente para presentarse de manera favorable en redes sociales?

- Selecciono cuidadosamente las fotos y publicaciones que comparto.
- Utilizo filtros o ediciones para mejorar mi apariencia.
- Escribo descripciones o biografías que reflejen aspectos positivos de mi vida.
- Etiqueto a amigos o lugares que refuercen una imagen deseada.
- No utilizo estrategias específicas para autopresentarme en redes sociales.

16. ¿Qué tan importante cree que es ser auténtico en las redes sociales?

- Muy importante
- Importante
- Neutral
- Poco importante
- Nada importante