

***LA VIDA PRIVADA EN LA SOCIEDAD DIGITAL.***  
***LA EXPOSICIÓN PÚBLICA DE LOS JÓVENES EN INTERNET***

***PRIVACY IN THE DIGITAL SOCIETY.***  
***PUBLIC EXPOSURE OF YOUTH IN INTERNET***

**Carmen Sabater Fernández**  
**Universidad de La Rioja**

**Resumen**

Este trabajo expone cómo la sociedad de la información ha ido extendiendo actitudes y comportamientos más abiertos a la vida pública que ha llevado a que algunos autores hablen de “la generación transparente” o del “fin de la privacidad”. El objetivo es estudiar la exposición de la vida privada que los jóvenes de 14 a 20 años realizan a través de las TIC, en especial, de redes sociales como Tuenti, y de aplicaciones móviles como Whatsapp. Para ello, se ha realizado un estudio empírico con una muestra de 400 estudiantes en la Comunidad Autónoma de La Rioja, con entrevistas y encuestas. Los resultados indican que los jóvenes siguen preservando un espacio para su vida privada, pero que aplicaciones como las redes sociales o los fotologs, han incidido en una exteriorización de datos personales y fotografías, en la mayor densidad de los contactos (ahora, virtuales) y en el relato de los momentos cotidianos (ocio, fines de semana, vacaciones) en el tablón público o semipúblico de las redes sociales.

**Palabras clave**

TICs, redes sociales de Internet, vida privada, jóvenes.

## **Abstract**

*This paper describes how the information society has been spreading more open attitudes and behavior to public life leads some authors speak of transparent or generation to privacy. The aim is to study the exposure of private life that young people aged 14 to 20 years performed through ICT, especially social networking sites like Tuenti, and mobile applications such as WhatsApp. To this end, there has been an empirical study with a sample of 400 students in the Autonomous Community of La Rioja, with interviews and surveys. The results indicate that youth continue to preserve a space for his privacy but that certain applications identified with more customization, such as social networks or photologs have reduced externalize certain information such as personal data and photographs, the density of virtual contacts and the story of their leisure time on the public or semi-public of the online social networks.*

## **Keywords**

*Information and Communication Technologies (ICT), online social networks, privacy, youth.*

## **1. INTRODUCCIÓN [1]**

La vida privada se presenta cada vez más alejada física y, sobre todo, simbólicamente de la vida pública, en su sentido de identificación con lo estatal, pero más unida, incluso de forma simbiótica, con la vida pública virtual. Su reducto, la intimidad, se expresa en nuevas formas de romanticismo y sexualidad. El desencantamiento y el vaciamiento de convicciones y valores religiosos, han conducido al estrechamiento y a la banalización de la esfera íntima, concediendo un valor prioritario a aspectos más relacionados con la esfera privada, como la estética, el consumo y las aficiones personales.

Uno de los cambios paradigmáticos de nuestra época es la extensión de la sociedad de la información, de la sociedad en red. Castells resume sus principales características:

---

<sup>1</sup> Este artículo se basa en mi tesis doctoral 'Los espacios digitales de la intimidad y la privacidad en los jóvenes riojanos/as', presentada en febrero 2012, Universidad de Deusto, con la calificación de *cum laude*.

“La revolución de las tecnologías de la información y la reestructuración del capitalismo han inducido una nueva forma de sociedad, la sociedad red, que se caracteriza por la globalización de las actividades económicas decisivas desde el punto de vista estratégico, por su forma de organización en redes, por la flexibilidad e inestabilidad del trabajo y su individualización, por una cultura de la virtualidad real construida mediante un sistema de medios de comunicación omnipresentes, interconectados y diversificados, y por la transformación de los cimientos materiales de la vida, el espacio y el tiempo, mediante la constitución de un espacio de flujos y del tiempo atemporal, como expresiones de las actividades dominantes y de las élites gobernantes. Esta nueva forma de organización social, en su globalidad penetrante, se difunde por todo el mundo...” (Castells, 2005: 23).

El ciudadano, reconvertido en internauta, adquiere nuevos hábitos de privacidad al compartir, libremente o no, sus datos con la compañía y con su red de contactos, en la que figuran personas que no son conocidas de forma personal directa. La identidad pública se ve ampliada en forma de una *identidad digital* que comprende el historial de navegación; los datos privados aportados en redes sociales, en comunidades virtuales, en el registro de nuestros correos electrónicos...; nuestros hobbies y aficiones expuestos en el muro o en forma de *tweets*; nuestras fotos privadas en fotolog y en los perfiles de las redes sociales, e incluso, los sentimientos más profundos se permeabilizan en forma de blogs íntimos.

Las nuevas aplicaciones de la Revolución 2.0 facilitan *la interactividad* del usuario, incluso hacen que el propio usuario/a se convierta en el autor de su contenido. Esta activa participación del usuario presiona hacia la mayor exposición posible: la existencia virtual se basa en la publicación personal de contenidos. Los que no participan, se vuelven invisibles. Paralelamente, el uso de las nuevas herramientas –en especial, de las redes sociales y de aplicaciones, como *Whatsapp*– se plantea desde *la velocidad y la inmediatez*, cómo una actualización permanente y sincrónica de nuestro estado y de la última información de nuestra red de contactos. Es un efecto de “*ciudad pequeña*” donde todos/as están “*informados*” de lo que les pasa a los demás. En estos

círculos, el que más sobresale es el que comparte más información interesante para el resto.

Los límites de lo que una persona está dispuesta a compartir han cambiado, tanto en sus contenidos, como en las compañías y en los espacios. La “*sociedad de la ubicuidad*” favorece el intercambio fluido y constante de la información que, en muchas ocasiones, adquiere un contenido personal privado, acentuado por la inmersión en la inmediatez del momento presente y en la activación de la presencia virtual continua de otras personas. Las TIC representan el soporte de esta exhibición de contenidos asociados a la vida privada. Son la vía que facilita el acceso que, hasta hace poco tiempo, representaba únicamente una decisión personal de revelación o de ocultamiento con fronteras específicas de separación entre tiempos, espacios y compañías.

El objeto de estudio del presente artículo es el análisis de la exposición de la vida privada que los jóvenes –en concreto, los denominados “nativos digitales” de las sociedades occidentales contemporáneas– realizan a través de las nuevas tecnologías de la comunicación (de ahora en adelante, TIC). El estudio se centra en el contraste entre los contenidos tradicionales de la de la vida privada, que se presentan clausurados y cerrados en espacios y compañías, y la naturaleza más expansiva, exteriorizada y abierta con la que los jóvenes actuales viven sus comportamientos privados, marcada por “el potencial social” de las TIC, en especial de las redes sociales y de la telefonía móvil. Conceptos como la amistad y las relaciones privadas adquieren nuevos significados y contornos, y promueven unas interacciones espacialmente “extendidas” –a escala planetaria– y temporalmente “sincrónicas”, con una comunicación en tiempo real de forma poliédrica –con la posibilidad de mantener múltiples relaciones paralelas en el mismo espacio temporal–, favoreciendo la metáfora de *la sociedad de la ubicuidad*.

Este estudio se centra en la información que el individuo, sin ser presionado, sin que se le exija, de forma voluntaria, revela; de la información personal, privada e íntima de la que deja constancia en su red social a un grupo –generalmente, amplio– de contactos. Esta información adopta formas tan diversas y maleables como las propias aplicaciones, desde la oral-escrita (mensajería instantánea, Chat, Whatsapp...), hasta la escrita (blog, tablón público...), pasando por la gráfica (fotografías, imágenes...) y la audiovisual (vídeos, grabaciones...).

Para analizar el contenido actual de este espacio, se parte de su estudio en los protagonistas de este cambio tecnológico, nacidos y socializados con las nuevas TIC, en la exhibición de la vida privada, tal y como es expresada y manifestada en diferentes soportes comunicacionales, posibilitados bien por la telefonía móvil bien, por Internet y las redes sociales. Nos hemos centrado en esos jóvenes de 14 a 20 años, denominados por algunos autores como “*nativos digitales*”. Queríamos ver cómo expresan sus relaciones personales y qué diferencias existen con las generaciones anteriores, nacidas antes de los años 90, conocidas como “*emigrantes digitales*” (Prensky, 2001: 1-2).

Los objetivos específicos de este artículo son:

- Conocer las actitudes y las conductas de la privacidad en los jóvenes, con la finalidad de analizar los cambios que se han producido en la exteriorización de sus contenidos, en relación con las TIC.
- Analizar si se está produciendo un desplazamiento real y generalizado de la vida privada hacia el espacio público, que ha provocado la disolución de los espacios (público, privado, íntimo) y el desplazamiento de la esfera privada hacia la pública mediante las TIC, tal y como exponen estudiosos del tema, como Illouz (2007) Sibilía (2005, 2008).

Este proyecto de investigación toma como referente el ámbito de la Comunidad Autónoma de La Rioja. Los resultados del estudio se han basado en la configuración de la esfera privada en los jóvenes de 14 a 20 años, por lo que no se pueden extrapolar a la juventud española en su conjunto; si bien, podrían indicar tendencias que reflejen esta nueva realidad social ya que los hábitos de uso de las TIC presentan pautas muy similares a las de la población española.

## **2. FUNDAMENTOS TEÓRICOS: EL TRASLADO DE LO PRIVADO HACIA LO PÚBLICO**

A mediados del siglo XX, Riesman exponía la transición desde *un individuo intra-dirigido* a un *individuo alter-dirigido*. En la primera época (del siglo XVI a principios

del siglo XX) se va extendiendo gradualmente una mayor movilidad social, una rápida acumulación y expansión del capital y de los bienes. En este contexto, surge una amplia variedad de grupos humanos que tienen en común la fuente de dirección interior, *“en el sentido de que se implanta desde temprano en la vida, por la acción de los adultos y apunta a metas generalizadas”* (Riesman, 1981: 29). Este autor cree encontrar individuos con estas características, en la vieja clase media norteamericana, constituida por banqueros, comerciantes y pequeños empresarios. La subjetividad "burguesa" era *introducida*, un tipo de sujeto definido por el *“carácter”*, referido a esa esencia interior fija.

En la década del 40 del Siglo XX, Riesman postula el surgimiento de un nuevo tipo de individuo: el individuo dirigido por los otros: *“Sus contemporáneos constituyen la fuente de dirección, que es internalizada y lo único que permanece inalterable es el proceso de tender hacia ellas y prestar atención a las señales de los otros”* (Riesman, 1981: 37). Este tipo de individuo es representado por el autor en la nueva clase media norteamericana, a través de la figura del burócrata, el empleado de empresas y del sector de servicios (Torres, 2004: 3).

Los otros ya no son, de forma exclusiva, la familia, el vecino o el compañero de oficina. El límite entre lo familiar y lo desconocido se hace cada vez más difuso. Para este individuo dirigido por otros, *“lo desconocido se vuelve paradójicamente familiar, está como en su casa, en todas partes y su casa ya no es el nido, sino un lugar de paso, es capaz de intimar rápidamente con personas con las que se relaciona de forma eventual y/o esporádica”* (Torres, 2004: 3).

Las TIC se convierten en un componente decisivo de estos modos fragmentados y volátiles de vinculación. Se habla de *vínculos cibernéticos*, para caracterizar la relación que establece una persona mediante aparatos electrónicos. Se describen situaciones familiares en las que cada integrante se comunica con *“el afuera”* mediante los medios de comunicación social, constituyéndose en miembros de otras comunidades más amplias y diversificadas que las agrupaciones tradicionales.

En lugar de la culpa, se vivencia *una ansiedad difusa*. El individuo alter dirigido presenta un modo psicológico similar a *un radar*, que debe estar preparado para recibir

señales próximas y lejanas, de muchas y variadas fuentes y en tiempos simultáneos, que cambian con rapidez. De ahí que ideas y sentimientos como el buscar o tener una identidad, tener coherencia, van perdiendo significado (Torres, 2004: 3).

El *individuo alter-dirigido* representa un cambio hacia los otros: *subjetividad alter dirigida*. Ser mostrándose. Destacan los signos exteriores, lo que puede mostrarse de la personalidad. Se depende de la mirada de los demás para ser; la vieja interioridad no garantiza existencia. Para la antropóloga Sibilia, la interioridad aparece como un invento histórico, un espacio de acumulación de memorias, sentimientos y bagajes culturales. Ese espacio interior fue inflado en los Siglos XIX y XX, y ahora asistimos a la pérdida de su espesor, fuerza y valor vital en el hombre contemporáneo (Sibilia, en Valle, 2010).

En esta evolución, se constata como, desde la revolución industrial, el aumento del transporte público y los sistemas de telecomunicaciones han permitido un cambio en la naturaleza de las relaciones sociales. Lo que en los inicios de la actual era tecnológica se llamaba la comunicación mediada por ordenador (CMC), representa la consecuencia de estos cambios, no la causa como argumentan los escritores críticos.

Estas nuevas necesidades sociales se articulan en torno al modelo de *individualismo en red* (“*networked individualism*”) que Wellman conceptualiza como la desterritorialización de la comunicación, de forma que la sociabilidad habría ido abandonando gradualmente los espacios públicos o semipúblicos, para replegarse cada vez más en la intimidad del hogar hasta situar al propio individuo en una posición central (Wellman *et al*, 2003).

El modelo de *individualismo en red* presenta, al menos, tres características importantes (Wellman y Boase, 2006):

- i) Las relaciones son tanto locales como de larga distancia. A diferencia de las comunidades de la pequeña sociedad pre-industrial, las relaciones en las sociedades modernas se pueden mantener, incluso a través de largas distancias. Wellman (1979) argumenta cómo la mayoría de las relaciones mantenidas en una zona urbana de Toronto se realizaban con personas que vivían fuera del

barrio de residencia. Este estudio encontró evidencias de que la comunidad de relaciones no se localiza en un lugar geográfico concreto, sino que los habitantes de la ciudad mantenían sus comunidades personales mediante desplazamientos para realizar visitas personales y mediante el contacto telefónico. Si bien es cierto que las relaciones vecinales todavía persistían en el barrio, éstas sólo abarcaban una parte relativamente pequeña de la red social total de una persona. Giddens aporta un término para describir esta deslocalización de las relaciones sociales y los cambiantes alineamientos de tiempo-espacio en las sociedades modernas: el “*desanclaje*” que se refiere al despegue que sufren las relaciones sociales de sus contextos locales de interacción y su reestructuración en indefinidos intervalos espacio-temporales (Giddens, 1990: 32).

ii) El vínculo de las redes personales tiende a ser débil, pero éstas incluyen grupos con relaciones más densas. Wellman indica que las relaciones actuales no se basan en un grupo particular y concreto de individuos con el que se mantienen relaciones de alta densidad. Al contrario, muchas de las relaciones se realizan con múltiples pequeños grupos o con una multiplicidad de individuos. La mayoría de sus miembros no se conocen entre sí, o sólo se conocen de forma parcial por un ámbito específico de su vida (afinidades, intereses profesionales, aficiones...).

iii) Las relaciones se hacen de forma más fácil y, de la misma forma, se abandonan con más facilidad. Muchas de las relaciones son transitorias. La alta tasa de divorcios en los países industrializados indica que, incluso las relaciones más estables que las personas se han comprometido a mantener durante el transcurso de sus vidas, a menudo, se quedan en el camino. Los individuos crean, a menudo, diferentes relaciones a lo largo de sus vidas que, al igual que surgen, se disuelven. Los vínculos de la mayor parte de estas relaciones tienden a ser débiles, en el sentido de que tienden a carecer de intimidad emocional y a ser de carácter temporal. De esta forma, el cambio entre las diferentes roles y redes sociales proporciona a los miembros un mayor acceso a nuevas ideas o información (Granovetter, 1973). Las interacciones se tornan más débiles y volátiles en el entorno de una sociedad líquida que ya no se ve limitada por el tiempo y el espacio.

Este *proceso de individualización* desplaza la vida privada hacia el propio sujeto, convirtiéndole en un elector libre y desvinculándole progresivamente de sus apoyos del pasado (en especial, de los grupos primarios): “...*la biografía del ser humano se desliga de los modelos y de las seguridades tradicionales, de los controles ajenos y de las leyes morales generales y, de manera abierta y como tarea, es adjudicada a la acción y a la decisión de cada individuo. La proporción de posibilidades de vida por principio inaccesibles a las decisiones disminuye, y las partes de la biografía abiertas a la decisión y a la autoconstrucción aumentan. La biografía normal se convierte en una biografía elegida, con todas las obligaciones y las 'heladas de la libertad'* (Gisela von Wysocki) *que este cambio conlleva*” (Beck, 2001: 14-15).

La individualización rompe los lazos comunitarios y deja al ser humano prácticamente solo contra el mundo, sin ningún apoyo sólido, en una época en la que, incluso, las relaciones familiares se vuelven inestables. Bauman (2002) retrata esta situación actual de las cosas con el concepto de “*modernidad líquida*” que se caracteriza por la desvinculación, la precariedad y la fugacidad. El individuo busca nuevas y cambiantes comunidades de afinidad. Se muestra más frágil, más vulnerable sin el sustento de los valores sólidos y las pertenencias permanentes.

Este cambio de un proceso “*de dentro hacia fuera*” por otro “*de fuera hacia dentro*” influye en la configuración actual de la esfera privada, que presenta nuevas características:

► La disolución entre lo público y lo privado: Así, “*la división convencional entre una esfera pública no emocional y una esfera privada saturada de emociones comienza a disolverse; asimismo, se torna evidente que durante el siglo XX se llevó a los hombres y a las mujeres de clase media a concentrarse fuertemente en su vida emocional, tanto en el trabajo como en la familia, mediante el uso de técnicas similares para llevar a un primer plano el yo y sus relaciones con los demás. Esta nueva cultura de la emotividad no significa (...) que nos hayamos retirado al interior de la vida privada. Al contrario, el yo interior privado nunca tuvo una representación tan pública ni estuvo tan ligado a los discursos y valores de las esferas económica y política*” (Illouz, 2007: 18-19).

Sibilia expone cómo asistimos a una crisis de las categorías de público, privado e íntimo. Observa el desplazamiento hacia la intimidad, caracterizado por una curiosidad creciente en los ámbitos de la existencia que solían tildarse como privados. La esfera de la intimidad se ensancha en una visibilidad que se desea total. De manera concomitante, el silencio y el vacío invaden los ámbitos considerados como públicos.

Las fronteras que separaban ambos espacios (público y privado) están desintegrándose, en medio de una crisis que desafía dichas categorías y demanda nuevas interpretaciones. Así, *“la privatización de los espacios públicos es la otra cara de una creciente publicitación de lo privado, una sacudida capaz de hacer tambalear aquella diferenciación de ámbitos antes fundamental”* (Sibilia, 2008: 28).

► El traslado de la vida privada hacia la esfera pública tecnológica, tal y como exponen autores, como Eva Illouz: “En los últimos veinte años, la esfera pública se transformó, de manera característica, en un campo de exposición de la vida privada, de las emociones y de las intimidades” (Illouz, 2007: 226).

El término extimidad adquiere un nuevo significado para Paula Sibilia para denotar esta exposición de lo íntimo en las redes sociales, la exhibición voluntaria en la visibilidad de las pantallas globales: *“aquí se trata de mostrarse abiertamente y sin temores, con el fin de constituirse como una subjetividad visible”* (Sibilia, 2008: 92).

Siguiendo a esta autora, las tendencias de exposición de la intimidad que proliferan hoy en día –no sólo en Internet, también en todos los medios y en la espectacularización diaria de la vida cotidiana– no evidencian una mera invasión de la esfera privada, sino un fenómeno completamente novedoso. Las nuevas prácticas expresan un deseo de evasión de la propia intimidad, una mera tendencia de exhibirse y de hablar de uno mismo. En vez de miedo ante una eventual invasión, fuertes ansias de forzar voluntariamente los límites del espacio privado para mostrar la propia intimidad, para hacerla pública y visible: *“... tendencias exhibicionistas y performáticas alimentan la persecución de un efecto: el reconocimiento en los ojos ajenos y, sobre todo, el codiciado deseo de ser visto. Cada vez más, hay que aparecer para ser. Porque todo lo que permanezca oculto (...) corre el riesgo de no ser interceptado por ninguna mirada.*

*Y, según las premisas básicas de la sociedad del espectáculo y la moral de la visibilidad, si nadie ve algo es muy probable que ese algo no exista”* (Sibilia, 2008: 30).

La confluencia de estos procesos ha derivado en una vida privada más social, orientada a la felicidad del sujeto, y más transparente, amparada en la proyección pública de las TIC. El tiempo y el espacio se convierten en “*continentes abiertos*”, que ya no pueden ser explicados desde la división institucional clásica.

### **3. MARCO CONCEPTUAL: LO PÚBLICO Y LO PRIVADO**

El énfasis sociológico no se produce en la vida privada como una condición intrínseca de la naturaleza humana sino como una construcción socio-histórica, que incluye el análisis de cómo influyen las coordenadas sociales e históricas en su configuración y en las dimensiones que posibilitan su desenvolvimiento.

La definición operativa de la privacidad se basa en el “*control de la interacción y de la información a otras personas*”. Este concepto se relaciona con la zona-trasera de la actuación privada descrita por Goffman (1957: 124) y con las conceptualizaciones de Shils (1966: 22), Westin (1967) y Altman (1975, 1976).

El indicador general que se ha utilizado para su medición (basados en los *Estados de privacidad* de Westin), es la *apertura/reserva* de información y de interacción del propio individuo. Este indicador consta, a su vez, de dos indicadores específicos:

- *El anonimato*: reserva de información a nivel público, con terceros desconocidos.
- *La reclusión (aislamiento)*: reserva de interacción del individuo que marca una distancia física de los otros/as, en un espacio donde nadie puede verle u oírle.

**Tabla 1. Dimensiones típico-ideales de lo público y lo privado**

<b>LO PÚBLICO</b>	<b>LO PRIVADO</b>
Ciudadano, empleado, votante	Persona total (valores)
Especializado, unidimensional, formal	Global, inespecífico, informal
<b>Interacción</b>	
Compañía de muchos, conocimiento impersonal (distancia personal)	Compañía de pocos/as cercanos (familia, pareja, amigo/a íntimo/a) Aislamiento
Impuesta	Libre voluntad del sujeto
<b>Acceso a la información</b>	
Clausura (cierre): acceso a la información pública (profesional, racional)	Confidencialidad (secreto)
Exteriorización del actor social e inhibición de la persona	Interiorización, introspección, comunicación emocional y afectiva
Común, compartida	Propia, personal, idiosincrática
<b>Pautas de comportamiento</b>	
Presión, imposición y responsabilidad (normas ajenas)	Espacio de libertad (normas propias)
Camuflaje, apariencia	Autenticidad: libre desenvolvimiento del sujeto
Instrumentalidad. Neutralidad afectiva	Afectividad
<b>Contenidos</b>	
“ <i>Hechos objetivos</i> ”: Hechos, opiniones, normas, apariencias reconocidos por todos o una amplia mayoría social	“ <i>Experiencias subjetivas</i> ”: Sentimientos, pensamientos, fracasos, secretos, expectativas vitales, sueños propios
<b>Espacios</b>	
Calle, organismos oficiales, empresas	Semi-Privado: locales de encuentro (parques, cafeterías) Privado: territorios del yo (casa, coche, móvil, ordenador) Íntimo: mi habitación, persona, interior

Fuente: elaboración propia

#### 4. MARCO METODOLÓGICO

Esta investigación se realiza en un contexto descriptivo y exploratorio. Para confirmar las hipótesis y presupuestos teórico de partida, se ha utilizado una metodología de triangulación con la aplicación de distintas metodologías de estudio. De esta forma, se diferencian tres fases en el análisis:

- *Fase previa*: Uso de fuentes secundarias (documentales y estadísticas). En esta etapa, se ha realizado una recopilación, organización y análisis de los estudios relacionados con las TIC, las redes sociales y la telefonía móvil y su uso en los

jóvenes, a nivel internacional, nacional, regional y local. Su finalidad es la comparación con los datos de nuestro estudio.

- *Fase exploratoria de carácter cualitativo*: Como paso previo para verificar las hipótesis de partida y, por tanto, la viabilidad de esta investigación, se ha tomado como punto de partida una metodología de carácter cualitativo con la aplicación de la técnica de *la entrevista semiestructurada*, que facilita la flexibilidad y riqueza informativas. Esta entrevista ha sido realizada a informantes clave pertenecientes al universo poblacional (jóvenes y adolescentes de 14-20 años escolarizados en La Rioja). Los objetivos de esta fase eran familiarizarnos con el problema de estudio y verificar qué estrategias de investigación son más adecuadas para su análisis.
- *Fase de análisis*: La metodología utilizada en esta fase es cuantitativa, basada en la técnica estadística de *la entrevista estandarizada* (encuesta). El cuestionario fue administrado en centros escolares a jóvenes y adolescentes.

La población o universo está formada por los/as jóvenes y adolescentes de 14 a 20 años, escolarizados/as en centros educativos de La Rioja, durante el curso escolar 2010/11. Los motivos de la elección radican en que son los/as usuarios/as que presentan un mayor uso de Internet, tanto en porcentaje como en frecuencia de uso. Las pautas de hábitos de uso de Internet en esta Comunidad Autónoma presentan tendencias similares a las de la geografía española, tanto en las estadísticas oficiales como en los estudios basados en la metodología de encuesta, por lo que la elección de esta zona se adapta al análisis de posibles tendencias del cambio de la privacidad en la juventud española.

La muestra seleccionada es *No Probabilística* ya que no se dispone de base de sondeo de la población de 14 a 20 años de La Rioja. El muestreo seleccionado es *el muestreo por cuotas* que es el que garantiza un mayor nivel de representatividad en el muestreo no probabilístico. Además, se han aplicado criterios aleatorios de selección para mejorar el nivel de representatividad en variables independientes, como la edad y el género.

Mediante los datos estadísticos de la población escolarizada en La Rioja (Gobierno de La Rioja, 2011a y 2011b), se ha elaborado *una muestra por cuotas marginales* (por

características independientes), basada en la distribución por zonas (Rioja Alta, Rioja Media y Rioja Baja), tipo de centro (público y privado) y nivel educativo (ESO, Bachillerato, Ciclos de Grado Medio y PCPI) durante el Curso escolar 2010-11. La selección de la muestra es polietápica, ya que consta de diversas fases de elección de las unidades muestrales por zona, tipo centro y nivel educativo.

Se parte de un error muestral del  $\pm 5\%$  y un Nivel de Confianza del 95%. Se desconoce el tamaño muestral exacto del universo formado por los jóvenes riojanos de 14-20 años pero se estima que no supera los 20.000 habitantes. El tamaño total de la muestra (con la hipótesis de  $p= 50\%$ ) es de 400 personas.

El diseño de los Instrumentos de recogida de información se ha basado en la operacionalización de los conceptos teóricos de partida y en la revisión de cuestionarios utilizados en las fuentes secundarias. A nivel metodológico, se han elaborado indicadores empíricos que toman como punto de partida las contribuciones teóricas de Goffman (1957: 124) y Shils (1966: 22) para la medición de los comportamientos, y se ha implementado la *Escala de privacidad* de Westin (1967), adaptada mediante pre-test, para la medición de las actitudes.

## **5. DISCUSIÓN Y RESULTADOS**

En relación a las actitudes, los jóvenes declaran tener un alto nivel de privacidad. Sus actitudes hacia la privacidad denotan la importancia que tiene para ellos tener un espacio personal, sin la injerencia de otras personas. La reserva es especialmente alta en la dimensión de *Anonimato* (relativo a la clausura de su información personal), sobre todo en:

- La *“reserva de conversación”*. La importancia que los entrevistados conceden a la posible escucha de sus conversaciones por desconocidos/as contrasta con el uso público del móvil. Su conducta puede ser, tal y como declaran, no hablar de temas personales con extraños, ya que las relaciones suelen centrarse en el universo cercano (contactos de la agenda).

- La “*reserva de su espacio personal*”. Un tema muy importante para ellos es su espacio personal, formado, en primer lugar, por sus objetos propios que representan una extensión del sí mismo –lo que exige, tener un consentimiento para tomarlos prestados–; la posibilidad de poder elegir los momentos para estar solo; y la capacidad de ensimismamiento en sus temas personales.

Sin embargo, la “*reserva del espacio*” se limita a la reivindicación de su espacio personal, cuyas fronteras deben ser respetadas, y no se extiende a otros espacios cercanos. Así, el cuarto ya no presenta el sentido de propiedad y cierre de antaño: para la mitad, es un recinto abierto para sus familiares que pueden acceder al mismo sin llamar. Este dato denota “*la armonía familiar*” de un núcleo humano muy próximo al joven, con el que se suele mantener una relación satisfactoria en un clima de confianza.

- La “*soledad*”: Los jóvenes consideran que, tanto la familia como el individuo, deben disponer de un espacio propio y autónomo para el desarrollo de su vida, sin intromisiones de terceros. No obstante, esta soledad es relativa y se relaciona más con el respeto de la independencia ya que, a la hora de tomar decisiones, el joven no se declara totalmente autónomo sino que, más bien al contrario, busca el asesoramiento y apoyo de las personas más cercanas, sobre todo de la familia y amigos/as.

Más que hablar del fin de la privacidad, podríamos hablar de la larga sombra de la privacidad. Las visiones apocalípticas del fin de la privacidad de los “*nativos digitales*” se basan en falsos supuestos. En todas las investigaciones realizadas, incluida la nuestra, los jóvenes se muestran conscientes de los riesgos de Internet y preocupados por su nivel de privacidad.

Por ejemplo, el estudio *Navegantes en la Red* (AIMC, 2013: 53) denota esta percepción de inseguridad, pues más del 35% de internautas mayores de 14 años declaraba que la seguridad representaba un importante problema en Internet, tras la velocidad, el coste y la publicidad; mientras que el problema de la privacidad era señalada por un 28 %, situándose en una sexta posición. En la percepción de seguridad, un 45,1% de internautas se sitúa entre el 7 y el 10 en grado de preocupación con respecto a la privacidad en Internet, en una escala del 0 al 10. Son los jóvenes y los universitarios los que menos seguros y menos anónimos se sienten (INTECO, 2012b: 6).

La población entrevistada, socializada en las nuevas tecnologías, manifiesta también esta preocupación por la privacidad. Más del 80% se muestra cautelosa a la hora de proporcionar sus datos personales por Internet y se declara consciente de sus riesgos. En general, los jóvenes reservan su información, lo que cuentan, lo que hablan, sus objetos personales y su espacio personal. Sus actitudes expresan el deseo de vivir en contacto con su universo privado, sin la intromisión de personas ajenas.

Pero la privacidad se quiebra al pasar de las actitudes a las conductas de los jóvenes en Internet. Para explicar las causas de esta disonancia, hay que adelantar las características del uso de las TIC (Funes, 2008: 170):

- a) La centralidad de la dimensión afectivo-emocional impone ciertos rasgos a la comunicación.
- b) Facilita la solidificación e intensificación de sus vínculos sociales al favorecer un ámbito de privacidad en sesión continua.
- c) Transforma el significado tópico de los espacios, permitiendo la construcción de nuevos límites.
- d) Los nuevos límites personales no los marcan el espacio y el tiempo, se encuentran “*entre los míos y el resto*”, ignorando (o sorteando) las barreras socialmente establecidas.

Estas características propician sobrepasar los límites convencionales. El aislamiento del entorno, la fuerza de los vínculos afectivos, la pérdida del sentido espacio-tiempo, y la exposición personal permanente facilitan que se rebase una frontera siempre difusa. Los jóvenes son conscientes de los riesgos de Internet pero, en similar medida, declaran controlarlos. Si bien es cierto que la pauta general es pensar que conocer los riesgos de Internet implica poder asumirlos.

Respecto a los comportamientos en la red, se mantiene una conducta mayoritaria de reserva de información personal en el Chat, en el que la tendencia general es no hablar de temas personales y no tener contacto con desconocidos/as. Hay mayor acceso a la información personal (10-15% reconoce hablar de asuntos personales con frecuencia)

que a las relaciones con desconocidos/as (sólo un 4-7% declara hablar y quedar con frecuencia con extraños/as). Los perfiles de privacidad se exponen en la tabla 2.

**Tabla 2. Clasificación de los jóvenes, según perfiles de privacidad en Internet**

	ESTILOS		
	RESERVADO	PRAGMÁTICO	ÉXTIMO
<b>RESERVA DE INFORMACIÓN</b>	Representa aproximadamente el 50% de los jóvenes. Alta precaución de acceso a sus datos personales. Declara no identificarse sobre cosas personales.	Representa aproximadamente el 20% de los jóvenes. Su tendencia general de navegación sigue el estilo reservado. Su privacidad se puede denominar de la excepción ya que, según las circunstancias, pueden dar sus datos personales. Ofrece acceso a sus datos en pocas ocasiones.	Representa aproximadamente 30% de los jóvenes. Navegación sincera con acceso a sus datos personales.. Expone sus fotografías personales, de amigos y familiares.
<b>RESERVA DE INTERACCIÓN</b>	Representa aproximadamente el 80% de los jóvenes. No habla con desconocidos/as de temas personales, ni han quedado personalmente por el Chat (70-80%)	Representa aproximadamente 10-15% de los jóvenes. Tiene relaciones personales con desconocidos en alguna ocasión. Incluso han llegado a quedar con ellos/as de forma excepcional.	Representa aproximadamente el 5-7% de los jóvenes. Es un sector abierto a interacciones con desconocidos/as: los agrega al Messenger, y queda con ellos.
<b>PERFIL SOCIO-DEMOGRÁFICO</b>	Mayor presencia de españoles y no usuarios/as de redes sociales. Los chicos de 16-17 años son más reservados en su interacción y más abiertos en su información.	Presencia de todos los segmentos demográficos.	Alta presencia de inmigrantes (sobre todo, chicas) y usuarios avanzados de redes sociales. Las chicas, excepto en la publicación de fotos sexys.

*Fuente: elaboración propia*

Sin embargo, las cosas cambian, y mucho, al analizar la información publicada en las redes sociales. Los jóvenes no quieren dar sus datos en Internet pero los proporcionan en una red social. Rellenan casi todas las casillas del perfil si se trata de entrar en *Tuenti*, desde el centro de estudios hasta la edad. Se constata una percepción distinta de Internet (un mundo abierto a un público desconocido y diverso) y de la red social preferida (un mundo privado que despliega confianza, excepto en datos específicos

íntimos o de contacto). La limitación de la red de contactos facilita que la percepción de la red proporcione una sensación de seguridad.

La mayoría de los jóvenes facilita sus datos básicos en el perfil de su red social (nombre, primer apellido, año de nacimiento, ciudad, centro de estudios). Sin embargo, sí que demuestran cautela en sus datos de localización, como el correo electrónico, el número de teléfono y la dirección postal. El acceso a la intimidad corpórea (envío de fotos en posturas sensuales) también aparece muy restringido y se constata la importancia del “pudor”, sobre todo en las chicas. Se habla poco de cuestiones personales y de sentimientos, y el acceso de desconocidos permanece restringido.

**Tabla 3. Datos del perfil de la Red Social preferida (totales)**

<b>DATOS PERSONALES</b>	<b>Sí</b>	<b>Lo tenía y lo quité</b>	<b>No</b>
- <b>Nombre</b>	97,7%	1,8%	0,5%
- <b>Género</b>	94,8%	1,3%	3,9%
- <b>Fotos de tus amigos/as</b>	93,5%	2,3%	4,2%
- <b>Fecha de cumpleaños (con año)</b>	92,9%	3,7%	3,4%
- <b>Primer Apellido</b>	87,7%	7,9%	4,5%
- <b>Fotos personales</b>	85,4%	3,7%	11,0%
- <b>Ciudad, municipio de residencia</b>	84,6%	4,2%	11,2%
- <b>Nombre del Centro de Estudios</b>	84,1%	5,5%	10,4%
- <b>Aficiones y hobbies (cine, música, deporte)</b>	58,2%	9,1%	32,6%
- <b>Segundo Apellido</b>	44,4%	16,8%	38,8%
- <b>Dirección de correo electrónico</b>	33,3%	9,7%	57,0%
- <b>Inclinación sexual</b>	24,8%	1,3%	73,9%
- <b>Vídeos personales</b>	21,6%	5,3%	73,1%
- <b>Teléfono móvil</b>	6,6%	4,7%	88,7%
- <b>Religión</b>	5,0%	1,3%	93,7%
- <b>Dirección postal (calle, portal...)</b>	4,5%	2,1%	93,5%
- <b>Ideología política</b>	4,2%	1,8%	94,0%

*Fuente: elaboración propia*

Esta reserva contrasta con la información compartida “para quedar” en el tablón de las redes sociales, acontecimientos divertidos, como las fiestas y los cumpleaños, y vacaciones y momentos de ocio. El espacio social tiene un alto componente lúdico que el joven comparte sin reparar en las posibles consecuencias.

Se construye una interacción cotidiana en la que el usuario/a habla de lo más divertido y especial de su vida. Cuenta cómo se siente ese día, lo que quiere a sus amigos/as y

publica fotos y vídeos de amigos/as y familiares para compartir y extender esos momentos especiales. El contenido es emocional, interactivo y directo. La comunicación pública se articula en torno a los momentos de la cotidianeidad excepcional. También, se comparte el estado de ánimo y los sentimientos hacia los/as amigos/as. El eje de su espacio digital es, siempre, *compartir* (información o comunicación).

Las TIC presentan un binomio contradictorio entre la oportunidad y el riesgo. La percepción de las redes sociales como un ámbito más “seguro” que el entorno general de la Web representado por la incertidumbre, genera un efecto de desinhibición. Este efecto difiere del que se producía hace una década con el Chat marcado por el anonimato y la invisibilidad. En la actualidad, se busca precisamente lo contrario: *ser visible en la red social*. Las emociones derivan de la propia vida social del grupo, en un ambiente de inmersión en el presente (inmediatez) y búsqueda de la novedad y el encuentro social.

El fenómeno se reproduce en la reserva de información en el perfil de la red social. Los datos de contacto quedan prohibidos pero se exponen datos personales que permiten el reconocimiento y localización de los jóvenes. Porque una cosa es exponer información en Internet y otra, muy distinta, es poner los datos en tu red social –que, incluso, la propia red exige para poder ser miembro–. Los jóvenes perciben que la exposición de estos datos se limita a un círculo cerrado de contactos y no advierten la extensión real de su difusión pública.

Por ejemplo, el riesgo del *cyberbullying* (envío de comentarios, fotos o vídeos) está muy cercano ya que puede saltar, en cualquier momento, desde el propio círculo social. En este sentido, aunque elaborados desde perspectivas, metodologías y marcos interpretativos distintos, cabe mencionar dos artículos recientes publicados en la presente revista sobre las redes sociales de Internet, que indagan en los peligros sobre la intimidad de los jóvenes en las redes sociales (Oliva Marañón, 2012) y en los mecanismos sobre difusión y eco de la información en forma de “jaula de grillos” inherente a esos espacios (Torres Nabel, 2013), respectivamente.

**Tabla 4. Información compartida en el muro o tablón público de la Red Social (totales)**

	<b>Nunca</b>	<b>Rara vez</b>	<b>Con frecuencia</b>
<b>1. Acontecimientos divertidos (cumpleaños...)</b>	12,0%	23,2%	64,8%
<b>2. Para quedar (para salir, quedadas, fiestas...)</b>	24,7%	29,5%	45,7%
<b>3. Lo que haces los fines de semana y/o en vacaciones</b>	24,3%	32,9%	42,8%
<b>4. Lo que quieres a tus amigos/as</b>	34,2%	30,3%	35,5%
<b>5. Estado de ánimo (triste, alegre...)</b>	38,9%	33,4%	27,7%
<b>6. De ligues</b>	57,7%	26,8%	15,6%
<b>7. Tus sentimientos más íntimos</b>	66,2%	20,5%	13,2%
<b>8. Lo que quieres/ esperas de la vida</b>	60,4%	29,7%	9,9%
<b>9. Temas sociales (ley Sinde, igualdad...)</b>	71,3%	19,6%	9,1%
<b>10. Problemas de España y del mundo</b>	77,8%	14,6%	7,6%
<b>11. Si te sientes mal o tienes problemas de salud</b>	77,6%	16,4%	6,0%
<b>12. Datos personales (e-mail, dirección, teléfono....)</b>	81,5%	13,6%	5,0%
<b>13. Fotos personales en una postura sexy</b>	82,1%	13,2%	4,7%
<b>14. Tus problemas en casa o en el colegio</b>	90,1%	8,1%	1,8%

*Fuente: elaboración propia*

Respecto a los medios analizados, los mensajes privados (correos electrónicos, Whatsapp y mensajes en la red) son los que generan mayor nivel de confianza, como se observa en el aumento de jóvenes que proporcionan datos específicos de localización, como el número de teléfono móvil o la dirección de correo electrónico. Son medios para compartir temas de carácter privado, en los que se habla menos de temas sociales y colectivos, y de acontecimientos divertidos (cumpleaños, fiestas).

El nivel de confianza en la privacidad con el teléfono móvil se sitúa a un nivel intermedio entre el muro público de la red social y los mensajes privados. Los mensajes, en forma de Whatsapp o SMS, contienen una gran carga emocional para los jóvenes. Son un medio de comunicación utilizado para comunicarse con el entorno más cercano, con un alto vínculo afectivo.

El móvil se configura, sobre todo, como el medio preferido para quedar con los amigos/as. En las chicas, adquiere una función más afectiva para compartir sentimientos íntimos con la pareja y con su amiga más especial.

**Tabla 5. Tipo de Información compartida en el tablón público de la red social, en los mensajes (de correo electrónico y de redes sociales) y en el teléfono móvil (SMS y llamadas)**

RESPUESTAS	Tablón público	Mensajes	Teléfono móvil
1. Para quedar (para salir, quedadas, fiestas...)	3,0	4,0	4,2
2. Lo que haces los fines de semana y/o en vacaciones	3,0	3,4	3,2
3. Acontecimientos divertidos (cumpleaños...)	3,7	3,2	3,1
4. De ligueos	1,9	2,9	2,7
5. Estado de ánimo (triste, alegre...)	2,5	2,9	2,5
6. Lo que quieres a tus amigos/as	2,7	2,8	2,5
7. Tus sentimientos más íntimos	1,7	2,4	2,3
8. Si te sientes mal o tienes problemas de salud	1,4	2,3	2,1
9. Tus problemas en casa o en el colegio	1,2	2,1	1,8
10. Datos personales (e-mail, dirección, teléfono....)	1,3	2,1	1,6
11. Lo que quieres/ esperas de la vida	1,8	1,9	1,6
12. Problemas de España y del mundo	1,5	1,4	1,3
13. Temas sociales (ley Sinde, igualdad...)	1,6	1,4	1,3
14. Fotos personales en una postura sexy	1,3	1,2	1,1
ESCALA: 1-5. DE 1 (NUNCA) A 5 (MUCHAS VECES)			

*Fuente: elaboración propia*

El joven gestiona su privacidad de formas diversas. La disonancia cognitiva provocada por el conocimiento de los riesgos le hace tener un comportamiento –siempre relativo– de prevención en Internet. Sin embargo, de forma inconsciente, la red social adquiere otros significados en el imaginario social del adolescente. Un espacio en el que puede contar de forma más libre cómo se siente, lo que le pasa en su vida cotidiana, y en el que puede compartir los momentos lúdicos. Y, sobre todo, constituye un espacio en el que puede desplegarse su personalidad en un entorno de relación con sus iguales, apartado del control adulto.

Los “*nativos digitales*” aprenden, cada día, configuraciones de privacidad, bloqueos y limitaciones de acceso. Así, limitan el acceso a su perfil social (sólo un 3,1% tiene un perfil público abierto a todos) y el contacto de desconocidos/as (sólo un 18,4% declara tener desconocidos/a para ligar en su red social). Estos datos superan las cifras de los internautas españoles mayores de 15 años ya que el 8 % manifiesta tener un perfil abierto para cualquier usuario (INTECO, 2012a: 34). Los usuarios más jóvenes se presentan como más cuidadosos que los mayores, más prudentes en la configuración de su perfil en redes sociales y más cautelosos a la hora de proporcionar datos personales

(INTECO, 2012b: 9). En España, un 90% de los internautas mayores de 15 años declara no facilitar nunca sus datos confidenciales (contraseñas, nombres de usuarios/as), evita aceptar invitaciones para visitar páginas webs que proceden de desconocidos/as y rechaza invitaciones/mensajes o mensajes de usuarios/as que no conoce (INTECO, 2012a: 27).

Pero, paralelamente, despliegan conductas de riesgos al ampliar su red a 300 ó 400 contactos (la media de miembros de la red de contactos) para destacar en su círculo por su sociabilidad. Los más populares, los más expuestos/as llegan a ampliarla hasta superar los 1.000 amigos/as. Las relaciones con desconocidos/as que presentaba tantas reservas en la comunicación en el Chat, se despliegan en la red social.

Los jóvenes conocen los riesgos de Internet pero se produce lo que denominamos la “*excepción de la privacidad*”. Si bien, la mayoría de usuarios es consciente de los riesgos de Internet y pone en práctica conductas de defensa de su privacidad, siempre puede haber lugar para la excepción. La más significativa es la relacionada con el acceso a las redes sociales que supone una amplia contraprestación de datos personales del internauta a cambio del servicio de ser miembro. Y siempre hay otras posibles: el encuentro, las circunstancias, la propia interacción social generan emociones que favorecen la libre expresión de las ideas y sentimientos personales. Esta interacción frenética que favorece que un elevado número de jóvenes utilice el muro de *Tuenti* para quedar con los amigos/as.

Esta realidad aparentemente contradictoria, que sería necesario revisar con mayor profundidad, se ha obtenido también en los datos de otros estudios como *Redes sociales y privacidad del menor* (Piñar, 2011). Así, un 79% de menores españoles de 14-16 años no ve amenazada su privacidad en las redes sociales. Los mismos que declaran que conocen a alguien que ha tenido experiencias contrarias a su privacidad (45%) y que manifiestan ser conscientes de que los datos que se cuelgan en la red pueden ser vistos por otras personas (97%), e incluso, grabados (82,7%).

La privacidad se configura como un conjunto de expectativas, que los jóvenes manifiestan tener, ya que conceden mucha importancia a la privacidad (92,4%), implementan configuraciones de privacidad (86,1%) y apoyan la prohibición de

determinados comportamientos (68,9%) (Piñar, 2011: 22-29). Pero, en el otro extremo, las redes representan un mundo para la libre expresión y la socialidad con el grupo de iguales, basadas en la comunicación real.

Si los jóvenes no ven peligrar su privacidad es probable que hayan disminuido sus expectativas, a cambio de una contraprestación como es el ser miembro de una red social. Pero esta cesión no es indiscriminada, sino que, más bien al contrario, van aprendiendo a manejar configuraciones de privacidad que le hacen sentirse más “seguro” mientras se mueven en una contradicción que normaliza:

- a) La red es su centro de contacto, por lo que exhibe datos personales y privados. Pero resguarda sus datos de localización y sus datos íntimos.
- b) La mayoría de jóvenes sólo admite a personas a las que le unen ciertos vínculos –aunque sean tan endebles como ser amigo de un amigo–. Pero amplía su red hasta un número incontrolable de contactos.
- c) Bloquea el acceso y convierte el perfil en privado. Esta opción le permite generar una sensación de una vulnerable “seguridad”.
- d) No habla de sus sentimientos y no expone datos de localización pero utiliza el muro público para quedar y exhibir datos de sus actividades vacacionales y del fin de semana.

En conclusión, la relación de los jóvenes con las TIC es más abierta en la información que en la interacción. Una tercera parte navega de forma sincera y suele publicar fotografías personales y de amigos/as y familiares en Internet. Los segmentos que tienden a exponer más información son las chicas –que duplican a los chicos en la publicación de fotografías–, los inmigrantes y, sobre todo, las chicas inmigrantes. También, la exposición es más frecuente entre usuarios/as avanzados de redes sociales y entre los chicos varones de 16-17 años.

Una minoría (5-7 %) mantiene relaciones frecuentes con desconocidos, los agrega al Messenger, chatea con ellos, e incluso, llega a quedar personalmente. En este segmento, hay una presencia destacada de inmigrantes, sobre todo chicas, y de usuarios avanzados de redes sociales.

Los inmigrantes manifiestan una postura significativamente más abierta en Internet. Si bien, los chicos inmigrantes se muestran cautelosos en la exposición de sus conversaciones privadas; las chicas inmigrantes son más abiertas en todas las variables de información y de relación.

En relación al uso de redes sociales, los usuarios avanzados manifiestan unas conductas más abiertas. Son personas más expuestas por su pertenencia múltiple a varias redes sociales y por su frecuencia de uso del ordenador. A lo que hay que añadir que las motivaciones de uso de las redes de uso se vinculan principalmente con las relaciones de amistad (AIMC, 2013: 68).

## 6. CONCLUSIONES

El siglo XXI representa una época “saturada” en información, espacios y relaciones. Las esferas (pública, privada, íntima) se entrecruzan, como olas del proceso activo de la vida, y la propia interacción genera espacios mixtos y roles intercambiables, con transiciones y límites cada vez más permeables. Paralelamente, el tiempo, el espacio y las compañías pierden sus antiguos contornos y se dilatan mediante las TIC, que representan los principales soportes de esta “porosidad” –en la que lo privado deviene en público o semipúblico– por su capacidad de penetración en todos los ámbitos de la vida cotidiana.

En este contexto, los espacios de comunicación intersubjetiva y social generados mediante las TIC desplazan paulatinamente algunos de los espacios y tiempos de la privacidad, tal y como han sido entendidos tradicionalmente. La diferenciación de estas esferas durante el siglo XX, época en la que se produjo la especialización de la escuela como agencia educativa, la pérdida de funciones socializadoras de la familia y el énfasis en su rol afectivo, y la separación de la esfera instrumental del trabajo del núcleo doméstico, ha ido experimentando una mutación progresiva desde los años 90 con la generalización de Internet.

El proceso de individualización centra en el propio individuo la gestión de su biografía personal. El nómada está solo y sustenta sus relaciones en la negociación con otros nómadas, ubicados en campamentos autosuficientes y cercanos, disponibles para visitas

eventuales, mediante unas vías tecnológicas siempre abiertas y cada vez más accesibles en la Aldea Global.

Esta dinámica se traslada a las TIC bajo la forma de *Individualismo en red*, en un modelo sin territorio fijo que se desplaza junto al individuo. Un individuo móvil permanentemente conectado a sus apéndices vitales que precisa y busca apoyos personales. Unos apoyos que ya no gozan de la estabilidad del antiguo contrato (de matrimonio, de amigo íntimo) sino que, cada vez, se sustentan con más fuerza en pactos abiertos y transitorios.

Estas redes de apoyos se basan en una comunicación virtual que crea *contextos tecnosociales*, generados en y desde la propia interacción y, cada vez, más desvinculados del tiempo y del espacio. Estos contextos se generan a través de aplicaciones tradicionales, como el correo electrónico pero, sobre todo, se sustentan en las funcionalidades de la Revolución 2.0 (redes sociales, Whatsapp, Skype, youtube, fotolog y otras) y en la complementariedad y movilidad de los dispositivos tecnológicos. El privatismo persiste en forma de consulta de webs y descarga de programas pero, incluso, esta información es utilizada para compartir con la red de contactos. La personalización ha sustituido al privatismo del círculo familiar y social, con un individuo proactivo que utiliza el ordenador de forma autónoma y, en la mayoría de ocasiones, aislado en su propia habitación pero, al mismo tiempo, permanentemente conectado con otras personas.

Las relaciones directas personales y las relaciones virtuales se imbrican de forma recíproca. La virtualidad no sustituye a la comunicación personal sino que la amplía a nuevos modelos y contenidos, con una proyección tecnológica. Paralelamente, se generan nuevas relaciones que configuran Internet como un medio de contacto: si bien, sólo una quinta parte de los jóvenes declara agregar desconocidos “para ligar”, las nuevas interacciones se realizan mediante amigos/as comunes. Los jóvenes declaran pertenecer a pocos grupos por lo que no se produce el efecto de afinidad que anunciaban Castells y Maffesoli. Las tribus surgen a partir de redes personales que se extienden mediante la amistad compartida, en la cadena de “amigos de amigos”.

En las redes sociales, el adolescente se presenta como *prosumidor*, que produce y consume contenidos de carácter predominantemente social y lúdico, y como *gestor de*

*su privacidad* que aprende, planifica e implementa sus configuraciones de privacidad, bloquea el acceso a sus contenidos y declara ser selectivo con sus contactos. Se constata la incompatibilidad de ambos roles: el protagonismo mediático –ser visto y leído– contrasta con la protección de los datos personales. Esta incompatibilidad se refleja en la contradicción permanente entre unas actitudes de alta reserva de interacción y de información, y unos comportamientos mucho más expuestos, patentes en los datos y temas que los jóvenes exponen en el perfil y en el muro de su red social.

La privacidad se vive en la contradicción: si bien, las expectativas son muy altas y el comportamiento general en Internet se puede caracterizar de reserva de interacción –con un escaso contacto con desconocidos–, la conducta se transforma según se trate de acceder al servicio de una red social utilizada por sus compañeros/as de clase, contar las salidas de fin de semana, o publicar fotografías personales en webs o en fotologs.

Tanto las actitudes como las conductas en Internet de los jóvenes presentan una gran reserva para las relaciones sociales. Los desconocidos forman una periferia apartada y peligrosa. Si bien, la mayoría no habla de temas personales en Internet, una tercera parte de los jóvenes –y las chicas, en mayor proporción– expone con frecuencia las imágenes de sus momentos privados. La reserva de información no es tan importante para ellos como la reserva de interacción, que se presenta muy cerrada.

Pero, el quiebre de este recinto amurallado se produce en las redes sociales. Toda reserva cede a la hora de abrir un perfil en una red social e introducir los datos personales o de publicar libremente en el muro público, a la vista de todos los contactos de su red, el sitio para quedar o lo bien que lo han pasado en sus vacaciones o en una fiesta. Si bien, es cierto que la mayoría de jóvenes utiliza ampliamente las configuraciones tecnológicas de privacidad, la cesión de los datos a las compañías comerciales, la ampliación cuantitativa de la red de contactos –con una media de 300/400 contactos– y las vulnerabilidades técnicas, generan una situación de incertidumbre. Sin embargo, el joven asegura conocer y controlar los riesgos de Internet.

Las redes sociales constituyen la paradoja de la privacidad. Se constata una percepción distinta de Internet (un mundo abierto a un público desconocido, indeterminado y

diverso) y de la red social preferida (un mundo privado que despliega confianza al estar abierta sólo a los/as amigos/as, excepto en datos específicos íntimos o de localización). La limitación (aparente) de la red de contactos facilita que la percepción de la red proporcione seguridad al adolescente.

En relación a variables relacionadas con una tendencia a una mayor digitalización de lo privado, destacan la mayor presencia de inmigrantes, sobre todo de mujeres, las chicas y los/as usuarios/as de más de una red social, que manifiestan posturas más abiertas en la exhibición de su información y en el contacto con personas desconocidas.

El encuentro lúdico propicia una comunión en temas sociales comunes, como el tiempo de la excepcionalidad (vacaciones, fines de semana) y la cita para quedar. La “*excepción de privacidad*” responde al fenómeno del tribalismo, entendido como la revolución de los sentimientos que pone de relieve la alegría de la vida primitiva (Maffesoli, 2002: 227- 228). La tribu representa la socialidad, la comunión de compartir vivencias, transmitir estados de ánimo y revivir emociones de momentos felices. El muro de la red social se configura como un “*refugio social*” para la evasión, con raíces comunales, en una fusión identitaria con el grupo de iguales mientras otros refugios se circunscriben a compañías especiales, con un mayor vínculo emocional y contenidos más personales, como los mensajes privados por *Whatsapp* y/o las conversaciones del móvil. Estos refugios colectivos conviven con el individualismo de otras esferas racionalizadas, como los estudios.

Se constata la existencia de “espacios digitales” que se viven en un “afuera” de los entornos tradicionales de lo privado y lo íntimo pero el fenómeno no se puede caracterizar como mutación o virtualización. En nuestra opinión, se está produciendo la exteriorización de algunos espacios heterogéneos y flexibles pero no como una exteriorización uniforme que afecta a todos los jóvenes (recordemos que el segmento éxtimo es minoritario), ni en todos los ámbitos de la interioridad en general, ni tampoco como un desplazamiento directo hacia lo público, sino como una transición hacia espacios intermedios.

De esta forma, se presenta un traslado de una parte de lo privado (datos personales como nombre, apellidos, centro de estudios, fotografías) hacia lo público virtual. Un ámbito público que habría que delimitar ya que no se dirige de forma indiscriminada a

todo el mundo (*publicitación*) sino mayoritariamente a los contactos de la red social (*privatización de lo público*). La única excepción se constata en las fotografías que son publicadas en webs de Internet de acceso público.

En estos desplazamientos, caracterizados por “*la porosidad*” a nivel general, es decir, por filtraciones esporádicas derivadas de la exposición al medio, se constata una tendencia a vivir de forma más exterior, representada plenamente por una avanzadilla de individuos (el segmento éxtimo), que navega en la red en una disolución de lo público y privado, en un entorno que supera antinomias y divisiones estancas.

En conclusión, la denominada “*generación transparente*” no se puede considerar ni “generación” si analizamos la segmentación de sus conductas, ni transparente ya que su privacidad sólo se muestra diáfana de forma esporádica y en determinada información. Los jóvenes mantienen unas expectativas en relación al respeto de su espacio personal y gestionan activamente diversos círculos privados, siempre inestables, desde el apoyo efímero que buscan en los contactos del *Tuenti* hasta una intimidad que se reserva para la familia, la pareja y la amistad especial. Las filtraciones esporádicas y la intensidad de la vivencia de un segmento éxtimo generan “*espacios digitales*” abiertos a lo público (problemas del mundo), a lo social (vivencias lúdicas comunes), a lo privado (datos del perfil) y, para este segmento minoritario, a lo íntimo (afectivo y físico).

## BIBLIOGRAFÍA

Altman, Irwin (1975). *The environment and social behavior*. Monterrey, Ca, Brooks Cole.

Altman, Irwin (1976). 'Privacy: a Conceptual Analysis'. *Environment and Behavior*, 8, pp. 7-29.

AIMC (2013). *15º Aniversario Navegantes en la red. 15ª encuesta AIMC a usuarios de Internet*. Madrid, Marzo, en: <http://download.aimc.es/aimc/4uT43Wk/macro2012.pdf> (datos consultados el 15 de julio de 2013).

Bauman, Zygmunt. (2002). *Modernidad líquida*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.

Beck, Ulrich y Beck-Gernsheim, Elisabeth (2004) [2001]. *La individualización. El individualismo institucionalizado y sus consecuencias sociales y políticas*. Barcelona, Paidós Ibérica.

Belleghem, Steven Van (2010). *Social media around the World*. InSites Consulting. Januari, 2010. Available in: <http://www.slideshare.net/stevenvanbelleghem/social-networks-around-the-world-2010> (consultado el 11 de Octubre de 2010).

Boase, Jay and Wellman, Billy (2006). 'Personal Relationships: On and Off the Internet' in Vangelisti, Anita L. and Perlman, Daniel (eds.) *Handbook of Personal Relations*, Cambridge, Cambridge University Press, pp. 709-723.

Castells, Manuel (2001). '¿Comunidades virtuales o sociedad red?', en *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresas y sociedad*. Barcelona, Plaza y Janés. Disponible en <http://apuntessociales.blogspot.com/2008/07/comunidades-virtuales-o-sociedad-red.html> (datos consultados el 12 de Septiembre de 2010)

Castells, Manuel (2005). *La era de la información: economía, sociedad y cultura. La sociedad red*. Vol. I. Madrid, Alianza.

Castells, Manuel (2006). *La sociedad red: una visión global*. Madrid, Alianza Editorial.

Castells, Manuel *et al.* (2007a). *La transición a la sociedad red*. Barcelona, Ariel.

Castells, Manuel *et al.* (2007b). *Comunicación móvil y sociedad. Una perspectiva global*. Versión en castellano: Ariel - Fundación Telefónica. Disponible en: [www.eumed.net/libros/2007c/312/](http://www.eumed.net/libros/2007c/312/) (datos consultados el 10 de Mayo de 2011)

Funes, María Jesús (2008). 'Tomo 4: Cultura, política y sociedad'. *Informe 2008. Juventud en España*. Instituto de la Juventud.

Giddens, Anthony (1990). *Consecuencias de la modernidad*. Madrid, Alianza Universidad.

Gobierno de la Rioja (2011a). *Estadística escolar de la Comunidad Autónoma de La Rioja. Curso Escolar 2010-11*. Consejería de Educación, Cultura y Deporte. Dirección de Personal y Centros Docentes.

Gobierno de la Rioja (2011b). *Guía de la oferta educativa de La Rioja*. Consejería de Educación, Cultura y Deporte. Dirección de Personal y Centros Docentes.

Goffman, Erving (1989) [1957]. *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Madrid, Amorrortu.

Granovetter, Mark S. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78, pp. 1360-1380.

Illouz, Eva (2007). *Intimidades congeladas. Las emociones en el capitalismo*. Buenos Aires, Katz Editores.

Illouz, Eva (2009). *El consumo de la utopía romántica. El amor y las contradicciones culturales del capitalismo*. Buenos Aires, Katz Editores.

(INTECO) (2012a). *Estudio sobre la seguridad de la información y la e-confianza de los hogares españoles. Primer cuatrimestre de 2012 (18ª oleada)*. Octubre, 2012. Disponible en [http://www.inteco.es/Estudios/Estudio\\_hogares\\_1C2012](http://www.inteco.es/Estudios/Estudio_hogares_1C2012) (datos consultados el 15 de julio de 2013).

(INTECO) (2012b). *Estudio sobre la percepción de los usuarios acerca de su privacidad en Internet*. Diciembre, 2012. Disponible en [http://www.inteco.es/Estudios/Estudio\\_Privacidad](http://www.inteco.es/Estudios/Estudio_Privacidad) (datos consultados el 15 de julio de 2013).

Maffesoli, Michel (2002). 'Tribalismo posmoderno. De la identidad a las identificaciones', en CHIHU, Aquiles (coord). *Sociología de la identidad*. México, UAM Iztapalapa/Porrúa. Pp. 223-242.

Maffesoli, Michel (2004) [1988]. *El tiempo de las tribus. El ocaso del individualismo en las sociedades posmodernas*. Buenos Aires, Siglo XXI.

McLuhan, Marshall (1994) [1964]. *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona, Paidós Comunicación.

Oliva Marañón, Carlos (2012). 'Redes sociales y jóvenes. Una intimidad cuestionada en Internet', *Aposta. Revista de Ciencias Sociales* 53, Julio, Agosto y Septiembre, en: <http://apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/coliva.pdf>

Piñar, José Luis (dir.) y Osorio, María Ángeles (coord.) (2011). *Redes sociales y privacidad del menor*. Madrid, Reus.

Prensky, Marc (2001). 'Digital Natives, Digital Immigrants'. *On the Horizon*. MCB University Press. Vol. 9, No. 5, October 2001.

Rainie, Lee y Wellman, Billy (2012). *Networked: The New Social Operating System*. Massachusetts, Institute Of Technology.

Riesman, David *et al.* (1981) [1950]. *La muchedumbre solitaria*. Buenos Aires, Paidós.

Shils, Edward (1966). 'Privacy: its constitution and vicissitudes'. *Law and Contemporary Problems Number 31*. Pp. 281-305.

Sibilia, Paula (2005). *El hombre postorgánico. Cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económico.

Sibilia, Paula (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económico.

Torres, María Dolores (2004). 'Los vínculos en el contexto de la posmodernidad', en *Artículos digitales de Filosofía. Octubre de 2004*. Facultad de Humanidades. Universidad Nacional del Nordeste. Disponible en <http://hum.unne.edu.ar/investigacion/filosofia/instituto/filosofia/06.pdf> (datos consultados el 3 de Noviembre de 2011)

Torres Nabel, Luis César (2013). 'Los mecanismos de lo político en las redes sociales de Internet'. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, 58, Julio, Agosto y Septiembre, en: <http://apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/tnabel1.pdf>

Valle, Agustín (2010). 'El espectáculo de la identidad - Paula Sibilia' en *ElectricSkies. 2 de Septiembre de 2010*. Disponible en <http://electric skies.com.ar/web20-intimidad-espectaculo-paula-sibilia> (datos consultados el 20 de Marzo de 2011).

Wellman, Billy (1979). 'The community question: The intimate networks of East Yorkers', *American Journal of Sociology*, 84, pp. 1201-1231.

Wellman, Billy *et al.* (2003). 'The social affordances of the Internet for networked individualism'. *Journal of Computer Mediated Communication*, Vol. 8, No. 3. April.

Westin, Alan F. (1967). *Privacy and freedom*. New York, Atheneum.