

COMUNIDADES VIRTUALES, GÉNERO E IDENTIDAD EN JÓVENES UNIVERSITARIOS DE LIMA METROPOLITANA

Marcela BENITES MEDINA

Universidad Federico Villareal

abenitesm@unfv.edu.pe

Martha LUQUE VELARDE

Universidad Federico Villareal

mluque@unfv.edu.pe

RESUMEN

El artículo analiza en los jóvenes universitarios de Lima la constitución de las comunidades virtuales, las relaciones de género y la construcción de su identidad. La participación de los jóvenes en los espacios virtuales contribuye a la comprensión de las nuevas formas de socialización, de interacción y de las subjetividades juveniles. Se encontró que la mayoría de jóvenes pertenece a comunidades virtuales de amigos, se relacionan indistintamente con varones y mujeres, los temas que los vinculan están orientados por valores afectivos y por temáticas prácticas utilitarias. Asimismo, su identidad se caracteriza por ser plural, fundada a partir de sentimientos y valores que resaltan su individualidad propia, desarrollan una imagen que busca el reconocimiento de los otros y el sentido de pertenencia a las comunidades virtuales.

PALABRAS CLAVE

Comunidades virtuales, grupo de pares, vida social, relaciones de género e identidad.

VIRTUAL COMMUNITIES, GENDER AND IDENTITY IN YOUNG UNIVERSITY STUDENTS OF LIMA

ABSTRACT

The article analyzes in the young university students of Lima the constitution of virtual communities, gender relations and the construction of their identity. The participation of young people in virtual spaces contributes to the understanding of new forms of socialization, interaction and youth subjectivities. It was found that the majority of young people belong to virtual communities of friends, they relate indistinctly with men and women, the themes that link them are oriented by affective values and by themes of utilitarian practices. Likewise, their identity is characterized by being plural, founded on feelings and values that highlight their own individuality, develop an image that seeks the recognition of others and the sense of belonging to virtual communities.

KEYWORDS

Virtual communities, peer group, social life, gender relations and identity.

Recibido: 03/05/2021

Aprobado: 27/08/2021

INTRODUCCIÓN

El presente artículo analiza en los jóvenes universitarios varones y mujeres la constitución de las comunidades virtuales, las relaciones de género y la identidad. Es una temática que nos permite comprender las nuevas formas de relacionarse, comunicarse e identificarse de los jóvenes en el Perú actual.

Las redes sociales son parte de la cotidianidad de los jóvenes, siendo las más usadas WhatsApp y Facebook, asimismo, el teléfono celular con conexión a internet es el dispositivo más utilizado. La mayoría de jóvenes pertenecen a comunidades virtuales de amigos, en el que se relacionan indistintamente varones y mujeres, desarrollan identidades múltiples con sentimientos de empatía, de respeto a los otros, valoraciones sobre una cultura común, memoria colectiva y defensa de la naturaleza.

El estudio es una aproximación inicial al comportamiento de los jóvenes universitarios en las redes sociales, con la idea de generar un mayor debate sobre la temática en cuestión.

El trabajo se divide en cuatro secciones, además de las consideraciones metodológicas. La primera describe el uso de las redes sociales y la participación de los jóvenes en comunidades virtuales, la segunda sección se refiere a la vida íntima, privada y pública de los jóvenes en el espacio virtual; la tercera, expone las relaciones de género de los jóvenes en los espacios virtuales y la cuarta da cuenta de la influencia de las redes sociales en la identidad juvenil.

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

La investigación sobre las comunidades virtuales, género e identidad en jóvenes, tiene como unidad de análisis a los varones y mujeres entre 18 a 26 años de edad, universitarios, perteneciente a Lima Metropolitana.

Se desarrolló un estudio cuantitativo y cualitativo. La mirada cuantitativa permitió conocer las principales tendencias del comportamiento de los jóvenes en los espacios virtuales, para ello se elaboró una muestra por áreas de Lima Metropolitana: Lima centro o tradicional, Lima norte, Lima este, Lima sur. El tamaño de la muestra es de 318 jóvenes, con un nivel de confianza del 95.5%, un margen de error de +/- 4.5% y en condiciones $p=q=50$, realizada el año 2018. Se ejecutó un cuestionario con preguntas cerradas, abiertas y de respuesta múltiple.

El enfoque cualitativo indagó las interacciones y la influencia de las redes sociales y comunidades virtuales en la identidad de los jóvenes, se buscó determinar el sentido de su existencia social que delimita la pertenencia al grupo. Para ello se desarrollaron tres grupos focales de seis integrantes cada uno y tres entrevistas en profundidad, los criterios de inclusión fueron: edad, sexo, lugar de residencia y nivel de instrucción.

1. ESPACIOS VIRTUALES, REDES SOCIALES y COMUNIDADES VIRTUALES

Los espacios virtuales son los puntos de encuentro, interrelación y comunicación de los jóvenes universitarios de Lima Metropolitana, en la que hacen uso de diversas plataformas de internet, que conllevan a la formación de comunidades dirigidas a compartir gustos, afinidades, entretenimiento y actividades de aprendizaje que les permite relacionarse con su grupo de pares. Es la forma cómo los jóvenes organizan sus actividades en el espacio virtual, que revelan los aspectos esenciales de sus vidas sociales.

De acuerdo a la información obtenida en el cuestionario aplicado en la investigación, tenemos que la gran mayoría de jóvenes universitarios varones y mujeres en Lima Metropolitana tienen acceso a internet e interactúan en distintas redes sociales. Las más utilizadas son el WhatsApp (96,9%) y el Facebook (93,4%); en menor proporción de uso se encuentran YouTube (72,0%), Instagram (54,9%) y Twitter (30,2%); también recurren a Tinder (20,4%), Snapchat (10,7%) y otras redes como Skype, Messenger y Google+ (3,5%). De esa forma, las comunidades virtuales son espacios de interacción y de comunicación, donde los jóvenes de Lima comparten intereses comunes, afectivos y en la que se asocian de manera voluntaria (Gallego, 2012).

Según el cuadro N° 01, la mayoría de los jóvenes manifiestan pertenecer a la comunidad virtual denominada Chat Grupales (73,8%), otro sector importante se vincula con los Grupos de Facebook (66,9%), en proporciones menores se encuentran los grupos de aprendizaje (16,5%), foros de discusión (15,7), juegos virtuales (9,6%) y blog (9,6%).

Cuadro N° 01

Comunidades virtuales a las que pertenece, según sexo y edad

(En porcentajes)

SEXO/EDAD COMUNIDADES VIRTUALES	VARÓN			MUJER			TOTAL
	18-20 Años	21-23 Años	24-26 Años	18-20 años	21-23 años	24-26 Años	
CHAT GRUPALES	58,2	82,4	86,5	64,7	75,0	76,5	73,8
GRUPOS DE FACEBOOK	58,2	72,5	70,3	58,8	73,2	68,6	66,9
GRUPOS DE APRENDIZAJE	10,9	19,6	24,3	8,8	16,1	19,6	16,5
FOROS DE DISCUSIÓN	12,7	19,6	18,9	20,6	8,9	13,7	15,7
JUEGOS VIRTUALES	3,6	7,8	10,8	8,8	10,7	15,7	9,6
BLOG	3,6	7,8	10,8	8,8	10,7	15,7	9,6

Fuente: Cuestionario aplicado

Las comunidades virtuales en los jóvenes varones y mujeres de Lima Metropolitana se establecen en función de una complejidad de situaciones que van desde los intereses generales hasta los intereses particulares. De acuerdo a la información, en primer lugar los jóvenes varones y mujeres de Lima Metropolitana constituyen

comunidades virtuales de manera genérica siguiendo las pautas trazadas por las plataformas más importantes de las redes sociales -WhatsApp y Facebook- y a partir de ahí establecen una gran variedad de intereses compartidos; en segundo lugar, los jóvenes de manera más concreta forman comunidades virtuales relacionadas con los grupos de aprendizaje, foros de discusión y la elaboración de blog, que se orientan a realizar actividades cognoscitivas; y en tercer lugar, de manera singular los jóvenes se organizan en función a prácticas particulares relativas a juegos virtuales.

Por otra parte, el cuadro N° 02 muestra el uso que los jóvenes imprimen a las redes sociales, con intervenciones múltiples y en confluencia entre ellos, se destaca el entretenimiento (66,3%), la comunicación de pares (65,0%), la obtención de información (60,3%), conocer a personas (48,4%), el intercambio de opiniones (20,6%), el aprendizaje (19,4%), la libertad de expresión (16,2%) y para buscar pareja (15,4%).

Cuadro N° 02

Uso de las redes sociales según sexo y edad
(En Porcentajes)

SEXO/ EDAD USO REDES SOCIALES	VARÓN			MUJER			TOTAL
	18-20 Años	21-23 Años	24-26 Años	18-20 Años	21-23 Años	24-26 Años	
ENTRETENIMIENTO	63,6	60,8	64,9	57,4	78,6	72,5	66,3
COMUNICACIÓN DE PARES	67,3	66,7	67,1	60,3	67,9	60,8	65,0
BUSCAR PAREJA	16,4	7,8	29,7	10,3	14,3	13,7	15,4
INFORMACIÓN	49,1	58,8	54,1	55,9	69,6	74,5	60,3
INTERCAMBIAR OPINIONES	18,2	19,6	24,3	20,6	21,4	19,6	20,6
PARA CONOCER PERSONAS	45,5	54,9	43,2	51,5	46,4	49,0	48,4
APRENDIZAJE	14,5	13,7	27,0	13,2	32,1	15,7	19,4
LIBERTAD DE EXPRESIÓN	20,0	9,8	27,0	22,1	10,7	7,8	16,2

Fuente: Cuestionario aplicado

El uso de las redes sociales por los jóvenes se orienta principalmente a las relaciones entre los grupos de pares, aquí son importante los vínculos de amistad, la búsqueda de pareja y el conocer personas; luego se dirigen a las redes sociales para el juego y entretenimiento y en menor proporción, tiene que ver con el proceso de información que conlleva a la búsqueda de conocimientos, el intercambio de opiniones, el aprendizaje y la libertad de expresión sobre temas específicos. Las comunidades virtuales expresan las nuevas formas de relacionarse de los jóvenes que lo hacen libre y voluntariamente, de ahí su indudable importancia como el espacio privilegiado para la socialización, en la que se subraya las relaciones de pares.

En ese sentido, las comunidades virtuales son espacios de autonomía (Mejía, 2020, p. 130), de pertenencia propia de los jóvenes que buscan “repoblar el espacio público” (Bauman, 2004, p. 45), aunque marcadas por las relaciones emocionales. Es importante anotar que los jóvenes varones y mujeres de Lima Metropolitana siguen un mismo patrón de relaciones, no hay mayores diferencias entre edades y sexo, se puede señalar que hay la tendencia a la formación de una igualdad en el uso de las redes sociales.

En esa dirección, el cuadro N° 03 expresa que los jóvenes de Lima Metropolitana en las redes interactúan mayoritariamente en grupos primarios, donde se destaca los colectivos de amigos (90,9%), luego se distinguen las relaciones familiares (57,9%), los compañeros de estudio y/o trabajo (39,0%), la conexión con la pareja (26,4%) y la comunicación con los profesores (4,4%). De esta manera, podemos señalar que los jóvenes varones y mujeres buscan interactuar virtualmente para subrayar los vínculos afectivos, de amistad, familia, compañerismo y amor. Las redes sociales en los jóvenes de Lima Metropolitana se encuentran fundamentalmente impregnadas de vínculos emocionales, antes que relaciones prácticas utilitarias. Para los jóvenes las redes sociales son ante todo lazos emocionales.

Cuadro N° 03

Grupos sociales con los que se relacionan según sexo y edad.

(En porcentajes)

SEXO/EDAD GRUPOS QUE SE RELACIONA	VARÓN			MUJER			TOTAL
	18-20 Años	21-23 Años	24-26 Años	18-20 Años	21-23 Años	24-26 Años	
AMISTAD	92,7	96,1	91,9	91,2	92,9	80,4	90,9
FAMILIARES	52,7	60,8	70,3	58,8	46,4	62,7	57,9
COMPAÑEROS ESTUDIO Y/O TRABAJO	36,3	49,0	51,4	29,4	35,7	39,2	39,0
PAREJA	23,6	27,5	37,8	20,6	33,9	19,6	26,4
PROFESORES	3,6	5,9	8,1	1,5	5,4	3,9	4,4

Fuente: Cuestionario aplicado

El estudio de las relaciones que establecen los jóvenes en las comunidades virtuales, permite conocer las temáticas que los anima a interactuar. Según el cuadro N° 04 los temas que más vinculan a los jóvenes en las comunidades virtuales son la amistad (81,4%), los académicos (54,7%), los familiares (48,1%), la diversión y entretenimiento (43,4%), el trabajo (40,6%), la política (26,4%) y la sexualidad (18,2%). Los temas que vinculan los jóvenes a las comunidades virtuales se orientan en dos categorías centrales. Primero, en forma mayoritaria sobresalen las temáticas definidas por valores afectivos de amistad, familia y sexualidad; y segundo, con porcentajes menores las temáticas prácticas utilitarias, de temas académicos, diversión, trabajo y política.

Las temáticas que orientan el uso de las comunidades virtuales en los jóvenes de Lima Metropolitana se estructuran en la dirección de lo afectivo a lo utilitario y de los grupos primarios a los grupos secundarios. Los jóvenes se mueven del reforzamiento de los valores primarios afectivos a la conquista del espacio público e impersonal.

Cuadro N° 04

Temas que lo vinculas con los miembros de la comunidad virtual según sexo y edad
(En porcentajes)

SEXO/EDAD TEMAS QUE LOS VINCULA	VARÓN			MUJER			TOTAL
	18-20 Años	21-23 Años	24-26 Años	18-20 Años	21-23 Años	24-26 años	
AMISTAD	90,9	80,4	75,7	76,5	87,5	76,5	81,4
TEMAS FAMILIARES	47,3	43,1	51,4	48,5	48,2	51,0	48,1
TRABAJO	31,8	40,6	41,9	37,5	47,3	47,1	40,6
POLÍTICA	21,8	33,3	32,4	22,1	26,8	25,5	26,4
SEXUALIDAD	10,9	25,5	27,0	10,3	19,6	21,6	18,2
DIVERSIÓN	43,6	51,0	40,5	42,6	35,7	47,1	43,4
TEMAS ACADÉMICOS	54,5	68,6	51,4	44,1	57,1	54,9	54,7

Fuente: Cuestionario aplicado

En ese contexto, la información cualitativa remarca el carácter afectivo, de amistad, de las comunidades virtuales que forman los jóvenes universitarios de Lima. El WhatsApp y el Facebook son las redes sociales que más utilizan para comunicarse entre ellos. En el Facebook fundamentalmente se aglomeran buena parte de jóvenes haciéndose imperativo la creación de un perfil propio, donde se destaca la información personal, es la forma como interactúan, comunican, comparten gustos y preferencias. En el WhatsApp principalmente la comunicación es directa, más personal, porque se efectúa con los contactos registrados previamente, reafirmando los lazos de afecto. Los jóvenes deciden con quienes relacionarse, así lo manifiestan:

“En mi caso yo utilizo más WhatsApp con mis amigos que no hablo hace mucho, solo hago un intercambio de número y me puedo comunicar fluidamente. Además, en el WhatsApp tienes las personas que estas interesado en comunicarte” (GF2)

“WhatsApp donde también estoy en varios grupos considero que me da la posibilidad de tener estas relaciones más personales no porque es generalmente en los contactos de WhatsApp donde sueles poder conocer al grupo con el cual estás hablando” (GF1)

Otro tema de vinculación es la comunicación con los familiares. Los jóvenes hacen uso de las redes sociales, principalmente con el WhatsApp para compartir momentos con la familia y mostrar sus rutinas y actividades cotidianas, así lo manifiestan en el grupo focal:

“WhatsApp es para conversar con las personas más directas, con las que me relaciono en mi día a día: trabajo, mi novio, mi hermanita, mi mamá, mis tías” (GF3)

“WhatsApp es más para eso...mi familia, para mi novio” (GF3)

De las relaciones prácticas utilitarias se subrayan los temas académicos, las actividades de diversión entretenimiento y ocio, trabajo y la política. En los temas académicos las redes sociales son espacios de interacción que posibilitan a los jóvenes compartir información relacionada con sus estudios. La participación en eventos académicos da la oportunidad de aprender según sus intereses, también permite encontrar personas que compartan gustos y preferencias, influye mucho la carrera que estudian, la profesión y los hobbies, como indica el siguiente testimonio:

“Generalmente, lo que me motiva a unirme a los grupos de Facebook son temas que me interesen mucho por ejemplo me gusta analizar bastante el tema político entonces hay grupos que publican temas y notas periodísticas que son muy buenas con buen análisis y me gusta de literatura si hay grupos que publican texto o recomiendan buenas obras” (GF1)

“En mi caso solo comparto publicaciones de museo literaria, eventos a ver si alguien más le interesa asistir, más por el hecho que yo voy asistir es por si alguien le importa, o libros, o cosa del ambiente, que es más interesante” (GF2)

Las actividades de diversión, entretenimiento y ocio son otro eje de interés de los jóvenes para relacionarse, se reflejan en los hobbies que comparten y en los juegos en Facebook, como lo indican en el grupo focal:

“...estoy en grupos de coleccionismo me gusta coleccionar cosas así que de acuerdo con mis gustos o a mis necesidades digamos no tan primarias es que me uno a grupos de Facebook o de WhatsApp” (GF3)

“...posteriormente me creé Facebook, pero me lo cree porque había juegos así online: restaurant city, candy crush, etc., entonces la razón fue interacción con amigos y juegos online en mi caso” (GF3)

Otra forma de vincularse es a través de temas relacionados con el trabajo, cuando llegan a una etapa de madurez, la gran mayoría de los jóvenes usan las redes sociales para mostrar una imagen que les permita obtener ventajas laborales. Así se verbaliza:

“La principal ventaja es la chamba: 1) gestionar bien tus redes sociales para la cuestión laboral y emprendimiento. 2) Contactos, eso es muy importante. Tienes que saber con quién. Eso también es superficial, pero es necesario” (GF3)

Los jóvenes que usan las redes sociales como medio para buscar trabajo, guardan más cuidado con lo que publican, ya que sienten que están bajo la lupa de sus contactos. Tienen que cuidar su imagen. Es lo que expresan:

“Quería acotar algo, en mi perfil no soy de publicar fotos. En mi caso, por necesidad, tengo que agregar a personas que están en el mismo ámbito académico. Ellos publican ese tipo de cosas y lo respeto. Pero yo soy muy precavida en el tema de mi perfil. Solo pongo los datos generales que te pide la red social. Y también tengo

presente en temas de mercado y en el ámbito laboral, ven el tema de las redes sociales” (GF2)

Asimismo, la política constituye un tema de interés que vinculan a los jóvenes hombres y mujeres en las comunidades virtuales, así lo expresa el siguiente testimonio.

“Pienso que las redes sociales, nos han permitido conectarnos con gente que piensa igual con nosotros para unir fuerzas como hacer marchas, gente que se reúne por una misma causa y eso a mí me gusta mucho” (E2)

“..en el Facebook tengo grupos de movimientos culturales, movimiento feminista, un grupo también de capilla católica entonces ahí somos los que más nos pasamos información” (GF1)

En general, la información cuantitativa muestra la tendencia que las redes sociales en los jóvenes universitarios se encuentran orientados principalmente por lazos afectivos y secundariamente por vínculos prácticos utilitarios. Mientras que la información cualitativa remarca el carácter emocional de las redes y subraya que las relaciones prácticas utilitarias se orientan a los temas académicos, de diversión y entretenimiento, de trabajo y la política.

2. LA VIDA ÍNTIMA, PRIVADA Y PÚBLICA DE LOS JÓVENES EN LOS ESPACIOS VIRTUALES

En este acápite se examina el espacio íntimo, privado y público de los jóvenes varones y mujeres en las redes sociales. El espacio íntimo de los jóvenes universitarios hace referencia a las acciones subjetivas del individuo, que solo se infiere mediante lo que diga o hagan, es el mundo interno de los jóvenes. El espacio privado es el ámbito del grupo primario -familia, amigos, compañeros- donde transmite los vínculos sociales sustentados en lo emocional y afectivo. Y el espacio público es el ámbito donde los jóvenes se vinculan en función de su vida laboral, social y política, se caracteriza por sus relaciones visibles referidos al mundo de los grupos secundarios y de la gran sociedad. En los jóvenes estos espacios se encuentran interrelacionados, aunque cada uno de ellos presentan particularidades significativas (Luque, 2012).

De acuerdo a los testimonios de los jóvenes de Lima podemos delimitar que el carácter de los vínculos en las redes sociales asume principalmente dos formas: “consigo mismo” relativo a la vida íntima y lo que denominamos “Yo - Otros” referido a la vida privada y vida pública.

El vínculo “consigo mismo” corresponde a un joven reflexivo, preocupado por informarse y por asumir su responsabilidad individual en el espacio virtual, lo que nos lleva a pensar en una persona comprometida consigo mismo y respetuoso de sus relaciones. Como puede apreciarse en el testimonio que se presenta a continuación, el joven manifiesta un nivel de reflexibilidad alto, en tanto es consciente e identifica este vínculo y verbaliza el significado de la influencia de las redes sociales:

“Conmigo mismo ha cambiado mi relación porque en las redes sociales antes publicaba tonteras y ahora me informo antes de publicar algo, mi comportamiento ha cambiado bastante a partir de las redes sociales, porque si veo una publicación de alguna música que me gusta, empiezo a buscar información del grupo y la gente que le gusta y absorbo algo de la música, la vestimenta y le saco algo de la parte que a mí me parece bien. Personalmente también recuerdo que tuve una relación que me marcó, pero tenía otro punto de vista ya había egresado recuerdo y tenía dos metas y objetivos trazados y ella me servía de ejemplo a seguir ella y al interactuar y su forma de actuar ante las cosas problemas”. (E1)

Pareciera que las relaciones de los jóvenes de Lima en las redes sociales se definen, por una parte, por los temas de la vida íntima donde se enfatiza un momento para sí mismo, propio de la subjetividad individual separado de los otros (Luque, 2012).

Por otra parte, los vínculos virtuales denominado “Yo - Otros”, muestran el desarrollo de la vida privada y vida pública de los jóvenes universitarios. Las relaciones “Yo - Otros” principalmente concierne a los jóvenes que expresan emociones y sentimientos que pueden catalogarse en un continuo proxémico de distancia afectiva, donde se interrelacionan, al mismo tiempo, en los grupos primarios marcados por vínculos cercanos, conocidos y afectivos de los amigos, familiares y los seguidores de la red, -los amigos virtuales-, delimitando la praxis a la vida privada de los jóvenes en redes sociales.

“...Sinceramente no me siento muy cómodo que se enteren lo que estoy haciendo o lo que dejo de hacer. Creo que es algo que queda para mí, para mi círculo más cercano, porque muchas veces en Facebook, como el resto de redes, tenemos personas que no son muy cercanas, no muy allegadas, simplemente son contactos porque quizás lo conocimos en algún día, conversamos por algún motivo y no me gustaría que sepan al pie de la letra lo que estoy haciendo lo que dejo de hacer (GF2)

“Cuando comencé a ver el Facebook y me pareció muy bueno porque podía ver a mis amigos que no veía y a la distancia me permitió interactuar de una manera más rápida y aunque sea corto el tiempo” (GF1)

Asimismo, las relaciones “Yo - Otros” se refiere a las prácticas de estudio, trabajo, política y lúdicas, son actividades desarrolladas en la vida pública y de forma práctica y utilitaria.

“La principal ventaja es la chamba: 1) gestionar bien tus redes sociales para la cuestión laboral y emprendimiento. 2) Contactos, eso es muy importante. Tienes que saber con quién. Eso también es superficial, pero es necesario” (GF3)

Estos espacios virtuales son valorados por los jóvenes porque les posibilitan encuentros y nuevas relaciones, haciéndose notar su capacidad de decisión, ya que son ellos los que resuelven con quien establecen comunicación, con quien se reúnen virtualmente y a quién consideran un extraño.

“Suelo también ir y reunirme con esas personas, cosas que antes no eran posible. Tengo más posibilidades en reunirme con personas, salir un poco más, cosa que antes no hacía mucho, era más de quedarme en casa” (E1).

El vínculo “Yo - Otros” de los jóvenes en las redes sociales se expresa en función principalmente de los grupos primarios afectivos y, luego, de los grupos secundarios utilitarios. En general, las relaciones en las redes traducen la configuración de momentos asociados entre la vida íntima reflexiva, la vida privada y pública de los jóvenes de Lima. Las comunidades virtuales expresan la complejidad de la vida social de los jóvenes limeños.

3. LAS RELACIONES DE GÉNERO DE LOS JÓVENES EN ESPACIOS VIRTUALES

Las relaciones de género de los jóvenes universitarios de Lima hacen referencia al conjunto de posiciones y vínculos entre los actores de distinto sexo (Anderson, 2007) que vienen dándose en el mundo social virtual y se encuentran delimitadas por la cultural de la sociedad.

Según el cuadro N° 05 la mayoría de los jóvenes se relacionan indistintamente con ambos sexos (70.9%). Es decir, más de dos tercios de los entrevistados se vinculan sin tener en cuenta si son varones o mujeres. En las comunidades virtuales las diferencias de género se dejan de lado, interesa subrayar más la igualdad de ser joven. El ser joven los unifica en un sentimiento mayor que las desigualdades de género. Aunque para una minoría (29,1%) todavía tiene significado la posición femenina diferenciada de la posición masculina.

Cuadro N° 05

Con quienes interactúan los jóvenes en las redes sociales, según sexo y edad
(En porcentaje)

SEXO/EDAD	Con quienes interactúan en las redes sociales		
	Más con varones	Más con mujeres	Ambos sexos
VARON			
18 -20 años	16,4%	25,5%	58,2%
21 -23 años	7,8%	11,8%	80,4%
24 -26 años	18,9%	13,5%	67,6%
MUJER			
18 – 20 años	14,7%	17,6%	67,6%
21 – 23 años	12,5%	14,3%	73,2%
24 – 26 años	9,8%	11,8%	78,4%
TOTAL	13,4%	15,8%	70,9%

Fuente: Cuestionario aplicado

En este marco, una aproximación para entender las relaciones de género es a través de los contenidos culturales, símbolos e imágenes que circulan en las redes sociales, nos estamos refiriendo a la información, a los memes, a las fotos y videos y a los estados de ánimo que comparten los jóvenes en las comunidades

virtuales. La mayoría de los jóvenes varones y mujeres señalan que principalmente comparten información, en menor proporción, intercambian memes, fotos y videos y estados de ánimo, -ver cuadro N° 06-.

En general, las redes sociales se constituyen en un espacio de interacción más o menos igualitario entre varones y mujeres ya que comparten las mismas unidades culturales. Proceso definido quizás porque los jóvenes pertenecen al mismo grupo de pares y las mujeres han ido conquistando los diversos espacios de la vida social.

Cuadro N° 06

Contenidos que comparte con varones y mujeres (En porcentajes)

Contenidos culturales	Con varones	Con mujeres
Información	59,4	58,8
Memes	58,2	49,4
Fotos y videos	39,9	49,4
Estados de ánimos	27,7	37,3

Fuente: Cuestionario aplicado

En cuanto a los temas que prefieren tratar los jóvenes de Lima Metropolitana, en el cuadro N° 07 se aprecia los temas que tienen una mayor predilección, por los varones y mujeres, con puntajes entre 34,3% - 71,7% son: la diversión, los temas académicos, el trabajo y la música. Con porcentajes menores, entre 14,9% y 26,3% los jóvenes varones y mujeres se inclinan por los temas de los deportes, juegos virtuales, enamoramiento y sexualidad.

Cuadro N° 07

Temas que prefieren tratar con varones y con mujeres (En porcentajes)

Temas \ Sexo	Varones	Mujeres
Diversión	66,7	71,7
Temas académicos	54,1	57,4
Trabajo	42,8	38,5
Música	34,3	44,4
Deportes	26,3	15,4
Juegos virtuales	18,7	14,9
Enamoramiento	25,5	43,5
Sexualidad	25,5	23,0

Fuente: Cuestionario aplicado

En ese sentido, las temáticas de diversión, temas académicos, trabajo y música son los aspectos más sensibles en la vida cotidiana de los jóvenes varones y mujeres, porque expresarían sus necesidades sociales más inmediatas. En cambio, los

deportes, juegos virtuales, enamoramiento y sexualidad tienen menor relevancia en las preferencias, porque representan temáticas íntimas, difíciles de compartir y debatir con los otros -amor y sexualidad- o se refieren a aspectos muy puntuales de la vida cotidiana como son los juegos virtuales y deportes en red.

Estos hallazgos son importantes porque nos dan pistas sobre un aspecto de las relaciones de género en los espacios virtuales, mostrando avances importantes en las relaciones igualitarias, al menos en lo referente a compartir contenidos culturales, simbólicos y temas que nos aproximan al imaginario de los jóvenes de Lima.

4. LA IDENTIDAD DE LOS JÓVENES EN LAS REDES SOCIALES

En esta parte interesa conocer la influencia de las redes sociales en la formación de una identidad de los jóvenes de Lima. La identidad "como un conjunto de valores que aporta un significado simbólico a la vida de la gente por el procedimiento de reforzar su individualidad (o su autodefinición) y su sensación de pertenecer a una comunidad de referencia" (Castells 2018, p. 273). Cada joven, desarrolla diversas identidades y la que tiene hegemonía dependerá del contexto de su existencia social (Golte y León 2011). En esa dirección, el análisis de la influencia de las redes sociales en la identidad de los jóvenes se realiza considerando tres aspectos interrelacionados: la imagen que proyectan, ser reconocido por los otros y valores que priorizan.

Un aspecto central de la construcción de la identidad es la imagen que proyecta y su destinatario. Aquí hemos encontrado dos puntos relevantes: la imagen que presentan y los jóvenes destinatarios de la imagen. La imagen que presentan los jóvenes en las redes sociales, manifiesta un interés de elaborarse un perfil en función de los otros, en gustarles y en mostrarse bien. Los jóvenes deciden qué foto colocar, qué arreglos hacerle; se aprecia la intención de construir "una imagen" en términos goffmanianos "una fachada" (Goffman, 1983) y son conscientes que va a ser vista por mucha gente, la audiencia de las comunidades virtuales. Existe la idea de construir una imagen para los otros, un otro general, pero al que interesa agradar (Torres, 2016). Sus publicaciones son para un auditorio amplio y con posibilidades amicales, laborales o de diversión; es decir potenciales actores de interacción social, son comunicaciones editables a partir del "me gusta". En sus discursos puede apreciarse estas situaciones:

*"...tengo que mostrar lo que quiero que vean y que vean cual es mi opinión respecto a cosas coyunturales una que otra foto familiar, pero que se vean serias, normalita"
GF3*

"Te cohíben a publicar algo porque ya no es que te veas con tu mismo círculo de amigos de siempre, sino que tienes que tener una imagen y esa imagen de universitario publicando o compartiendo tonterías no la puedes evidenciar, eso sería en una red más privada y en Facebook si me cohíbo mucho incluso hasta borro publicaciones, las borro porque ahora analizo cada dos o tres meses mi Facebook, si veo que alguna no me gusta después de haberla publicado, la borro." (E1).

Otro aspecto constituyente de la identidad de los jóvenes es el reconocimiento por los otros a la presentación del yo ante la audiencia (Merino, 2012). En los espacios virtuales este reconocimiento viene dado por los *likes* o *me gusta*. Los *likes* en los espacios virtuales que simbólicamente representan un reconocimiento: al buen gusto, al buen criterio, a la buena foto, etc. y a partir de ello, se sienten visualizados, reconocidos y tomados en cuenta. Aunque algunos señalan que prefieren calidad (quién da el “me gusta”) a cantidad anónima de veces (cuántos “me gusta”).

“Bueno, debo confesar que hace tiempo cuando estaba iniciando el tema de la red, si me sentía un poco mal, si algo que publicaba no tenía muchos likes porque sentía que no llegaba a la cantidad de personas que quería o quizás no me estaban entendiendo o quizás no le gustaba lo que estaba publicando. Pero, debo confesar que actualmente tanto las fotos como las publicaciones que tengo tienen casi siempre la misma cantidad de reacciones. Entonces, ya no me guio en que tanto likes o reacciones tenga, si no quienes son los que los dan” (E3)

“En ese tiempo los likes representaban que conocía a muchas personas por mi etapa de promotor, ahora ya no me importa si me dan likes o no, me gusta postear lo que a mí me interesa porque ahora me he dado cuenta que los que me dan like a lo que publico ya no son gente que yo conocí antes, sino gente que conocí en el transcurso en la academia, de la universidad, con quienes tengo similitudes y esos likes que me dan supongo que es porque les gusta lo que publico.” (E1)

En ese sentido, se trata de un yo definido por los jóvenes en relación a la audiencia de las redes sociales. La participación de los jóvenes en las redes sociales conlleva una carga valorativa que es expresión de su individualidad, la cual se despliega en la imagen que presenta (la foto), las publicaciones, los comentarios y los mensajes que “cuelgan” en las redes sociales, aunque lo hace teniendo en cuenta a los otros miembros de las comunidades de los pares virtuales.

También, los jóvenes de Lima Metropolitana desarrollan sentimientos y valores relacionados a su pertenencia en las comunidades virtuales. En los discursos de los jóvenes en estudio, encontramos sentimientos de empatía y de respeto a los otros, así como, los valores relacionados a una cultura común, a la conformación de la memoria colectiva y los vinculados a la defensa del medio ambiente y su sostenibilidad.

En primer lugar, los jóvenes desarrollan sentimientos de empatía, consideran que compartir sus experiencias subjetivas pueden contribuir al aprendizaje de sus pares, así las redes sociales se constituyen en un espacio que les permiten interesarse en los problemas emocionales de los otros, compartir sus experiencias y a partir de un pensamiento empático comprender al otro. Los jóvenes lo manifiestan:

“También hablo sobre mi relación amorosa ya que después de estar en una relación tóxica en la que estuve y al pasar a una nueva transición, siento que le puede ayudar a otras personas a ver cuál es una relación saludable y cual no. Es compartir a personas que la están pasando mal porque si me ha pasado que hay amigas que me cuentan: “Me sacan la vuelta”, y yo les respondo que a mí también me ha pasado y porque sigues ahí. Además, es como un autovalidación”. (E2)

En relación a lo anterior, los jóvenes desarrollan sentimientos de respeto a los otros en su comunidad virtual. Se trata de tener en cuenta al otro, de siempre contestar los mensajes y ser muy cuidadoso en las respuestas, para lograr una afinidad emocional. Así lo expresan:

"Me di cuenta que ese mundo es donde tienes que mostrar tu mejor lado y también me gustan los mensajes contestarlos sin faltar el respeto a las personas y trato de ser muy cuidadosa. Si me quiero quejar, lo hago, pero con mucho cuidado" (E2).

Los valores asociados a una cultura común en la medida que las redes sociales se constituyen para los jóvenes en un espacio de intereses compartidos y objetivos similares. Se perciben como espacios de referencia que posibilitan la conformación de una comunidad en la que comparten intereses y valores. Esta comunidad de pertenencia es importante en tanto los jóvenes deciden participar y tienen claros los aspectos que demandan. Así manifiestan:

"... que puedan comulgar con mis ideas, con un grupo de gente que tenga valores y objetivos similares a los míos (...) Pienso que las redes sociales, a pesar de los efectos adversos que pueda haber, nos ha permitido conectarnos con gente que piensa igual con nosotros para unir fuerzas como hacer marchas, gente que se reúne por una misma causa y eso a mí me gusta mucho. Pero está el hecho que también creamos muchas máscaras y se está volviendo muy frecuente eso". (E2)

Los valores orientados a la conformación de la memoria colectiva, las redes sociales ofrecen la posibilidad de constituirse en un gran repositorio biográfico de acontecimientos que constituyen la historia del actor, es el equivalente al álbum de fotos que expresa el espacio "de los recuerdos", pero por la tecnología puede acceder en cualquier momento y lugar para recordar los momentos más importantes de su vida. Además, es fundamental este espacio "de los recuerdos" en la construcción de una memoria colectiva porque no sólo es la memoria de él, sino del grupo con quien vivió esos eventos significativos. Otro aspecto asociado a la memoria es que los conecta con el ámbito de los afectos y las emociones, lo que otorga simbólicamente a las redes un significado especial.

"Suelo colgar fotos de mí mismo, con mi familia o amigos. Esto lo hago por mí porque sé que estará ahí por mucho tiempo. Yo quiero que este ahí, y quiero recordarlo cuando pase el tiempo. Muchas veces se te puede borrar del celular o de la cámara. Pero en las redes sociales se quedan ahí. Puedes volver a recordar esos momentos que pasaste cuando tomaste la foto o imagen" (E3).

Por otro lado, es fundamental subrayar que los valores de defensa del medio ambiente y su sostenibilidad se vienen constituyendo en un aspecto importante de la construcción de la identidad de los jóvenes en las redes sociales. A través de ellas se han conectado a los jóvenes que comparten intereses, específicamente los relacionados con la sostenibilidad del planeta. La virtud de las redes sociales es que en tiempo real conecta a los jóvenes con intereses similares en diferentes partes del planeta, lo que da lugar a la generación de comunidades internacionales. Esta particularidad, da a los jóvenes seguridad y afianza sus creencias y valores.

"Me gusta el arte de reciclar, de reducir el consumo porque me interesa mucho. Creo que una de las cosas que me gusta comunicar en mis redes sociales es sobre

la sostenibilidad. Porque es el único portal que tengo para comunicarme con varias personas, siento que es una responsabilidad como ser humano” (E3)

En esa dirección, los jóvenes de Lima expresan que las identidades son múltiples y van cambiando según las interacciones sociales, es decir, el yo va redefiniéndose y con él las relaciones que se establecen. Lo que evidencia que las identidades varían y son heterogéneas, dependiendo de la etapa en la que se encuentren y de los objetivos que persigan (Golte y León 2011). Es decir, si están estudiando se orientarán a relacionarse con otros estudiantes o profesores, pero si están terminando la carrera ya el objetivo está en su entrada al mercado laboral en primera instancia. También, manifiestan que se relacionan principalmente por sus afectos con personas a quienes aprecian, aunque no sean parte de un objetivo a alcanzar. En ese sentido, los jóvenes interactúan y modifican su yo en función del mundo de sus afectos y a partir de ahí subordinan las prácticas utilitarias de su vida futura.

“A mí me costó mucho trabajo, pero es con lo que vivo y aprendí a ser estratégico sobre con quien pasar mi tiempo y a quien no. Ahora, hay gente a quien le tengo cariño, sea o no sea estratégicamente para mí, me voy a relacionar con esa persona. Pero en lo posible, me encantaría aprender de esa persona o en un futuro me ayudaría en algo.” (E2)

“Entonces, entrar a la universidad también incluye cambiar un estilo de vida, tu estatus porque ya no me juntaba con gente de mi antiguo círculo social porque ya no tenían los mismos intereses que yo y empecé a conocer gente de San Marcos ya egresados, y como yo hago deporte porque juego vóley para la Villarreal entonces ya conocí a gente de mayor nivel social, jueces, abogados y como que volver a juntarme no me favorecía o no se veía bien para un estudiante, entonces comenzaba a colgar no frases motivadores, sino mis viajes, citar algunos autores” (E1).

De modo general, los jóvenes de Lima Metropolitana en las redes sociales se caracterizan en construir una identidad fundada a partir de sentimientos y valores que resaltan una individualidad propia y a partir de ahí desarrollar una imagen que busca el reconocimiento de los otros y con ello expresar un sentimiento de pertenencia a las comunidades virtuales.

Las redes sociales son espacios de interacción que posibilitan desarrollar una identidad en los jóvenes varones y mujeres. Es una identidad plural relacionada a sentimientos y valores compartidos que definen su individualidad y el sentido de pertenencia a las comunidades virtuales.

CONCLUSIONES

La investigación sobre comunidades virtuales, género e identidad en jóvenes universitarios de Lima muestran que las redes sociales más utilizadas son el WhatsApp y el Facebook. En esa dirección se constituyen comunidades virtuales como los Chat Grupales, Grupos de Facebook, Grupos de aprendizaje, Foros de discusión, Juegos virtuales y Blog.

Los temas que vinculan a los jóvenes de Lima Metropolitana en las comunidades virtuales se orientan por valores afectivos -amistad, familia y sexualidad- y por temáticas prácticas utilitarias -académicos, diversión, trabajo y política-. Las comunidades virtuales se organizan en función de temáticas que van de lo afectivo a lo utilitario, de los grupos primarios a los grupos secundarios, de los valores primarios a la conquista del espacio público e impersonal.

Los vínculos que establecen los jóvenes en las redes sociales asumen dos formas: "consigo mismo" y el denominado "Yo – otros". El vínculo "consigo mismo" da cuenta de un joven reflexivo, que enfatiza en un momento para sí mismo y en la vida íntima. El vínculo "Yo – otros" les posibilita accionar con los grupos primarios de interacciones cercanas, conocidas y afectivas de los amigos, familiares y los seguidores de la red, -los amigos virtuales-, delimitando la praxis a la vida privada de los jóvenes en redes sociales. Asimismo, los jóvenes se proyectan a los grupos secundarios relacionados a las prácticas de estudio, trabajo, lúdicas y la política, formas prácticas utilitarias del espacio público. Las redes sociales configuran los momentos asociados entre la vida íntima reflexiva la vida privada y vida pública de los jóvenes de Lima. Las comunidades virtuales expresan la complejidad de la praxis social de los jóvenes limeños.

Las redes sociales se constituyen en un espacio de interacción más o menos igualitario entre varones y mujeres que comparten las mismas temáticas, contenidos y acciones sociales. Quizás dicho proceso de igualación se encuentra definido por que los jóvenes varones y mujeres pertenecen al mismo grupo de pares y las mujeres han ido conquistando los diversos espacios de la vida social que la acercan a su con género masculino.

La participación de los jóvenes en las redes sociales está permitiendo el surgimiento nuevas formas de actuar, de sentir, de pensar y de vivir, relacionadas a sentimientos de empatía y de respeto a los otros; valores asociados de una cultura común, en la medida que comparten los mismos intereses y valores orientados a la conformación de una memoria colectiva que permite coincidir en similares recuerdos, acontecimientos, eventos y valores relacionados a la sostenibilidad del planeta.

En general, los jóvenes de Lima Metropolitana en las redes sociales se caracterizan por construir una imagen que busca el reconocimiento de los otros y la posibilidad de desarrollar una identidad relacionada a sentimientos, valores compartidos y de sentido de pertenencia a las comunidades virtuales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anderson, J. (2007). Género de cuidados. En: Maruja Barrig (Editora). *Fronteras interiores: identidad, diferencia y protagonismo de las mujeres*. Lima: IEP.
- Bauman, Z. (2004). *Modernidad líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

- Castells, M. et al (eds) (2018). *Las crisis de Europa*. Madrid, Alianza Editorial
- Castells, M. (2009). *El impacto de internet en la sociedad: una perspectiva global*. <https://www.bbvaopenmind.com/wp-content/uploads/2014/03/BBVA-Comunicaci%C3%B3n-Cultura-Manuel-Castells-El-impacto-de-internet-en-la-sociedad-una-perspectiva-global.pdf>.
- Goffman, E. (1983). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Golte, J, y León, D: (2011). *Polifacéticos: jóvenes limeños del siglo XXI*, Lima, IEP, Atoq Editores.
- Gallego, J.A. (2012) *Comunidades virtuales y redes sociales*. (http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/deed.es_ES)
- Loayza, J. "(2009). Una aproximación al impacto de internet en las interacciones juveniles en lima, Perú. En: *Prisma Social, Revista de Ciencias Sociales*, N° 3, diciembre. http://www.isdfundacion.org/publicaciones/revista/pdf/05_N3_PrismaSocial_jerjesloayza.pdf. Recuperado el 25 de mayo 2019.
- Luque, M. (2012). *De lo privado y doméstico a lo público. Transformaciones de las relaciones de género en las mujeres de los sectores populares de Lima Metropolitana*. Tesis de magister en Sociología Política. Facultad de Ciencias Sociales. UNMSM. Lima.
- Mejía, J. (2020). *Modernidad, sociedad y colonialidad. Ensayos desde el Perú*. Primera edición, Fondo Editorial de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Ciencias Sociales, Lima.
- Merino, L (2012). Jóvenes en redes sociales: significados y prácticas de una sociabilidad digital. En *Revista de Estudio de Juventud*. Diciembre 11, N° 95.
- Muros, B. (2011). El concepto de identidad en el mundo virtual: el yo online. En: *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, vol. 14, Núm. 2, pp. 49-56 Asociación Universitaria de Formación del Profesorado. Zaragoza, España.
- Torres, C. (2016). *La representación virtual del yo en los jóvenes* *Revista Realidad* 147, 2016 • ISSN 1012-5512.
- Zerges, B. & Larraín, M. (2002). El Impacto de la Internet en la Definición de la Identidad Juvenil: Una Revisión. *Psykhé*, Vol. 11 (1), p.203-216. Recuperado de <http://www.psykhe.cl/index.php/psykhe/article/view/469/448>.