

Prácticas comunicativas de los adolescentes cochabambinos en la mensajería instantánea y su relación con la configuración de sus identidades individuales

Ben Samuel Martínez Velásquez

Boliviano. Estudiante de 7º semestre de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social en la Universidad Católica Boliviana "San Pablo", regional Cochabamba, auxiliar de cátedra en dicha carrera.

bmbencho@hotmail.com

Resumen

Este artículo, basado en una investigación realizada en la ciudad de Cochabamba, describe las prácticas comunicativas de los adolescentes —los mayores usuarios de la mensajería instantánea (MI), la herramienta comunicativa con más uso en la era de la información— y la relación que existe con la configuración de sus identidades individuales. Se relacionan así los conceptos y construcciones de identidad con el uso masivo que realizan los adolescentes en la ciudad de Cochabamba de la MI. Para ello se consideran las percepciones que tienen éstos de este interfaz de comunicación, las repercusiones al interior del usuario como resultado de las interacciones comunicativas virtuales, y su contribución en la configuración —parcial— de identidades en las nuevas generaciones.

Palabras clave: prácticas comunicacionales, identidades, era de la información, mensajería instantánea)

Resumo

Este artigo, baseado numa pesquisa realizada na cidade de Cochabamba, descreve as práticas comunicacionais dos adolescentes —os maiores usuários da troca instantânea de mensagens (MI), a ferramenta comunicacional com mais uso na era da informação— e a relação que existe com a configuração das suas identidades individuais. Se relacionam assim os conceitos e construções de identidade com o uso massivo que realizam os adolescentes na cidade de Cochabamba da MI. Para isto se consideram as percepções que tem estes da interfaz de comunicação, as repercussões no interior do usuário como resultado das interações comunicativas virtuais, e sua contribuição na configuração —parcial— de identidades nas novas gerações.

Palavras Chave: práticas comunicacionais, identidades, era da informação, troca instantânea de mensagens.

Abstract

This article, based on an investigation carried out in the city of Cochabamba, describes teenager communication practices —the largest users of instant messaging (IM), the most widely used communications tool in the information age—and the relationship that exists in terms of configuring their individual identities. Identity concepts and constructions are thus linked to the massive use that teenagers make of IM in the city of Cochabamba. To that end, the ways they perceive this communications interface, the repercussions on the users themselves as a result of virtual communication interactions, and its contribution in configuring identities —partially— in the new generations are considered.

Key words: communication practices, identities, information age, instant messaging

Introducción

Las nuevas generaciones, en especial las digitalmente alfabetas, entiéndase integradas a la era de la información, se han apropiado de los medios de comunicación electrónicos para interactuar con sus semejantes, y en estos procesos han dado usos remozados a los instrumentos o herramientas en Internet, el principal medio de interacción en esta era.

Asimismo, diferentes grupos sociales reunidos por intereses comunes (edad, trabajo, pautas culturales, creencias, entretenimientos, etc.) han adquirido y manejan mejor las destrezas de algunas de estas formas comunicativas: e-mail, chat, juegos online, foros, grupos de discusión, según necesidades específicas. En este contexto, los adolescentes han convertido a la Mensajería Instantánea (MI, por sus siglas) en el mejor vehículo para intercomunicarse.

Los adolescentes son los mayores usuarios de Internet a escala mundial (Cf. THE RADICATI GROUP 2005) y en Bolivia (Cf. PNUD 2004). Por tanto, los estudios nacionales sobre las nuevas tecnologías de información y comunicación deben prestar atención al fenómeno desatado por la MI, considerando que las mismas personas que la usan son las que tienen mayor acceso a Internet (Cf. PNUD 2004). Esta tendencia muestra la importancia de la comprensión del uso extensivo que hacen las personas de la MI.

En la adolescencia, considerada la etapa de crecimiento en que las personas desarrollan una identidad que les permita definir quiénes son y encontrar un lugar dónde desenvolverse frente a un mundo desconocido, la comunicación es necesaria. Debido a las características propias de la MI, la cantidad de adolescentes que interactúan es cada vez mayor¹. Por tanto, este nuevo medio de comunicación —o si se quiere entender, esta nueva interfaz para la comunicación en Internet— tiene un rol importante en la configuración de las identidades individuales y colectivas de los adolescentes, que requieren de interacciones sociales para reafirmar sus conceptos personales y evolucionar a fin de convertirse en individuos adultos.

Este artículo descriptivo se basa en los resultados de una investigación realizada con adolescentes de 13 a 18 años de la zona central de la ciudad de Cochabamba². El estudio buscó comprender a la interfaz o “submedio de comunicación” (Cf. GUARDIA 2003) como un espacio para la configuración de las identidades individuales, componentes indivisibles de la denominada sociedad red (Cf. CASTELLS 2001:15) o sociedad de la información.

Para realizar aquella investigación se recurrió al nuevo paradigma de comprensión de la identidad, un aporte teórico diseñado por José Eduardo Rojas, investigador social nacional, asesor de la Estrategia Nacional de Tecnologías de Información y Comunicación en Bolivia (ETIC). Conceptualmente fue éste el centro de nuestra comprensión de la identidad, pero no el único. Su aplicación más importante fue proveer un proceso-guía que explica cómo se configuran las identidades humanas.

El propósito de este artículo es dar a conocer algunos aspectos del uso que le dan los adolescentes cochabambinos a la MI como un lugar que permite un reconocimiento personal, social y una relación con los otros, necesarios en el proceso de identificación. Para lograr este fin se han sistematizado los resultados en cuatro dimensiones: los mensajes en la MI, la percepción del nuevo interfaz de comunicación, las repercusiones incorpóreas para el individuo y la configuración de las identidades. Del mismo modo, antes de ingresar al desarrollo del trabajo se hace una revisión de los atributos de la concepción de identidad planteada por Rojas que fueron directamente utilizados en la investigación, a fin de contextualizar el análisis realizado.

1. Cómo comprender la identidad

La identidad, como un proceso dinámico de configuración y reconfiguración, presenta muchas facetas. Este trabajo centra su atención en la investigación, análisis y comprensión de una de éstas: la configuración de identidades en las interacciones comunicativas a través de interfaces como la MI.

Según el paradigma de comprensión de la identidad propuesto por Eduardo Rojas, se entiende a ésta

como un: “conjunto de prácticas y características personales, social e institucionalmente reconocidas que: facilita la interacción, el sentido de pertenencia y la cohesión social; altamente significativa, se construye en relación a modelos sociales (histórica y socialmente contruidos y transmitidos), tiene componentes objetivos, observables, verificables (registro civil) y componentes inasibles, subjetivos, cambiantes, dinámicos (actuaciones sociales), que definen sentidos sobre “ser y estar” en el mundo y en la vida misma” (ROJAS 2003a:9).

Por las características mencionadas, el proceso de configuración de identidades requiere de la interacción social (modelos sociales) para su configuración. Rossana Reguillo, dentro de un enfoque comunicativo, apunta esta situación y explica mejor: “La identidad no es una esencia... [...] se trata de un concepto relacional, que supone simultáneamente un proceso de identificación y un proceso de diferenciación, lo que implica necesariamente una tarea de construcción, la identidad se construye en interacción (desnivelada) con los otros, los iguales y los diferentes...” (REGUILLO 2000: 79-80).

Desde esta perspectiva, la identidad es un concepto relacional, volátil, que sólo existe ante el contraste con otras, que se configura y reconfigura continuamente en un proceso dinámico en el que —para lo que nos interesa aquí— juega un papel importante el uso de las nuevas tecnologías y la mensajería instantánea.

Rojas propone una serie de

características propias de la identidad, necesarias para entenderla:

1. La noción de identidad tiene un carácter altamente polisémico.
2. La identidad es resultado de un proceso complejo y dinámico de identificación.
3. Las identidades individuales y colectivas se definen por negación del (los) otro(s) sujeto(s).
4. Nadie tiene una y sólo una identidad.
5. Las identidades, o su expresión, no son fijas.
6. La identidad depende del contexto, el cual puede cambiar. La representación identitaria es utilizada y actuada según contextos e intereses definidos por las personas que las actúan. Existen tantas identidades como posibilidades de actuación” (Cf. ROJAS 2003).

Asimismo, plantea siete fases que ayudan a comprender el proceso de configuración de las identidades. De éstas, tres son aplicables a la MI y, por tanto, las mencionamos³:

a) **Construcción relacional** (alteridad), todo proceso de identificación instauro su propia alteridad, por ello “es necesario comprender que las condiciones que rigen la condición de toda identidad son la afirmación de una diferencia.

b) **Reconocimiento personal** (subjetivación), la identidad construida en la interacción social permite a las personas considerar una propuesta de actuación a ser “asumida” y “representada”. Este proceso resalta un momento —del proceso de identificación— estrictamente subjetivo por el que se asumen, actúan y reafirman las identidades.

c) **Reconocimiento social**, no sólo es necesario que las personas elijan y construyan sus propias identidades, sino que también debe existir un mínimo de reconocimiento social de dicha actuación (Cf. ROJAS 2003).

Aplicando el paradigma propuesto, podemos afirmar que en el espacio virtual la identidad se construye y representa subjetivamente por medio de entidades creadas de imágenes textuales (el nick, por ejemplo) o gráficas (como el avatar), cuya función es mostrar a las personas ante sus interlocutores. Estos elementos son “imágenes en la pantalla que usamos e

... la identidad es un concepto relacional, volátil, que sólo existe ante el contraste con otras, que se configura y reconfigura continuamente en

...

interpretamos como manifestaciones de un agente activo y personal. Esta atribución de sujeto es lo que nos permite pasar de la interactividad hombre-máquina a una interacción basada en la intersubjetividad” (Cf. NÚÑEZ 2004).

El primer paso para acercarse a las prácticas comunicativas online y las interacciones adolescentes es la inspección de los mensajes que se producen en la MI ya que éstos son, en definitiva, los que dan lugar a la interacción social, y se constituyen en insumos para comprender los procesos de configuración de identidades.

2. Los mensajes en la MI

La MI tiene su razón de ser en los envíos de mensajes escritos que se realizan de manera sincrónica entre dos o más personas cuando éstas deciden conversar a través de las ventanas que surgen para este fin. Los programas de MI están diseñados para ofrecer, por medio de sus componentes, todos los posibles elementos que simulen una comunicación directa. Cada propiedad o herramienta permite construir el mensaje en un momento determinado.

En el proceso de codificación de los mensajes se utilizan lenguajes verbales y no verbales. En sus orígenes, la mensajería instantánea fue el resultado de la hibridación de la capacidad referencial identificable del e-mail y la sincronía del chat⁴ y, por tanto, se basó en la comunicación verbal. Ahora ha sido complementada con elementos no verbales, como el lenguaje audiovisual, que le convierte en multimedia.

En las interacciones sociales a través de la mensajería instantánea prima la comunicación verbal. La comunicación no verbal cumple la función de contextualizar los mensajes representando la función expresiva del lenguaje y la función poética. La interconexión de estos lenguajes permite una comprensión de los mensajes más cercana a la comunicación natural.

2.1. Elementos de comunicación verbal

Entre los mensajes que hacen mayor uso del lenguaje verbal está el *nick*. Los *nicks* son los primeros mensajes que uno observa cuando entra al interfaz de la MI. Son la representación de la identificación del usuario, muchas veces convertidas en frases complejas y otras ocasiones, simplemente, descritas

en el nombre. “La flexibilidad en el número de caracteres permitidos en la MI permite al usuario reflejar más abiertamente los estados de ánimo, opiniones o rasgos de la personalidad que quiera destacar” (JIMÉNEZ y VELA 2004). Al respecto, se ha comprobado que mientras las adolescentes tienden a poner con mayor frecuencia mensajes que reflejan su estado emocional, los varones se limitan a mencionar su nombre o apodo en la vida real. Del mismo modo, esta práctica también varía con la edad. Los más jóvenes son propensos a describir sus sentimientos o estados de ánimos más veces que los mayores.

Otra herramienta adicionada al *MSN Messenger* que permite la emisión de un mensaje explícito es el *mensaje personal*. Antes de éste, muchos usuarios solían escribir después del nick alguna frase original o un pensamiento. El *mensaje personal* surgió para “oficializar” esta práctica, pero la nueva posibilidad de insertar como mensaje personal el nombre de la canción que el usuario escucha le ha quitado notoriedad, cediendo su lugar a esta última costumbre que es utilizada para expresar gustos musicales y, a veces, estados de ánimo a través de las canciones escuchadas.

Mediante las entrevistas y grupos focales realizados, se pudo constatar que el uso de la comunicación verbal es similar en todos los adolescentes, con apenas muy pocas diferencias. Respecto al lenguaje formal (gramática, idioma), el habla en el chat está dirigido hacia la sustitución de palabras extensas o complicadas por otros signos que significan lo mismo, pero que son más fáciles y rápidos de expresar —teclear— o más novedosos. El estilo formal o informal del lenguaje refleja la personalidad del sujeto y la presencia/ausencia de contracciones de palabras se asocia a la edad, en la que un lenguaje más estructurado es

propio de personas adultas; aspecto que también condiciona la confianza con la que se conversa.

Dentro las conversaciones los adolescentes utilizan un vocabulario juvenil, lleno de palabras con el énfasis propio de la edad. Éstas son las mismas palabras que ellos utilizan en su vida cotidiana y que sólo son trasladadas a la MI.

2.2. Elementos de comunicación no verbal

Los principales mensajes no verbales están representados por el *avatar* y los *emoticones*.

El *avatar* es un espacio para la representación de las identidades presente en la ventana principal del *MSN Messenger*, el mensajero más utilizado por los adolescentes y asociado de cierta manera con la juventud — a diferencia de otros mensajeros—. Es una imagen que se muestra en todas las ventanas de conversación y en la lista de amigos. El *avatar* está relacionado con un retrato, dibujo, fotografía, ícono, que interpela al usuario y que tiene la función de recalcar algún aspecto de sí mismo que le interese (Cf. JIMÉNEZ y VELA 2004). Cualquier imagen es susceptible de ser mostrada y, dependiendo de la intención del usuario sobre cómo ser identificado visualmente, cambia al instante en las ventanas de todos los “amigos” activos. Hay adolescentes que en su *avatar* muestran fotografías de sus “ídolos”, su cuerpo, automóviles, deportes o de sí mismos con amigos, etc., de manera estática y hay otras personas que cambian sus imágenes en una especie de exposición gráfica.



Los *emoticones*, si bien no tienen una participación directa en la comprensión del mensaje, son utilizados por los adolescentes para demostrar emociones y/o para remplazar todos los aspectos de la comunicación humana no verbales (tono de voz, gestos, sensaciones, etc.). Para los distintos géneros, los usos varían. Las adolescentes utilizan *emoticones* para expresar sus sentimientos con mucha frecuencia, incluso descargan *emoticones* nuevos que expresen mejor su lado subjetivo. Los varones prefieren no utilizarlos entre ellos. Si lo hacen, éstos sólo refuerzan el texto escrito. Si los chicos demuestran emociones, sólo se limitan a términos duros o malas palabras: “me emputa”. Sin embargo, en una conversación mixta, los varones usan *emoticones* para conectarse emocionalmente con las chicas. Los emoticones más utilizados son aquellos que comunican confusión, alegría, complicidad y rubor.

Los *zumbidos* son utilizados para llamar la atención en la conversación. En cierto modo, representan a la función fática del lenguaje, pues encauzan a los usuarios hacia la conversación. Los adolescentes estudiados no utilizaron esta herramienta, lo que significa que estuvieron atentos al proceso interactivo y respondieron con rapidez. Varias personas indicaron que cuando chatean le dan más importancia a la MI que a otras actividades que realizan simultáneamente, pero esta preferencia disminuye con la edad. Los mayores dan más importancia a otras tareas y prefieren sus momentos libres para chatear o disminuyen el número de conversaciones mientras navegan por la red, buscando información o haciendo trabajos.

2.3. Propósitos y temas de las interacciones

Los propósitos de las interacciones definen los temas que son abordados en las conversaciones en la MI. Estos propósitos son diferentes en las chicas y en los chicos.

Las conversaciones entre chicas comenzaron sin un propósito definido, pero pronto se orientaron hacia los temas sobre los que transcurrieron. En el caso de las adolescentes menores (15 años o menos), éstos fueron principalmente otras personas, en especial, parejas o chicos. Las mayores, a su vez, tienen un campo temático más amplio que incluye, en primer lugar, a otros chicos y, luego, el colegio, salidas,

notas, etc. Sin embargo, estos últimos no despiertan tanta inquietud como el primer tema, cuyas charlas eran intensas y extensas, de tal manera que se convertía —el tema— en el núcleo y objetivo de la interacción. El Proyecto Pew recogió este fenómeno similar en Estados Unidos: “Teens use IM to conduct sensitive conversations around romantic subjects⁵” (PI & ALP 2005:32).

Las conversaciones entre varones tuvieron un carácter instrumental, es decir, con un propósito determinado y, después de éste, muy poco diálogo, si no directamente la despedida. Las charlas no contaron ni con saludo. Castells confirma: “Los usos de Internet son fundamentalmente instrumentales y están estrechamente relacionados con el trabajo, la familia y la vida cotidiana de los individuos” (CASTELLS 2001:138). Los propósitos y temas más recurrentes eran tareas, fiestas, salidas y exámenes. El hecho de que los chicos se pregunten por temas escolares supone que estas personas interactúan a diario. La percepción de investigadores americanos es similar: la mayor parte de los adolescentes utilizan la MI para conversar con personas que conocieron en el colegio y que viven cerca, a pesar de que pueden utilizar otros medios de comunicación como el teléfono o la comunicación interpersonal (Cf. CARNEGIE PROJECT 2004:12). Por otro lado, entre varones no se trataron asuntos personales en ninguna de las conversaciones. Éste tampoco es un fenómeno nuevo, estos investigadores informaron que la mayor parte de los adolescentes tienen conversaciones con sus amigos, pero sin intimar demasiado (Cf. CARNEGIE PROJECT 2004:15). Este fenómeno no se ha creado en la red: evitar mostrar emociones —mediante los *emoticones*— y evadir diálogos de temas sensibles es parte de la construcción cultural que se ha hecho del género masculino.

Las conversaciones mixtas no tenían una dirección en su origen. Surgieron sin un propósito explícito. En este caso, los adolescentes no hacen elecciones sobre las personas con las que intentan conversar, sino conversan con las que están presentes (Cf. CARNEGIE PROJECT 2004:22). Casi todas las conversaciones incluyeron: “¿qué haces?” o preguntas parecidas y los mensajes fluyeron y cambiaron de acuerdo a las respuestas. Estas charlas giraron en torno a temas menos predeterminados y fueron las más largas pues tocaron varios temas. Si los chicos son fríos entre ellos, no sucede lo mismo en este caso. Los saludos son más cordiales y más extensos. También estas conversaciones tienen la mayor cantidad de emoticones y son más entretenidos. El

Proyecto Carnegie Mellon descubrió que: “IM seems to encourage mixed-sex communication among teenagers. In the Schianno et al. study (2002), younger teens reported that IM was especially useful when communicating with someone of the other gender” (CARNEGIE PROJECT 2004: 5)⁶.

Esta descripción e interpretación intenta acercarse a la verdad, pero no puede ser considerada definitiva. Cada elemento presente explica la tendencia que motiva a los adolescentes, sin generalizar para cada uno de ellos porque, finalmente, son los usuarios quienes deciden sus acciones. Sin embargo, se quiera o no, cuando cada adolescente cambia o modifica algún aspecto en su representación virtual lo hace porque tiene una intencionalidad. Los mensajes, los *nicks*, los *zumbidos*, las imágenes, el lenguaje, sirven para llamar la atención sobre la persona y ayudan a entenderla en una dimensión más subjetiva. “Internet es una extensión de la vida tal como es, en todas sus dimensiones y modalidades. Las vidas reales definen el modelo de interacción online” (CASTELLS 2001: 139).

3. La percepción del nuevo interfaz de comunicación

Existe un desconocimiento profundo que rodea el uso de la MI como interfaz comunicativo. Asociada a esta ignorancia, se ha producido una notable confusión del interfaz con otras formas de comunicación por medio de mensajes escritos: el envío de mensajes cortos (SMS: Short Message System) y el Chat.

En los adolescentes, la confusión —que se extiende a todas las edades— comienza con el nombre. Mientras la MI se percibe como un concepto lejano, el chat es entendido como algo cotidiano. Otra denominación que reconocen es:

“Messenger”, que sí relacionan a la MI, aunque después no pueden explicar cómo funciona, qué es o qué herramientas tiene. La similitud de los interfaces de la MI y el Chat ha provocado que el nombre de la MI sea obviado y ésta entendida como una nueva versión de aquel, lo que resultó en el mismo nombre para estos dos submedios de comunicación, a pesar de que el primero es componente de la segunda⁷.

Si la mensajería instantánea es la actividad más realizada en Internet, es, a la vez, muy poco reflexionada y pensada por la mayoría de sus usuarios.

3.1. Aspectos positivos y negativos del interfaz

Producto del conocimiento incompleto que existe de las herramientas no se aprovecha totalmente la MI. Los adolescentes de 16, 17 ó 18 años utilizan más opciones del interfaz que los menores de 15, pero ningún grupo conoce todas las posibilidades que le ofrece la aplicación. Los primeros usan, a veces, la videoconferencia o la conversación por voz. No es una práctica generalizada porque depende de muchas cosas: velocidad de conexión, cámara web, micrófono, etc., en cuanto a aspectos técnicos, y a la timidez, vergüenza, etc. que varía según los usuarios. Estos usuarios son, principalmente, quienes buscan nuevos programas adicionales para mejorar las prestaciones del *Messenger*, pero estos programas también son subutilizados, ya que los adolescentes sólo se enfocan en explotar los atributos que se relacionan con las propiedades básicas del *Messenger* (*nick*, *avatar*, *emoticones*, etc.).

Si la mensajería instantánea es la actividad más realizada en Internet, es, a la vez, muy poco reflexionada y pensada por la mayoría de sus usuarios.

A pesar de todo, la MI tiene muchos aspectos positivos para sus usuarios. Es más accesible que otros medios, es instantánea y más rápida que el e-mail y es más barata que los mensajes por celular (SMS). Los adolescentes también mencionaron la comodidad para encontrarse con sus amigos sin salir de casa si se tiene una conexión domiciliaria, el poder hablar con varios de ellos sin complicación por el permiso o el dinero y la posibilidad de estar el tiempo online que se desee. Estas ventajas hacen que los jóvenes utilicen la MI con tanta frecuencia, porque es positivo para ellos; pero los adultos que no usan la MI mucho y no la entienden consideran estos mismos aspectos como negativos porque provoca la pérdida del tiempo, afirmó un adolescente entrevistado.

Por otro lado, una desventaja de la MI percibida por los adolescentes es la falta de seguridad de saber con qué persona estaban conversando. A pesar de que podían identificar a su amigo por su correo electrónico, no podían determinar si en realidad era éste u otra persona con su contraseña. Asimismo, cuando se conversaba con alguien de confianza no se conocía con quiénes estaba esta persona. El sentimiento producido por esta situación, si ocurría, era una profunda decepción por el interfaz.

Otros aspectos negativos señalados fueron: el cambio de identidad que ocurre cuando se integra el componente anónimo del chat con el de la identificación permanente de la MI, y la adicción a Internet o a la MI, no obstante que consideran normal estar conectado en el *Messenger* por bastante tiempo (la adicción sería estar todo el tiempo).

Los adolescentes menores recalcaron como cualidad positiva que la MI permite un trato impersonal, lo que facilita la interacción con personas del sexo opuesto. Los adolescentes mayores, contrariamente, mencionaron la impersonalidad como un atributo negativo, ya que facilita la hipocresía de los interlocutores. Estos últimos, por esta razón, prefieren tratar sus temas personales e íntimos de una forma oral y directa.

3.2. Preferencia de la MI como interfaz y de otros interfaces

La MI sólo es una herramienta de comunicación más, pero ha adquirido mayor importancia en los últimos

años. Distintas razones han sido expuestas para explicar la preferencia por la MI. Éstas se basan en un motivo básico: la necesidad de comunicarse e interactuar en todo momento. Los adolescentes estudiados no mencionaron ningún aspecto comunicativo o social especial como la razón primordial para la interacción por la MI. Sólo hablaron de estos aspectos cuando se les preguntó específicamente sobre estos tópicos. La explicación más frecuente para explicar el uso que le dan a la MI fue: “para charlar”.

Las razones para el crecimiento de la MI se basan, a decir de Marcelo Guardia, en la accesibilidad que tiene Internet como medio de comunicación. Éste sugiere no confundir los propósitos que tienen los adolescentes: comunicarse, buscando otras explicaciones al flujo de interacciones en la MI.

Eduardo Rojas comparte este criterio y considera que cualquier herramienta de comunicación cumple las mismas funciones sociales y, por tanto, son las facilidades de acceso —que varían de un medio a otro— las que determinan qué medio de comunicación es más utilizado.

Sin embargo, hay otros elementos que no favorecen al uso de la MI en los adolescentes. El principal es la sensación de lejanía emocional experimentada por los interlocutores, motivada por la ausencia de una respuesta íntegra pues el texto escrito no puede suplir a la comunicación interpersonal directa con sus gestos, tonos de voz, etc. A esto se suma la desconfianza por el interfaz y el hecho de hablar con personas con quienes se tiene muy poco contacto en la vida cotidiana, lo que no favorece a una apertura.

En cambio, cuando se conversa con algún amigo conocido estos factores no importan tanto ya que los sujetos hablan de la misma manera que si estuvieran en el mismo lugar, siendo capaces de recrear para sí mismos sentidos de comunicación kinésica y proxémica sin sentir la diferencia del medio.

Vencidas las dificultades, los adolescentes consideran a la MI como una herramienta que ayuda a mantener los contactos por más tiempo. En algunos casos, las personas con quienes se conversa mediante la MI no son las mismas personas con las que se interactúa todos los días en espacios físicos reales.

Los otros interfaces de comunicación en Internet sólo son conocidos por referencia, siendo el e-mail (para el envío de mensajes personales de manera regular) y

el chat los únicos utilizados después de la MI, aunque en proporción mínima. Esperar que algún conocido entre a una sala de chat para comunicarse, intercambiar información o distraerse puede explicar por qué los jóvenes no utilizan este interfaz. Los adolescentes estudiados argumentaron no conocer los demás interfaces y mostraron poco interés en utilizarlos. Además, cada uno responde a diferentes necesidades que ellos no comparten estos momentos o que satisfacen de otras maneras.

4. Repercusiones incopóreas en el individuo

La existencia simbólica de beneficios para los adolescentes es el trasfondo que guía a las interacciones entre ellos. Esto sucede aun cuando los usos que éstos le dan a la MI son instrumentales, pero, indudablemente, con un estímulo interno que motiva la utilización de estas nuevas tecnologías.

Para Rojas, un beneficio asociado al uso de la MI es que ésta agrega “valor simbólico al hecho de ser joven tecnológicamente adaptado a las sociedades contemporáneas” (Entrevista a Rojas, 05/11/05), explicación aplicable también como una causa para la interacción en cualquier nueva tecnología de comunicación.

Cada adolescente, mediante la negación de las personas que no experimentan la tecnología, se recluye y se autoafirma como adolescente (que es un **reconocimiento personal**); ahí la importancia de utilizar la MI e incluso sólo ciertas aplicaciones clientes.

Por otro lado, en la MI los adolescentes experimentan una falta de seguridad emocional — afectiva, elemento que limita su interacción y,

por tanto, sus actuaciones a pocas personas, aunque en sus listas de contactos tengan 100 ó 200 amigos. Después de un tiempo, los adolescentes prefieren hablar sólo con las personas con que mejor se llevan en la vida real o, bien, encuentran personas con quienes no hablan mucho en la cotidianidad, pero con quienes conversan en la MI, creando nuevas asociaciones. Si no tienen intereses similares o algún interés específico, o si no son interpelados por la interacción con otro usuario, no comparten aspectos emocionales en la MI.

La falta de seguridad sobre la identidad de los contactos es un factor que influye para la poca expresión de emociones en este interfaz. Del mismo modo, sus matrices culturales intervienen para modificar sus actuaciones. Los varones, por ejemplo, no se arriesgan: “No utilizo emoticones cuando hablo con otro chico porque se ve medio maraco” (Grupo focal 1, 30/10/05). En una conversación entre una chica y un chico, al contrario, los varones no escatiman *emoticones* para quedar bien con la chica y conectarse emocionalmente con ella (esta actuación puede ser favorecida por el aspecto impersonal de la MI) que, para ellos, es un reflejo de las prácticas comunicativas naturales.

Como en las conversaciones no se tocan temas que incluyan aspectos personales, con muy poca frecuencia existe un apoyo psicológico en medio de las interacciones de la MI. A esto se relaciona que los adolescentes, muchas veces, cuando hablan de estos temas, no pueden asegurarse si la otra persona entiende y le importa.

También se puede considerar el reconocimiento, y la inclusión del adolescente a la categoría de ser tecnológicamente moderno y actualizado, como un elemento que modifica la autoestima (y el **reconocimiento personal y social**) de estos usuarios. Así se explica por qué hay adolescentes –aunque pocos– que navegan múltiples horas buscando las últimas adiciones (nuevos guiños, sonidos, caracteres, etc.) del *Messenger* para mostrarlas en sus conversaciones (aunque, como se dijo, otras herramientas de este interfaz son subutilizadas). Otro elemento que influye la autoestima fue descrita por investigadores americanos: “The IM Buddy List (BL) could create a sense of security through a large list of contact screen names that teens accumulate” (CARNEGIE PROJECT 2004: 6). Para Rojas, es indudable que tener más contactos ayuda a que una persona se sienta más popular, pero esto tendría sentido si se publicara la cantidad de contactos que cada usuario tiene. Más que esto, explica, el valor simbólico está en el uso que uno le da al interfaz. Luego, para este fin parece más efectivo estar siempre en línea, que de hecho pasa con algunos adolescentes.

Por último, Uberhuaga et al. explican que “el concepto de apropiación de las nuevas TIC refiere a cómo se está integrando la tecnología en la vida de los jóvenes y en sus prácticas culturales” (Cf. UBERHUAGA et al. 2004). Los adolescentes han introducido e incorporado pensamientos y conceptos propios de la MI en su vida cotidiana. Muchas palabras han sido transpuestas a la vida real, especialmente las contracciones escritas, tan populares entre los usuarios más jóvenes; pero no sólo las palabras: “Cuando con tus amigos dices: nos vemos a las cinco, y no mencionas un lugar, todos entienden que te refieres al *Messenger* (Grupo focal 1, 30/10/05). El mismo fenómeno de buscar nuevas herramientas básicas: guiños, *emoticones*, *avatares* (incluso hay adolescentes que se hacen sacar fotografías especiales para este fin) demuestra que aun dentro de su conocimiento incompleto de la MI, buscan impactar al máximo en sus interacciones. Ellos consideran a este interfaz indispensable para el mantenimiento de relaciones sociales. Guardia, a propósito de este tema, reduce la subordinación de la comunicación en adolescentes en la MI y argumenta que ésta sólo es una herramienta y si no existiera, se utilizarían otros espacios o herramientas que cumplan las mismas funciones sociales.

“Nadie tiene una y sólo una identidad”

5. La configuración de las identidades

“El objetivo psicosocial del adolescente es la evolución desde una persona dependiente hasta otra independiente, cuya identidad le permita relacionarse con otros de un modo autónomo” (ENCARTA: Adolescencia, 2004).

Por todo lo expuesto, podemos afirmar que la construcción y configuración de las identidades es necesaria para los adolescentes y, de igual manera, la MI no sólo brinda o ayuda a conformar valores simbólicos, sino que es una herramienta comunicativa —como todas las demás— que tiene su parte en la configuración individual de las identidades de los adolescentes.

La identidad es considerada como un dispositivo que permite la vida en sociedad. Tiene una alta capacidad polisémica, significativa y de articulación simbólica, que condensa el sentido de pertenencia a una colectividad, es atendida como dinámica y socialmente construida, que posibilita la definición de sentidos en la interacción social en contextos específicos y cuyo tratamiento se encuentra estrechamente relacionado con la “acción” e “interacción social” en las sociedades a las que pertenecen los individuos. (Cf. ROJAS 2003: 6,7 y 8).

Es, culturalmente, una propiedad diferenciadora e integradora en cualquier ente, una o un conjunto de características que posee una persona y que a la vez que le diferencian de otros que no poseen estas características, le integra, aunque la persona no tenga conciencia de esto, a un colectivo con quienes comparte alguna de sus características.

Esta realidad se hace presente en la MI con los adolescentes. Siguiendo el paradigma propuesto por Rojas, los tres estadios componentes del proceso de construcción de la identidad —que no son necesariamente momentos secuenciales, sino casi simultáneos— que tienen lugar en la MI son:

5.1. Construcción relacional (alteridad)

La construcción relacional se produce todo el tiempo a través de las diferencias. Aunque estas diferencias pueden ser mínimas, varían entre cada usuario (porque este proceso sólo puede ser individual) y muestran ciertos elementos que exponen con claridad los contrastes, primer paso para lograr el reconocimiento (si todos fueran iguales, ¿qué habría que reconocer?).

Como apuntó Reguillo, éste es un proceso relacional que necesariamente se construye en interacción con los iguales y los diferentes (Cf. REGUILLO 2000: 79 y 80). Así, el *nick* con que se inicia sesión es propio de una persona y que, por un ejercicio de diferenciación, permite conocer a la persona con quien se interactúa. El *avatar* es otro elemento que sostiene la construcción relacional de la configuración de las identidades en relación con los otros. Asimismo, su volatilidad representa continuamente la reconfiguración de las identidades que sufre la persona, producto de la interacción con otros usuarios. Rojas confirma: “Las identidades, o su expresión, no son fijas” (ROJAS 2003:10).

La dirección de e-mail es el único elemento diferenciador que no puede ser cambiado a lo largo de la interacción virtual por la MI. Por ello, la noción de identidad en la MI va ligada a la dirección de e-mail, único referente para el ingreso a los programas mensajeros, aunque se ha observado que muchos adolescentes tienen varias cuentas de correo y varían su identidad de acuerdo a la cuenta que utilizan (Cf. CARNEGIE PROJECT 2004). En este descubrimiento encontramos una de las atribuciones de la construcción de la identidad. “Nadie tiene una y sólo una identidad” (ROJAS 2003:10).

Aunque hayan varios usuarios que utilicen dos o más correos para interactuar, una vez que entren a la MI con una dirección definida, para quienes conversen con ellos, siempre tendrán un rango limitado de actuaciones en cuanto a su identidad. Están limitados y esas actuaciones son identificables, dejando de ser anónimos. La limitación de actuaciones se produce en base a las matrices culturales. “Ésas son las que definen el tablero en el que juegan las identidades, pero las

matrices tampoco son estáticas; son dinámicas, pero más ancladas estructuralmente” (Entrevista a Rojas, 05/11/05).

Otros aspectos que pueden ser diferenciadores en la construcción relacional son los estilos y tamaños de letras, los *emoticones* y su uso, los zumbidos, el color de la ventana, el mensaje personal, etc. Cualquier uso de estas opciones depende de la intencionalidad diferenciadora que exista.

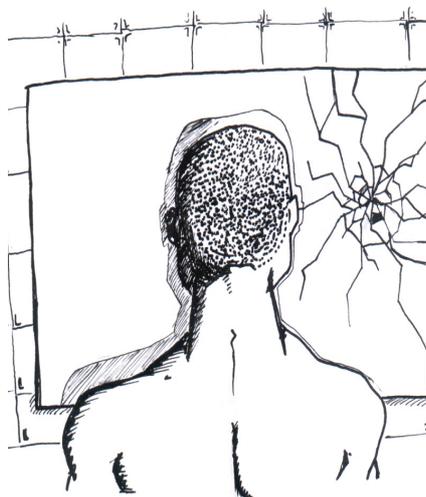
5.2. Reconocimiento personal (subjetivación)

La actuación de las identidades se da en la mensajería instantánea continuamente. La

investigadora americana Turkle determinó que las identidades en la red son múltiples (Cf. TURKLE 1997:22). El motivo para estos cambios son los intereses individuales que cambian de acuerdo al contexto de la interacción (Cf. ROJAS 2003:10).

Marcelo Guardia identifica las mismas razones: “Depende de las intenciones de la persona. Para ingresar a ciertos espacios de interés puede cambiar su identidad... [...] Muchos tienen una identidad cultural en la vida real que no tienen en la vida virtual, aunque es más difícil que en el caso de la MI cambien porque son conocidos. Sólo los desconocidos tienen la posibilidad completa de cambiar totalmente de identidad” (Entrevista a Guardia, 03/11/05). Guardia también expresa que, debido a esto, la MI limita la práctica cultural de las actuaciones (o máscaras), aunque no la termina.

Rojas, al respecto, explica que “el ‘ejercicio’ y ‘configuración’ de las identidades es móvil, cambiante y



cotidianamente construido, según las ‘necesidades’ propias de cada persona... [...] La ejerces y configuras según tus necesidades... [...] En el uso del MSN puedes ver cómo ese ejercicio es dinámico y estratégico” (Entrevista a Rojas, 05/11/05).

Para estos dos teóricos, las necesidades y las intenciones son los móviles para la actuación de los diferentes personajes en la mensajería instantánea. Es el caso de los emoticones entre las chicas y los chicos, por ejemplo.

Los adolescentes no pueden dejar de tener actuaciones que, a la vez que niegan a los otros, reafirman sus propias identidades. Guardia y Rojas comparten este criterio. “Uno no puede dejar de tener sus máscaras. Sólo muy pocos que lo conocen saben cómo es él [hablando de cualquier persona] en realidad, pero mientras no pase esto sólo se ven las máscaras... [...] Todos tenemos máscaras en nuestra vida, no es que vayamos a la Internet y tengamos máscaras sino que tenemos desde siempre para actuar en cualquier espacio y de la misma manera podemos tener máscaras en la Internet” (Entrevista a Guardia, 03/11/05).

Por tanto, los adolescentes no sólo llevan sus identidades de la vida real a Internet a pesar de que, por lo general, pueden ser identificados con facilidad. También pueden crear en ellas múltiples identidades que trasladen a su vida cotidiana. Estos dos fenómenos producen que sus actuaciones sean coherentes no en un ámbito sincrónico, sino secuencial. Es decir, identidades que, dentro o por sus matrices culturales, no pueden cambiar sustancialmente en el transcurso del tiempo una vez iniciada o presentada una identidad con alguna persona para no producir una regresión del reconocimiento aprehendido por los otros, siendo esta condición la que caracteriza la configuración de las identidades individuales en la MI, a diferencia de otros submedios de comunicación presentes en la Internet.

5.3. Reconocimiento social

El reconocimiento social, según Rojas, es el tercer elemento necesario para la construcción de la identidad. Si existiera una construcción relacional y un reconocimiento personal y no hubiera reconocimiento social, de qué serviría todo el proceso, la identidad no reconocida no es identidad.

En la MI, el *nick* es el primer instrumento de reconocimiento social visible en la lista de amigos. Provee de un reconocimiento no sólo abstracto, sino en un aspecto mucho más subjetivo. Otro elemento que permite el reconocimiento social es el perfil asociado a la dirección de correo para que otros usuarios puedan encontrar datos, blogs, fotografías y toda la información que una persona quiera publicar.

Jiménez y Vela, sobre las herramientas que permiten un reconocimiento personal y social a la vez, como función principal, exponen que: *“Esta doble capacidad de personalización de la herramienta, mediante la transformación de la manera en que el sujeto percibe la interacción y cómo la perciben los demás, permite definir un espacio que refleja de manera más estable e íntima la identidad. El nick, la imagen, el perfil, constituyen una forma de estar, de expresar a los que pertenecen a nuestro grupo determinados aspectos de nosotros mismos a la vez que nos permiten recrear diferentes dimensiones de la interacción. Los usuarios más jóvenes, sobre todo, han encontrado en los recursos ofrecidos por los programas de mensajería instantánea una manera eficaz de comunicarse con otros, explotando al máximo las posibilidades de individualización que esta herramienta ofrece”* (JIMÉNEZ & VELA 2004).

Esta individualización es la parte esencial del proceso de diferenciación y negación que caracteriza a la configuración de las identidades individuales. Los adolescentes, para llegar a su reconocimiento personal, se individualizan, aunque sólo sea en los pocos elementos del interfaz que los adolescentes cochabambinos explotan para contrastarse con los demás.

¿Y el espacio virtual puede ser considerado como el nuevo espacio de reconocimiento social? Guardia afirma que la MI no puede suplir otras formas de reconocimiento, sólo puede reforzarlas, y que tiene su acción en dos aspectos: puede reafirmar la identidad de la persona o puede modificarla, siendo éstos también parte de los procesos de reconocimiento social que uno necesita para construir su identidad (Entrevista a Guardia, 03/11/05).

Rojas recuerda que las TIC son sólo herramientas, que si bien son importantes, principalmente pueden ayudar a tener un poco de reconocimiento social pero no pueden suplir al sistema social porque el reconocimiento está basado en éste y en sus normas, valores, culturas (Entrevista a Rojas, 05/11/05).

El uso de las TIC puede ayudar a mejorar o fortalecer el reconocimiento en el sentido que se requieren nuevas sensibilidades, habilidades y conocimientos

para utilizarlas (los valores simbólicos). Para este autor, la MI puede suplir la vida cotidiana, ya sea real, virtual, territorial, etc.

Estas prácticas también están asociadas al discurso de la globalización, de conexión al mundo y de interacción en tiempo real (saber manejar Internet, usar la tecnología). También se puede encontrar en todos estos valores simbólicos, cuando son utilizados como instrumentos de dominación simbólica (explicados por Bourdieu), elementos muy poderosos en el proceso de reconocimiento social.

La accesibilidad determina que sea este espacio y no otro el elegido por los adolescentes para reforzar el reconocimiento social. Guardia dice: “Si no hubiera MI, como no hubo antes, se encontraría nuevos espacios de reconocimiento social porque es necesario que existan para construir la identidad. La MI facilita las identidades múltiples, por tanto más acceso a grupos” (Entrevista a Guardia, 03/11/05). Rojas también advierte a no creer que la mensajería instantánea construya identidades. “Con el MSN comunicas, por la comunicación construyes, cambias información... si me resulta más fácil hacerlo por video conferencia, lo haré, si me resulta más fácil hacerlo por paloma mensajera lo haré, si necesito hacerlo en vivo lo haré y si el MSN me es útil, lo usaré” (Entrevista a Rojas, 05/11/05).

La identidad, en la práctica, no puede ser manipulada de cualquier manera, a pesar de que siempre que dos personas interactúen, crearán y modificarán el contexto de acuerdo a sus acciones, cambiando el centro de su ejercicio de identidad. Entonces, el contexto (que no es fijo, sino dinámico como la identidad estratégica) y, por tanto, las prácticas culturales cotidianas que no tienen como fin cambiar las matrices culturales, las cambiarán, produciendo una cultura dinámica, pero coherente.

Notas

- 1 Los medios de comunicación dan cuenta de esto. Por ejemplo, búscase en Google Noticias las siguientes palabras: "Messenger" y "adolescentes" y se verá la cantidad de noticias que refieren a esta situación, junto con algunos detalles estadísticos más (sus usuarios tienen el mayor índice de crecimiento).
- 2 La zona central de la ciudad de Cochabamba ha sido considerada como un espacio mixto donde confluyen personas de estratos socioeconómicos altos, bajos y medianos; estos últimos son la mayoría.
- 3 La información presentada está resumida de los diferentes ensayos y artículos escritos por Rojas mencionados en la bibliografía.
- 4 La similitud con el Chat ha provocado la confusión que existe entre éste y la MI de tal manera que para expresar la acción que se realiza en los programas de ambos conceptos se dice indistintamente: "chatear" o bien: "nos vemos en el Chat".
- 5 "Los adolescentes usan la MI para tratar conversaciones sensibles sobre temas románticos". Traducción propia.
- 6 "La MI parece animar las conversaciones de género mixto entre los adolescentes. En el estudio de Schianno et al. (2002), los adolescentes más jóvenes reportaron que la MI era especialmente útil cuando se comunicaban con alguien de otro género". Traducción propia.
- 6 A saber, como dice Turkle, "en IRC uno se inventa un nombre o un título y entra a formar parte de cualquiera de los miles de canales en los que se debaten diferentes cuestiones. Cualquiera se puede conectar a un nuevo canal en cualquier momento" (TURKLE 1997: 227). En la MI sólo se puede conversar con personas conocidas y no existen canales (es decir, canales de Chat), sino una lista de contactos. "Los círculos sociales alrededor de la mensajería instantánea se diferencian de las comunidades virtuales creadas en otros usos de la red porque no son efímeras en lo que respecta a los participantes" (CASTELLS 1996: 395).

Bibliografía

- ANDRADE, Fernando (2003). Dossier de la materia de Procesos Comunicacionales de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social, Universidad Católica Boliviana. Cochabamba.
- CASTELLS, Manuel (2001). La galaxia Internet. Ed. Plaza y Janes. Barcelona. Traducción por Raúl Quintana.
- (1996). La era de la información: economía, sociedad cultura. Vol. 1. La sociedad red. Editorial Alianza, Madrid. Traducido por Carmen Martínez Gimeno.
- CARNEGIE PROJECT: BONEVA, Bonka et al. (2004). Teenage Communication in the Instant Messaging Era. Carnegie Mellon University. En: <www.cs.cmu.edu/~kraut/RKraut.site.files/articles/Boneva04-TeenCommunicationInIMEra.pdf> (24/07/06).
- MICROSOFT CORPORATION (2002). Enciclopedia de consulta Microsoft Encarta
- GUARDIA, Marcelo (2003). INTERACCIONES: la dimensión comunicacional de la cultura. Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra UPSA. Santa Cruz.
- (2005). Irrupción y proyecciones de los estudios de recepción en Bolivia. Artículo publicado en la Universidad Católica Boliviana. Cochabamba.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA – BOLIVIA (2001). Cochabamba: Indicadores Sociodemográficos por Ciudades Capitales, Censos de 1992-2001 y Zonas Censales, Censo 2001. En la dirección electrónica: http://www.ine.gov.bo/PDF/IndicadoresSocioDemograficosCiudades/3_COCHABAMBA.pdf
- JIMÉNEZ, Juan Julián; VELA, Cristina (2004). La transformación de la experiencia virtual a través de la mensajería instantánea. En http://www.cibersociedad.net/congres2004/grups/fitxacom_publica2.php?grup=15&id=407&idioma=ca (24/07/06).
- LEE, Christine (2003). How Does Instant Messaging Affect Interaction Between the Genders?. The Mercury Project for Instant Messaging Studies, 2003. Stanford University. California. En: <www.stanford.edu/class/pwr3-25/group2/pdfs/IM_Genders.pdf> (24/07/06).
- MÁRQUEZ, Juan (2003). The Effect of Instant Messaging in the social lives of students within a college dorm. The Mercury Project for Instant Messaging Studies. Stanford University. California. En: <http://www.stanford.edu/class/pwr3-25/group2/pdfs/IM_Social.pdf> (24/07/06).
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN DE BOLIVIA (2005). Población Escolar, departamental por municipio. Cochabamba: Número de alumnos por nivel de educación y grado, según municipio y sexo. Información estadística en: <http://www.minedu.gov.bo/estads/dossie/parte1/poblacion_escolar/cochabamba.html>
- NÚÑEZ, Francesc et al. (2004). La actuación de la identidad online: Estrategias de representación y simulación en el ciberespacio". Universitat Oberta de Catalunya. IN 3. Bilbao. En: <http://cv.uoc.edu/~grc0_000199_web/pagina_personal/Gircom_ciberart_def.doc> (24/07/06).
- PEW INTERNET & AMERICAN LIFE PROJECT. (2005). Teens and technology. Youth are leading the transition to a fully wired and mobile nation". Editado por Lenhart, Amanda. Washington DC. En: <http://www.pewinternet.org/pdfs/pip_teens_tech_july2005web.pdf> (24/07/06).
- (2004). How Americans use instant messaging". Editado por Shou, Eulynn. Washington DC. En: <http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Instanmessage_Report.pdf> (24/07/06).
- PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO (2004). Interculturalismo y Globalización: La Bolivia posible. Informe nacional de Desarrollo Humano 2004.
- REGUILLO, Rossana (2000). Identidades culturales y espacio público: un mapa de los silencios". En: Diálogos de la Comunicación.

Octubre, N° 59-60. X Encuentro Latinoamericano de facultades de Comunicación Social. Lima Perú.

ROJAS, José Eduardo (2003a). Adolescencia y/o Juventud, del paradigma de Situación Irregular y Atención Integral al paradigma de Interacción Generacional. III Congreso Nacional de comunicación y Salud. Cochabamba.

- (2003b). El derecho a la identidad... apuntes para una articulación teórica práctica. Publicada por el Defensor del Pueblo de Bolivia. Ed. GRECO. La Paz.
- (2000). Genealogando: "generaciones dialogando". Una propuesta de sociedad en torno a las relaciones trans-generacionales.
- (2004). La configuración de identidades en contextos contemporáneos. Primer encuentro de estudios sobre masculinidades (La Paz, noviembre de 2004).
- (2000). La construcción del ejercicio de la ciudadanía en jóvenes estudiantes de secundaria de la ciudad de la Paz. Tesis elaborada para obtener el título de licenciatura en Sociología. UMSS. Cochabamba.
- (2002). Personajes populares en la narrativa juvenil en torno al ejercicio de la sexualidad. Centro para Programas de Comunicación. Memoria del II Congreso Nacional de Comunicación y Salud. La Paz.

SCHIANNO, Diane (2003). Teen use of Messaging Media. AT&T Labs West Computer Science Department. Stanford University. California. En:
<www.cs.cmu.edu/~kraut/RKraut.site.files/articles/Boneva04-TeenCommunicationInIMEra.pdf> (24/07/06).

THE FREE DICTIONARY BY FARLEX (2005). MSN – What does MSN stands for? En:
<<http://acronyms.thefreedictionary.com/MSN>> (08/11/05).

THE RADICATI GROUP, INC (2005). Instant Messaging Market, 2005-2009. Palo Alto, California. En:
<http://www.radicati.com/uploaded_files/news/IM_PR.pdf> (24/07/06).

TURKLE, Sherry. (1997). La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet. Ed Paidós Ibérica, S.A. Barcelona.

TYLER, T.R. (2002). Is the Internet Changing Social Life? It seems that More Things Change, the More They Stay the Same. Journal of Social Issues. Vol. 58, NO. 1, 2002, pp. 195-205. En:
<<http://www.bbk.ac.uk/manop/management/forstudents/docs/ecomstratp/ESPInternet&sociallife.pdf>> (24/07/06).

UBERHUAGA, Patricia; ARRATIA, Orlando; GARCÍA, Mariela (2005). Entre lo colectivo y lo individual. El puente de transición de las identidades de los jóvenes en el uso de Internet. Cuadernos de Resumen, Programa de Investigación Estratégica en Bolivia. La Paz, 2005.