

## El diálogo como boceto y la cultura como lienzo: Identidad mediada por artefactos digitales

The Dialogue as a Sketch and Culture as a Canvas: Identity Mediated by Digital Artifacts

Juan José Mora Galeote

<sup>1</sup> Universidad de Sevilla; [jmora6@us.es](mailto:jmora6@us.es); [id 0000-0002-3133-288X](https://orcid.org/0000-0002-3133-288X)

### Historia editorial

Recibido: 30-12-2024

Aceptado: 30-01-2026

Publicado: 29-06-2026

### Palabras clave

Redes sociales; Identidad;  
Psicología cultural;  
Artefactos culturales;  
Juventud

### Keywords

Social networks; Identity;  
Cultural psychology;  
Cultural artifacts; Youth

### Resumen

Este estudio examina cómo las redes sociales actúan como prácticas socioculturales mediadoras en la conformación identitaria de jóvenes adultos. Desde la psicología cultural, se analizan las dinámicas entre los artefactos digitales y los procesos de construcción identitaria, adoptando una concepción de la identidad como un fenómeno mediado y dialógico. Mediante entrevistas semiestructuradas a estudiantes universitarios, se rastrea la trayectoria de iniciación en el uso de plataformas digitales y se identifican patrones de performatividad identitaria, presión social y autorrepresentación en entornos digitales. Los resultados revelan que las redes sociales influyen significativamente en la formación de valores, creencias y comportamientos, mientras generan nuevas tensiones entre autenticidad y autoimagen. Este trabajo contribuye a actualizar las teorías clásicas de mediación cultural al contexto de hiperconectividad actual, destacando los riesgos y oportunidades de las plataformas digitales en la construcción del yo.

### Abstract

This study examines how social media functions as sociocultural practices mediating the identity formation of young adults. From a cultural psychology perspective, it analyzes the dynamics between digital artifacts and identity construction processes, adopting a conception of identity as a mediated and dialogical phenomenon. Through semi-structured interviews with university students, the trajectory of initiation into the use of digital platforms is traced, and patterns of identity performativity, social pressure, and self-representation in digital environments are identified. The results reveal that social media significantly influences the formation of values, beliefs, and behaviors while generating new tensions between authenticity and self-image. This work contributes to updating classical theories of cultural mediation within the context of current hyperconnectivity, highlighting both the risks and opportunities of digital platforms in the construction of the self.

Mora Galeote, Juan José. (2026). El diálogo como boceto y la cultura como lienzo: Identidad mediada por artefactos digitales. *Athenea Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social*, 26(2), e3791. <https://doi.org/10.5565/rev/athenea.3791>

## Introducción: Acercamiento a los conceptos cultura y psicología cultural

Este artículo tiene como objetivo principal analizar cómo los jóvenes construyen su identidad a través de las prácticas socioculturales mediadas por artefactos digitales como las

redes sociales y, por ende, las pantallas. Para ello, se plantean los siguientes objetivos específicos: 1) rastrear la trayectoria de iniciación en el uso de plataformas digitales según la percepción retrospectiva de los participantes; 2) identificar las «voces» y presiones sociales que influyen en sus prácticas digitales; y 3) analizar cómo se negocia la identidad entre los entornos digitales y analógicos, prestando especial atención a las tensiones entre autenticidad y performatividad.

Atender al diálogo como boceto cumple con dos premisas: la entrevista en sí, metodología llevada a cabo, y un segundo factor, el diálogo del individuo con el artefacto mediador y a su vez con la cultura y alteridad que los permean.

La cultura es un conjunto dinámico de conocimientos, creencias, valores, normas y prácticas compartidas en una sociedad. No es homogénea y se manifiesta como un entramado de prácticas híbridas y contradictorias, abarcando desde interacciones sociales hasta religiones y tradiciones artísticas. Es clave para la identidad, en constante cambio por el entorno y experiencias; transmitida por educación, familia y medios de comunicación (Mora Galeote, 2023; D'Andrade, 1995).

Desde una perspectiva integradora, la cultura se concibe como la herencia total del grupo —compuesta por artefactos materiales, prácticas y sistemas simbólicos de significado— que configura una «geografía vital» a través de la cual se media psicológicamente la vivencia y la percepción del entorno (Cole, 1996; Esteban-Guitart, 2010). Cabe destacar que la noción de «vivencia» ha sido objeto de un renovado debate contemporáneo, especialmente en relación con el concepto vygotskiano de *perezhivanie*, que explora la unidad dialéctica entre el individuo y su entorno.

Pero antes de relacionarlos, debemos definir sucintamente la psicología cultural. La psicología cultural constituye una forma de asimilar teoría y práctica psicológica que parte de la premisa de que mente y cultura no son esferas separadas, sino que se constituyen mutuamente (Markus y Hamedani, 2007).

En palabras de Jaan Valsiner (2007), la «persona pertenece a la cultura» y la «cultura pertenece a la persona» (p. 21). Desde esta perspectiva, la cultura se entiende como construcción simbólica hecha de signos y artefactos —visuales y verbales— que regulan la conciencia y la actividad superior humana. La psicología cultural, en este sentido, se consolidó como alternativa a enfoques que marginaban el papel de la cultura en la configuración de la mente (Cubero Pérez y Santamaría Santigosa, 2005; Ratner, 2006), situando sus raíces en los aportes sociohistóricos de Lev S. Vygotski y Alexander Luria, para quienes los procesos psicológicos están mediados culturalmente, se desarrollan históricamente y se contextualizan en la práctica social (Cole, 1996).

Jerome Bruner (1990/1991) añadía que el individuo es siempre un participante en mundos culturalmente construidos que posibilitan el desarrollo de sus capacidades, mientras que Richard A. Shweder (1990) definía la psicología cultural como el estudio de

cómo las tradiciones y prácticas sociales «regulan, expresan y transforman la mente humana» (p. 1).

En esta trama, los signos adquieren un papel fundamental: mapas, libros, fórmulas, banderas, vestimenta, lenguajes artísticos y cualquier otro producto cultural encarnado en contextos de actividad e instituciones como el trabajo, la familia o la escuela (Cole, 1996; Vygotski, 1931/1979), y, más recientemente, los dispositivos digitales. Los *smartphones*, las pantallas y las redes sociales se convierten en artefactos culturales que no solo median la conducta, sino que instauran nuevas ecologías cognitivas y afectivas.

Profundizando en este marco, volvemos al concepto ruso de *perezhivanie*, que ha sido recuperado como unidad de análisis privilegiada para comprender cómo se integra la vivencia subjetiva con las condiciones sociales y culturales. Se trata de una categoría que, a diferencia de las que fragmentan lo afectivo y lo cognitivo, subraya cómo las condiciones objetivas se refractan subjetivamente en la experiencia del sujeto, funcionando como motor de transformación personal y reorganización identitaria (Blunden, 2016; Clarà, 2016; Rubio-González et al., 2023; Veresov y Fleer, 2016).

Puede considerarse, en este sentido, como una forma específica de vivencia: no solo el hecho de vivir algo, sino el modo en que ese acontecimiento es sentido, se conceptualiza y se transforma en la conciencia individual. La psicología cultural en lengua hispana ha desarrollado el término *vivencia* para describir esta mediación psicológica del entorno: la experiencia subjetiva mediante la cual una persona percibe, siente y se relaciona con los fenómenos sociales y culturales (Esteban-Guitart, 2010). En el contexto contemporáneo, dicha vivencia se convierte en puente entre la cultura objetiva y la subjetividad, permitiendo comprender cómo las personas otorgan sentido a lo que les ocurre en entornos profundamente mediados por pantallas y redes sociales.

Las redes sociales, en consecuencia, pueden interpretarse como escenarios de *perezhivanie*/vivencias: espacios donde los jóvenes no solo consumen información, sino que atraviesan emocionalmente procesos de reconocimiento, comparación, pertenencia y performatividad. El *like* o el comentario no se reducen a signos externos, sino que se transforman en vivencias que reconfiguran la manera en que el sujeto se entiende a sí mismo en relación con los demás (González Rey, 2016; Rosa, 2000).

Las entrevistas recogidas muestran cómo la pantalla funciona como artefacto cultural terciario (Cole, 1996; Wartofsky, 1979), capaz de generar mundos autónomos en los que la vivencia se dramatiza. Cuando una joven narra que Instagram actúa como «memoria virtual» o que TikTok acompaña sus rutinas cotidianas como un «fondo», lo que describe no es un uso instrumental, sino experiencias que contribuyen a estructurar su identidad. En términos vygotkianos, se trata de *perezhivaniya dramáticas*, vivencias atravesadas por contradicciones que impulsan reorganizaciones del yo (Veresov, 2016).

Al mismo tiempo, estas vivencias digitales están atravesadas por la performatividad identitaria: los sujetos interiorizan la mirada de los otros y se proyectan en la pantalla, oscilando entre orgullo, ansiedad, pertenencia y desajuste (Erikson, 1968; Tajfel, 1981/1984). Desde una perspectiva cultural, se configuran así formas de subjetividad líquida (Bauman, citado en Mora Galeote, 2023), negociadas constantemente entre lo analógico y lo digital.

En conclusión, la articulación entre *perezhivanie* y vivencia permite comprender que el uso de pantallas y redes sociales no constituye un fenómeno externo a la subjetividad juvenil, sino una experiencia vital emocional y cognitiva, en la que lo digital emerge como mediador constitutivo de la identidad.

## La experiencia cultural

La experiencia, que es vivida en primera persona, difiere del estudio de la conducta en tercera persona, que observa a otros. Está vinculada con la comprensión y valoración de nuestros propios pensamientos y estados mentales en términos de sentimientos; relacionada con el concepto de significación, según Alberto Rosa (2000). Se trata de entender cómo percibimos y evaluamos lo que nos sucede. Se trata de entender cómo percibimos, evaluamos y actuamos respecto a nuestro futuro, relacionando experiencia, moral y conducta, desde lo básico a lo complejo.

La mente humana sería el resultado de la apropiación de signos y símbolos culturales como el lenguaje o el uso de Internet; artefactos culturales que dirigen, organizan, controlan y afectan la conducta humana. Lo que Lev S. Vygotski (1931/1997) llamaba principio de la significación: el proceso de creación y utilización de signos artificiales con el objetivo de controlar la conducta, propia y ajena (Esteban-Guitart, 2010).

Una forma de entenderlo, aplicándolo a momentos actuales, sería, por ejemplo, cuando tomamos una foto con nuestro teléfono móvil para publicarla en redes sociales. El teléfono móvil sería un artefacto cultural—clasificación que explicaremos más adelante—que ayuda a expandir mecanismos psicológicos como la comunicación visual, diálogo silente, autogratificación, comparación personal, promoción y autorreafirmación. Instagram se usa principalmente para curiosear publicaciones de otros y documentar la propia vida de forma narcisista, según estudios sobre motivación juvenil en redes sociales (Tarullo, 2019).

## Identidad: Una perspectiva desde la psicología cultural

---

La segunda parte de la que se compone nuestra investigación es el concepto de identidad. En coherencia con el marco de la psicología cultural, este trabajo se aleja de las concepciones de la identidad (e. g., Tajfel, Erikson) para adoptar una perspectiva que la entiende como un fenómeno distribuido, mediado y dialógico, propiamente como lo aborda la psi-

ciología cultural. Desde este enfoque, la identidad no es una propiedad interna del individuo, sino un proceso construido en la intersección de la persona con sus artefactos culturales y prácticas sociales.

Una noción clave es la de identidad mediada, que sostiene que las herramientas culturales, como el lenguaje o las tecnologías digitales, no solo expresan la identidad, sino que la moldean activamente (Penuel y Wertsch, 1995). En la misma línea, la teoría del *self* dialógico (Hermans, 2001) propone que el yo está compuesto por múltiples «voces» o posiciones-del-yo que dialogan entre sí, muchas de las cuales son apropiadas de nuestro entorno sociocultural.

Finalmente, el concepto de fondos de identidad (Esteban-Guitart y Moll, 2014) resulta especialmente pertinente, al definir la identidad como un conjunto de recursos o «fondos» socioculturalmente desarrollados que las personas utilizan para definirse a sí mismas y actuar en el mundo. Estos fondos incluyen relaciones significativas, prácticas culturales y conocimientos que se distribuyen a través de la «geografía vital» del individuo (Esteban-Guitart, 2021).

Al igual que el cuerpo obtiene proteínas y sustancias de la comida, la mente se desarrolla gracias a una «dieta cultural» que incluye televisión, Internet, relaciones y grupos sociales (Del Río y Álvarez, 2007; Del Río y Del Río, 2008). Gracias a avances en neurociencia, sabemos que «somos lo que hacemos» (Esteban-Guitart, 2010). El cerebro varía según la cultura, como en el caso de japoneses y estadounidenses (Tsunoda, 1985). Estudios muestran que el córtex auditivo es un 25 % más grande en músicos profesionales (Pantev et al., 2008). La identidad y la mente se forman a través de prácticas educativas y actividades sociales, culturales e históricas (Esteban-Guitart, 2010). Barbara Rogoff (2003) llama a esto «apropiación participativa», un proceso de aprendizaje y transformación mediante la participación en actividades culturales.

Para adaptar la noción de identidad al enfoque de este estudio, centrado en *perezhi-vanie*/vivencia digital, podemos considerar una concepción distribuida, dialógica y mediada de la identidad humana, que atraviesa contextos socioculturales y tecnológicos. A continuación, profundizaremos en los aportes más pertinentes.

El enfoque de los fondos de identidad fue desarrollado por Moisés Esteban-Guitart —basado en la tradición vygotskiana de fondos de conocimiento— para proponer que la identidad no es un atributo estático del individuo, sino un repertorio dinámico de recursos culturales históricamente acumulados que la persona toma para definirse, expresarse y reconocerse a sí misma (Esteban-Guitart y Moll, 2014).

En este planteamiento, los fondos de identidad son conjuntos de prácticas culturales, artefactos, memorias, identidades familiares y comunitarias, creencias y saberes que los sujetos «reclaman» para construir su identidad (Esteban-Guitart, 2021; Esteban-Guitart y Moll, 2014). Según Esteban-Guitart (2021), esta teoría aún está en diálogo crítico: la iden-

tividad es un proceso abierto, incompleto, sujeto a transformaciones culturales y cargado de tensión entre continuidad y cambio.

Así, una identidad desde *funds of identity* es distribuida (no depende solo del yo interno), está mediada por la cultura y se despliega en prácticas materiales, simbólicas y relacionales. Tal enfoque encaja con *perezhivanie*, pues esta categoría también entiende la experiencia subjetiva como refractada por condiciones objetivas: los fondos culturales son parte de esas condiciones que el sujeto «vive» y reconfigura en su travesía.

Además, algunos trabajos recientes han vinculado los *funds of identity* con conceptos como *perezhivanie* o posicionamientos en la subjetividad. Por ejemplo, Leonard Nigrini y Moisés Esteban-Guitart (2025) sugieren que los fondos de identidad pueden articularse dinámicamente con *perezhivanie* al conceptualizar que los recursos culturales externos (artefactos, prácticas, instituciones) se inscriben en la organización psíquica de manera relacional, y que esto permite analizar cómo el sujeto «vive a través» de esos fondos en contextos particulares.

## Redes sociales: Artefactos, infraestructuras y prácticas socioculturales

---

Las redes sociales, más que simples herramientas de comunicación o autopromoción, se configuran como artefactos culturales que desempeñan un papel central en la construcción, representación y reconfiguración de las identidades contemporáneas. Desde la psicología cultural, se conciben como mediadores simbólicos entre los individuos y sus expresiones identitarias, es decir, como instrumentos a través de los cuales las personas piensan, sienten y se reconocen a sí mismas dentro de un entramado cultural más amplio (Cole, 1996; Vygotski, 1978).

Estas plataformas utilizan un lenguaje propio —visual, textual y performativo— que puede modificar los comportamientos y estructuras identitarias tanto de forma positiva como negativa, configurando un sistema de comunicación que no solo transmite significados, sino que también moldea subjetividades (Mora Galeote, 2023, p. 272). Reconocer el potencial del entorno digital como medio para expresar emociones y construir identidad implica comprenderlo no solo como una herramienta funcional, sino como un espacio donde se viven experiencias y se configuran formas de subjetividad.

Más que un simple canal de comunicación, constituye un entorno que formamos y que, simultáneamente, nos conforma (Lasén, 2014, citado en Serrano Puche, 2016). En este sentido, habitamos el espacio digital y, a la vez, este nos habita: nos devuelve imágenes, recuerdos y juicios sobre nosotros mismos. Nuestra identidad se construye en gran parte a partir de lo que otros nos dicen que somos, ya que durante la infancia y la juventud no tenemos plena capacidad para evaluar nuestros actos. Hoy, las redes sociales asu-

men ese papel, funcionando como un «narrador» que nos recuerda y redefine constantemente quiénes somos, como lo hace Google Fotos al mostrar imágenes de nuestro pasado.

El entorno digital puede entenderse como un subtexto cultural, un microcosmos con reglas propias que difieren de las del mundo físico. Si consideramos lo digital como una extensión de la realidad, resulta crucial reconocer su naturaleza como dimensión virtual y simbólica que no solo coexiste con el mundo analógico, sino que incide directamente sobre la percepción, la interacción y la identidad de las personas.

Internet se presenta así, como un entorno integral que ofrece un abanico de posibilidades —desde la información y las relaciones hasta el entretenimiento y la autopromoción—, funcionando como una versión ampliada y optimizada de la realidad. De este modo, se convierte en una nueva ecología cognitiva, un espacio donde se desarrollan nuestras actividades mentales y se experimentan procesos sociales y emocionales (Aguado, 2019, p. 378).

Analizar las redes sociales desde la perspectiva de la realidad como construcción social (Berger y Luckmann, 1966/2001) permite distinguir entre realidad objetiva y el conocimiento que los sujetos elaboran sobre ella. En los contextos digitales, la realidad se co-construye mediante interacciones y discursos compartidos, formando un espacio simbólico donde normas y valores se naturalizan, y cuestionarlos puede percibirse como desviación respecto a lo que la comunidad considera «real» o aceptable.

Las redes sociales son espacios complejos donde convergen tecnología, prácticas sociales y procesos simbólicos. Existe debate sobre si son simplemente artefactos culturales, como ordenadores o *smartphones*, o infraestructuras que permitan interacción y comunicación. Este estudio las ve como prácticas socioculturales mediadas por artefactos específicos, como el teléfono móvil y la aplicación, en una infraestructura digital más amplia.

En esta línea, Antonella Benevento (2023) propone un enfoque que resulta particularmente pertinente: los dispositivos digitales y las redes sociales no pueden entenderse como herramientas neutrales o meramente técnicas, sino como artefactos culturales activos que median la producción y transmisión de significados dentro de una cultura. Inspirándose en Lev S. Vygotski (1978), Michael Cole (1996) y Barbara Rogoff (1990), Benevento describe las redes sociales como *cultural tools* (herramientas culturales) que permiten a los individuos crear sentido, reflejar actividades de generaciones anteriores y mediar la interacción social. En su análisis, los *hashtags* se interpretan como formas lingüísticas y culturales comparables a los dialectos, estructuras simbólicas que organizan comunidades, valores y narrativas (Benevento, 2023, p. 279). Desde esta perspectiva, Instagram y las prácticas asociadas a su uso —publicar, comentar, etiquetar, reaccionar— no son meras infraestructuras tecnológicas, sino entornos de actividad culturalmente significativa en los que las personas configuran, representan y negocian su identidad (Benevento, 2023, pp. 278–280).

Las publicaciones en redes deben entenderse, por tanto, como expresiones culturales situadas, manifestaciones de prácticas socioculturales cotidianas, más que como simples datos digitales. Las interacciones mediadas por la pantalla —likes, comentarios, menciones— materializan procesos de socialización y pertenencia que reflejan las normas, valores y aspiraciones de una comunidad. Estas prácticas constituyen una forma de *life writing* digital (Friedman, 2018), un modo narrativo de construir públicamente la identidad y las relaciones sociales.

De acuerdo con este planteamiento, el ecosistema digital puede describirse como un conjunto de actantes interconectados:

- Los móviles y *smartphones* actúan como artefactos culturales materiales que posibilitan la mediación simbólica y la expresión personal.
- Las redes sociales, como espacios socioculturales dinámicos, son escenarios donde se producen y negocian significados, extendiendo el contexto familiar, educativo y social.
- Los *hashtags* y las publicaciones funcionan como herramientas culturales y subtextos discursivos que crean comunidades de sentido y operan como dialectos culturales.
- En su conjunto, el ecosistema digital constituye una práctica sociocultural y un campo semiótico, más que una mera infraestructura técnica, donde se reconfiguran continuamente los valores, las relaciones y las identidades.

En síntesis, las redes sociales se consolidan como mediadores culturales entre los individuos y sus expresiones identitarias, utilizando un lenguaje simbólico y emocional que transforma los comportamientos, las relaciones y las estructuras de la identidad. Desde la psicología cultural, comprenderlas implica reconocerlas como artefactos vivos que co-construyen la subjetividad contemporánea, actuando simultáneamente como escenario, herramienta y narrador de nuestras experiencias digitales.

## Mediación por artefactos

---

El enfoque que manejamos tiene una estrecha afinidad con las ideas de John Dewey:

Un artefacto es un aspecto del mundo material que se ha modificado durante la historia de su incorporación a la acción humana dirigida a metas. En virtud de los cambios realizados en su proceso de creación y uso, los artefactos son simultáneamente ideales (conceptuales) y materiales. (Cole, 1996, p. 114)

La noción de artefacto, como materialización de prácticas humanas y modos simbólicos, es desarrollada por Marx W. Wartofsky (1979, p. 204) y ampliada por Cole. Según Michael Cole (1996, p. 115), los artefactos son mediadores históricos y culturales, ideales y materiales, que sitúan la cultura como producto externo de la actividad humana. Cole dis-

tingue dos dimensiones de mediación: la filogenética, de origen natural, y la cultural, mediante artefactos, que se complementan para facilitar el acceso al conocimiento y las creencias.

Marx W. Wartofsky definió los artefactos, incluyendo herramientas y lenguaje, como «objetivizaciones de necesidades e intenciones humanas ya con contenido cognitivo y afectivo» (1979, p. 204). Distingue tres niveles: los primarios, utilizados en producción y vida social; los secundarios, que representan modos de acción asociados a los primarios (normas, creencias); y los terciarios, que crean mundos autónomos, como obras de arte, capaces de modificar nuestra percepción y praxis (Wartofsky, 1979, citado en Cole, 1996, pp. 117–118).

Estas categorías muestran cómo los artefactos, incluidos los digitales, influyen en prácticas identitarias y sociales, y extienden su impacto más allá de sus contextos inmediatos. Bajo nuestro punto de vista, la clave radica en cómo las pantallas y las redes sociales, inicialmente artefactos primarios, evolucionan en artefactos terciarios. Este proceso genera un intercambio constante que transforma tanto lo tangible como la identidad individual y social. Una ilustración que puede facilitar este entendimiento es el triángulo de mediación por artefactos (véase Mora Galeote, 2023, p. 275).

## Perspectiva analítica abordada de la narración

---

El punto de vista que mantendremos en el análisis de las entrevistas es con la perspectiva constante, operando en segundo plano, de la obra de Mijaíl Bajtín y de sus colegas Pável Medvédev y Valentín Volóshinov.

La hipótesis nuclear que se puede extraer de Mijaíl Bajtín sería la siguiente (1979/1999, p. 136):

La verdadera sustancia de la lengua no está constituida por un sistema abstracto de formas lingüísticas, ni por la enunciación-monólogo aislada, ni por el acto psicofisiológico de su producción, sino por el fenómeno social de la interacción verbal que se realiza a través de la enunciación y las enunciaciones.

El análisis del discurso parte de la premisa de que el lenguaje no es solo descriptivo, sino performativo (Austin, 1962/1971); una acción que transforma la realidad y la identidad del hablante. Más allá de la literalidad del fenómeno narrativo, se busca desvelar la estructura latente o intención comunicativa a través del estudio de los actos ilocutivos y los operadores contextuales. El objetivo final es acceder a la «descripción-cualificación de la enunciación implícita en el propio enunciado» (Abril, 1995, p. 439), entendiendo que este sentido profundo revela la negociación entre las creencias personales (lógica doxástica) y las normas autoimpuestas (lógica deóntica).

Puesto que intentamos dar un paso atrás en el análisis posterior del diálogo mantenido al revisar exhaustivamente las entrevistas, del acto prelocutivo<sup>1</sup> debemos extraer información no de nuestra experiencia emocional derivada de la narrativa que llega a nosotros, sino del mensaje y su intención independientemente de la emoción que nos suscite; y también analizar la emoción del discurso. Es decir, ante este análisis, nos centramos sobre todo en el subtexto que hay detrás de lo que no se ve del fenómeno enunciativo junto con el acto ilocutivo como piedra angular de la verdadera información que ofrece el entrevistado.

En la misma línea de defensa de los enunciados, Mijaíl Bajtín (1979/1999) nos cuenta que el lenguaje desempeña un papel importante que conecta la mente, la cultura y la mediación a través de la dialogicidad. Esta interacción comienza no con los signos, sino con los enunciados, que son unidades de comunicación que pueden expresarse tanto oral como escrita. La voz o la conciencia hablante revela la personalidad y el punto de vista de alguien. La voz se caracteriza por estar dirigida hacia otros, lo que implica que al menos dos voces están involucradas en los procesos de dialogicidad. Cada elemento significativo identificable de un enunciado se interpreta en la mente como un contexto activo y de respuesta. Por lo tanto, un enunciado no solo refleja la voz de quien lo emite, sino también las voces a las que se dirige. En este proceso de producción de enunciados únicos o individuales a través del habla en lenguajes sociales, se involucra una forma especial de dialogicidad o pluralidad de voces llamada ventrilocución, donde una voz habla a través de otra voz o tipo de voz en un contexto sociocultural. El aporte de Bajtín radica en la idea de que los enunciados y su significado están intrínsecamente situados en un contexto sociocultural.

## Método

---

### Participantes

En este estudio participaron 4 jóvenes de 20 años, tres chicas y un chico, tras ser convocados vía mail (Tabla 1). Son alumnos de la asignatura de Taller de Creación e Investigación Artística de la Facultad de Educación de la Universidad de Murcia (España), del Grado en Educación Primaria. La muestra del estudio estuvo compuesta por cuatro jóvenes universitarios —tres mujeres y un hombre—, todos cursando el Grado en Educación Primaria en la Universidad de Murcia. A continuación, se detalla la información sociodemográfica individual de cada participante, obtenida a partir de las entrevistas semiestructuradas.

---

1 Abril (1995, p. 448) lo define de la siguiente manera, interpretando la «segunda teoría» de Austin: establece que todo enunciado cumple tres funciones esenciales: el acto locutivo (significar y referir), el acto ilocutivo (cumplir la acción o performatividad) y el acto perlocutivo (ocasionar efectos extralingüísticos, como estados cognitivos o pasionales, en el destinatario).

**Tabla 1.** Características sociodemográficas y académicas de las personas participantes

Participante	C.	F.	M. M. Q.	M. M. M.
Edad	20	20	20	20
Identidad de género	Mujer	Hombre	Mujer	Mujer
Orientación sexual	Heterosexual	Heterosexual	Heterosexual	Heterosexual
Religión	Cristiana	Católica	Católica	Católica
Posición política (1-7)*	3-4	4-5	3	3
Lugar de nacimiento	Murcia	Murcia	Lorca	Lorca
Residencia actual	Lorca/Murcia	Murcia	Lorca/Murcia	Lorca/Murcia
Residencia durante el curso	Piso compartido en Murcia	Con sus padres	Piso compartido con estudiantes	Piso compartido con estudiantes
Estudios actuales	Educación Primaria	Educación Primaria	Educación Primaria	Educación Primaria
Vocación profesional	Docencia en colegios	Educación Física u otros ámbitos	Docencia en inglés	Docencia

Nota. \* Escala política: 1 = izquierda; 7 = derecha.

## Instrumentos

Se han realizado entrevistas personales semiestructuradas a cada uno de los participantes, y se ha utilizado el objeto de análisis personal-cultural, aportado por cada participante, que han considerado significativo personalmente en su narrativa alrededor del uso de las redes sociales, relacionado con la intervención en la conformación de la identidad y la interrelación personal y social del individuo con la alteridad, desmarcándose por edad, dibujada otras veces por iguales y otras por familiares. La sociedad se les presenta en ocasiones como un ente que les ejerce presión para usar o no las redes sociales, quedándose fuera de ella si no entran en las normas del juego comunicativo social.

La entrevista constaba de 10 preguntas guía que se iban modificando sin salir del eje central, según la demanda del discurso y su adaptación natural al diálogo, ahondando en determinados temas que se daban en el devenir de la conversación. En general, se ha extraído la misma información estructural, pero con matices diferenciados dependiendo del perfil del individuo que nos narra su experiencia.

La primera fase se basaba en la construcción autobiográfica, siempre en relación con la aparición del dispositivo pantalla y las primeras redes sociales, la edad y el acontecimiento contextual que rodeaba al sujeto en ese momento, señalando las necesidades que vehiculaban esa aparición.

En la siguiente fase del diálogo, la narración del entrevistado se enfoca en las mediaciones personales-culturales en torno a objetos significativos elegidos, es decir, las redes sociales concretas, su elección y el porqué de su uso y no otro, dejándose ver las diferentes voces y el peso en la intervención identitaria y comportamental.

Finalmente, la tercera fase es la referida a la proyección futura con una autocrítica previa, colocando al entrevistado en la tesitura de analizar el uso de las redes sociales actualmente y su uso personal en un futuro.

El contenido del análisis ha sido, como no podía ser de otra manera, la narración de cada uno de los participantes en las entrevistas, literal y metafórico, buceando dentro de los enunciados y de la intencionalidad, así como de lo que no se ve explícito, pero opera detrás de la reflexividad de la acción experienciada.

En cada tema y subtema se han identificado las voces concurrentes; valoraciones positivas o negativas; grupos de identificación o desmarque, además de otros marcadores discursivos y retóricos, como el uso de metáfora, parodia, ironía, pleonismo, antítesis, temporalidad, etc.

## Procedimiento y análisis de datos

El procedimiento de recolección de datos se inició tras la selección de los participantes (véase Tabla 1), quienes fueron citados vía correo electrónico aprovechando el contacto previo en el aula para facilitar la apertura en el diálogo. Las entrevistas, de carácter semiestructurado y con una duración media de 30 minutos, fueron grabadas y transcritas íntegramente bajo consentimiento informado.

El análisis de la información se realizó mediante un análisis temático del discurso, orientado a identificar patrones de significado recurrentes en el corpus empírico. El proceso analítico constó de tres fases: 1) una lectura aproximativa tras la transcripción para familiarizarse con los datos; 2) una segunda lectura focalizada en la detección de marcadores discursivos, resaltando el texto mediante códigos cromáticos; y 3) una fase interpretativa donde se elaboraron fichas de análisis individuales (con una extensión media de diez folios) para triangular la información. Para evitar la ceguera analítica, se establecieron intervalos temporales de descanso entre las lecturas. En coherencia con el marco del *self* dialógico (Hermans, 2001), el análisis reveló la coexistencia de tres voces principales que articulan la identidad mediada: la voz normativa, la voz emocional y la voz reflexiva.

## Resultados

---

El análisis de las narrativas revela que la identidad digital no es un constructo estático, sino un diálogo polifónico. A continuación, se exponen los resultados organizados en torno a las tres voces identificadas, evidenciando cómo los jóvenes negocian su identidad entre la presión social, la vivencia emocional y la autorregulación.

### La voz normativa-social: Presión, pertenencia y vigilancia

Esta voz recoge los discursos internalizados sobre lo correcto y lo deseable, procedentes del entorno social y familiar. Actúa como un mecanismo de presión para la iniciación digital y como un regulador del comportamiento público (la «netiqueta»<sup>2</sup> y la prudencia).

---

2 Conjunto de normas de cortesía que regula el comportamiento de los usuarios y las comunicaciones en internet. (ASALE y RAE, s. f.)

En cuanto a la iniciación, los resultados muestran que la entrada en las redes sociales no surge de una necesidad intrínseca, sino de una imposición gregaria. La voz del grupo de pares («hazlo o te quedas fuera») es el motor principal. C. relata cómo la presión de sus amigas fue determinante a los 12 años, a pesar de su resistencia inicial:

Todo el mundo a partir de 1.º de la ESO estaba por el grupo de la clase que mandaba los perfiles de Instagram... mis amigas me dijeron: «Hazte no sé qué, que esta persona ha subido esto, entonces no te enteras», y yo dije «a mí qué más me da», pero al final, pues sí que me la acabé instalando. (C., entrevista personal, mayo de 2023)

Del mismo modo, F. señala cómo la voz normativa de los padres actuó inicialmente como barrera de protección ante la presión del entorno escolar: «En quinto y sexto ya había alumnos de mi clase que tenían Instagram [...] pero mis padres siempre me han estado controlando mucho [...] porque un mal uso puede llegar a acarrear graves consecuencias» (F., entrevista personal, mayo de 2023).

Una vez dentro del entorno digital, esta voz muta hacia la vigilancia de la propia imagen, regulando qué se debe mostrar. Existe un mandato cultural de «perfección» y prudencia. C. manifiesta esta norma de autoprotección al evitar la publicación en tiempo real: «No me gusta que la gente sepa que estoy de viaje [...] prefiero subir las fotos cuando ya he vuelto» (C., entrevista personal, mayo de 2023). Por su parte, F. verbaliza claramente la norma de la deseabilidad social que rige la identidad *online*:

Al final buscamos siempre la perfección y lo idílico en las redes sociales. No le vas a enseñar los defectos a los demás porque al final [...] siempre vas a intentar buscar la perfección y lo mejor para tu imagen. (F., entrevista personal, mayo de 2023)

### La voz emocional-experiencial: El *perezhivanie* de la pantalla

Esta voz se manifiesta en el nivel de la vivencia afectiva (*perezhivanie*). Expresa las contradicciones emocionales que los jóvenes experimentan al habitar el espacio digital: placer, aburrimiento, miedo a la desconexión (FOMO) y la sensación de pérdida de control temporal.

El análisis destaca una vivencia de atracción-repulsión hacia algoritmos como el de TikTok. Los participantes describen la plataforma como un espacio donde la voluntad se disuelve. M. M. M. describe esta experiencia de inmersión involuntaria: «Sé que como me meta en TikTok no salgo. Entonces directamente digo, no te metas [...] porque es que, TikTok, todo empieza y es que eso es inacabable» (M. M. M., entrevista personal, mayo de 2023).

Esta voz emocional también revela cómo la pantalla ha colonizado los espacios de ocio pasivo, generando una necesidad de hiperestimulación constante. La «dieta cultural»

se ha transformado; ya no basta con un solo estímulo. M. M. Q. relata cómo la pantalla se convierte en un «fondo» necesario para la vida cotidiana, fragmentando su atención: «Me he dado cuenta de que antes veía una serie y solo veía la serie; ahora estoy con el móvil a la vez [...] necesito otro entretenimiento más» (M. M. Q., entrevista personal, mayo de 2023). «Estoy haciendo la comida y tengo el TikTok de fondo. O estoy limpiando y tengo el TikTok de fondo» (M. M. Q., entrevista personal, mayo de 2023).

Además, la voz experiencial confiesa el uso de la pantalla como un mecanismo de evasión ante el vacío o el descanso, revelando una dependencia emocional que va más allá de la utilidad comunicativa. Como señala M. M. M.: «Cuando descanso, cojo el móvil, porque si no, ¿qué hago? No tienes 5 años para ponerte a colorear [...] Algo tengo que hacer para gastar mi atención» (M. M. M., entrevista personal, mayo de 2023).

### La voz reflexiva-autorreguladora: Agencias y estrategias de negociación

Finalmente, emerge la voz del «yo reflexivo», una voz meta-discursiva mediante la cual los jóvenes evalúan sus propias prácticas, reconocen riesgos y desarrollan «tecnologías del yo» (referenciando a Foucault) para recuperar la agencia frente al algoritmo.

Frente a la voz emocional que tiende a la adicción, la voz reflexiva impone estrategias de autocontrol. Los participantes no son sujetos pasivos; diseñan activamente barreras para proteger su tiempo y atención. C. describe su proceso de toma de conciencia tras el confinamiento:

Antes tenía una adicción con las redes sociales [...] hasta que fue a partir del COVID cuando yo ya dije, no quiero pasarme tantas horas [...] viendo a otra gente y comparándome. Entonces me puse como un programador de estar una hora en cada red social, que me avisaba. (C., entrevista personal, mayo de 2023)

M. M. Q. también despliega tácticas sofisticadas de autorregulación, utilizando la propia tecnología (videollamadas) para bloquear su acceso a la distracción: «No puedo dejar el móvil en otra habitación [por urgencias]... Pero sí que puedo ponerme en videollamada [...] con una amiga. Cada una estábamos haciéndolo el nuestro. Y ahí sí que está el móvil ocupado» (M. M. Q., entrevista personal, mayo de 2023).

Esta voz también cuestiona la autenticidad y negocia la identidad futura. Los participantes reflexionan sobre la «huella digital» y la privacidad futura. C., proyectándose en su futura maternidad, establece límites claros que contradicen la tendencia actual del *sharing*: «Cuando sea más mayor [...] no voy a estar publicando a mis hijos en las redes sociales» (C., entrevista personal, mayo de 2023). Del mismo modo, M. M. M. utiliza estrategias de segmentación de identidad, manteniendo dos cuentas diferenciadas para gestionar quién la observa:

Tengo dos cuentas de Instagram. En una sigo a amigos y gente conocida. Y en otra [...] sigo a influencers [...] En la otra no tengo nada [de contenido propio], solo es porque, como sigo a tanta gente, luego es un jaleo (M. M. M., entrevista personal, mayo de 2023).

## Discusión

Este estudio se propuso analizar cómo los jóvenes construyen su identidad a través de las prácticas mediadas por redes sociales. Los resultados confirman que la iniciación en estas plataformas está fuertemente condicionada por la presión social, lo que subraya el papel de la pertenencia al grupo en la adolescencia. Destacamos la necesidad de reconocer su papel como mediadores culturales en la construcción y equilibrio entre la identidad digital y la analógica. Calibrar si las redes sociales son «buenas o malas» en la conformación de la identidad no es nuestro fin, pero sí ser conscientes de su alcance en dicha empresa.

Según Michael Cole (1996, p. 116), la acción mediada no reemplaza a la natural, sino que ambas coexisten. En nuestro análisis, no se deja de habitar el *yo* analógico por completo: se mira lo que hay en el mundo digital y se performa el *yo online* mientras se usa la pantalla. Siguiendo esta analogía, mirar el árbol sería estar en el mundo digital. Estar en el suelo sería estar en el mundo analógico; y coger el hacha para cortar el árbol significaría esa acción de usar la pantalla y las redes sociales. El problema sería quedar suspendido para siempre en el aire al querer cortar la rama más alta del árbol o quedarnos clavados con nuestra hacha y no soltarla.

Somos conscientes de «la legitimidad y protagonismo en el ficcionamiento y la performatividad identitaria como parte del individuo de las redes sociales —medio abstracto no tangible en su práctica—, y la pantalla —medio háptico—; como componente cultural» (Mora Galeote, 2023, p. 276).

Hablando de los componentes del *yo*, de ese sujeto compuesto por la identidad individual analógica y la identidad individual digital, cerramos el paralelismo metafórico con Leslie White (1942, p. 372), que nos describe cómo el lenguaje crea un mundo de ideas y significados tan real como el físico, con continuidad entre pasado, presente y futuro (citado en Cole, 1996, p. 116). Este concepto se aplica hoy al espacio digital, donde la identidad evoluciona constantemente, a menudo enfatizando el futuro mientras el presente se torna efímero.

Este hallazgo dialoga directamente con las teorías de la identidad mediada (Penuel y Wertsch, 1995) y el *self* dialógico (Hermans, 2001), pues la identidad emerge precisamente en esa tensión y diálogo entre el *yo online* y el *yo offline*, que constituyen distintas posiciones del *self*. Las prácticas en redes sociales se convierten en *fondos de identidad* (Esteban-Guitart y Moll, 2014) que los jóvenes movilizan para presentarse y negociar su lugar en el mundo.

Las reacciones y *likes* obligan a reconstruir constantemente la identidad en línea para adaptarse a las demandas del medio y evitar críticas. Este proceso continuo compite con el paso del tiempo, que erosiona atributos como la frescura y la juventud, tan valorados socialmente. A colación sobre la identidad nos dice Alberto Rosa (2000), en su artículo *¿Qué añade a la psicología el adjetivo cultural?: la interacción del individuo con su entorno genera conciencia de su existencia y su capacidad para regular su conducta e identidad. Esta se define en cada momento presente, basada en recuerdos del pasado y la imaginación del futuro, ambos influyendo en su experiencia psicológica actual* (p. 39).

## Conclusión

---

Esta investigación busca enriquecer y actualizar teorías desarrolladas en un contexto analógico, cuando el individuo no estaba influido por la hiperconectividad y los múltiples agentes que hoy moldean la identidad personal y social. A través de la adaptación de la teoría de mediación por artefactos culturales y la incorporación de conceptos contemporáneos como la identidad mediada y los fondos de identidad, se enfatiza la relevancia de estos nuevos contextos de comunicación interindividual en la construcción del yo.

Se crean individuos que dependen de la validación constante de los demás, donde las construcciones performativas aspiran a consolidarse como una identidad auténtica. Sin embargo, surge la pregunta: ¿qué es realmente «real», lo que mostramos en línea o lo que vivimos fuera de la pantalla?

Somos el resultado de las dialogicidades y la «ventrilocución» (Bajtín, 1979/1999). «La pantalla y las redes sociales participan de este nuevo estatus identitario, colocando una identidad líquida en palabras de Bauman, —entre digital y analógica—, como legítima en su ser» (Mora Galeote, 2023, p. 278).

Las redes sociales no solo influyen en la identidad con roles a seguir, ídolos inalcanzables, etc., sino que están afectando directamente a los adolescentes y postadolescentes, creando no ya una generación de personas, sino una cultura insaciable de estímulos, aburrida, con una frágil autoestima y con poca capacidad de atención sostenida. Con una gran necesidad de pasar a «otra cosa» más estimulante. ¿Cómo afecta esto a las relaciones interpersonales? ¿Cómo se van a generar relaciones y quedarse en ellas habitándolas si no son lo suficientemente estimulantes?

## Agradecimientos

---

Los agradecimientos van dirigidos a las personas participantes en la investigación, que con gran generosidad ofrecieron su tiempo y sinceridad para contribuir de forma altruista y valiosa a este estudio.

## Referencias

- Abril, Gonzalo. (1995). Análisis semiótico del discurso. En José Manuel Delgado & Juan Gutiérrez Fernández (Eds.), *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales* (pp. 427–464). Síntesis.
- Aguado, Luis. (2019). *Cuando la mente encontró a su cerebro*. Alianza Editorial.
- Austin, John Langshaw. (1962/1971). *Palabras y acciones*. Paidós.
- Bajtín, Mijaíl. (1979/1999). *Estética de la creación verbal*. Siglo XXI.
- Benevento, Antonella. (2023). Identifying hashtag cultures to study the construction of childhood image and parents' aspirations. *Culture & Psychology*, 31(1), 277–298. <https://doi.org/10.1177/1354067X231191480>
- Berger, Peter L., & Luckmann, Thomas. (1966/2001). *La construcción social de la realidad*. Amorrortu Editores.
- Blunden, Andy. (2016). Translating perezhivanie into English. *Mind, Culture, and Activity*, 23(4), 274–283. <https://doi.org/10.1080/10749039.2016.1186193>
- Bruner, Jerome. (1990/1991). *Actos de significado. Más allá de la revolución cognitiva*. Alianza.
- Clarà, Marc. (2016). Vygotsky and Vasilyuk on perezhivanie: Two notions and one word. *Mind, Culture, and Activity*, 23(4), 284–293. <https://doi.org/10.1080/10749039.2016.1186194>
- Cole, Michael. (1996). *Cultural Psychology: A Once and Future Discipline*. Harvard University Press.
- Cubero Pérez, Mercedes, & Santamaría Santigosa, Andrés. (2005). Psicología cultural: Una aproximación conceptual e histórica al encuentro entre mente y cultura. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 23, 15–31.
- D'Andrade, Roy G. (1995). *The development of cognitive anthropology*. Cambridge University Press.
- Del Río, Pablo, & Álvarez, Amelia. (2007). Inside and outside the zone of proximal development: An ecofunctional reading of Vygotsky. En Harry Daniels, Michael Cole, & James Wertsch (Eds.), *The Cambridge Companion to Vygotsky* (pp. 276–303). Cambridge University Press.
- Del Río, Pablo, & del Río, Miguel. (2008). La construcción de la realidad por la infancia a través de su dieta televisiva. *Comunicar*, 16(31), 99–108. <https://doi.org/10.3916/c31-2008-01-013>
- Erikson, Erik H. (1968). *Identity, youth and crisis*. W.W. Norton Company.
- Esteban-Guitart, Moisès. (2010). Los diez principios de la psicología histórico-cultural. *Fundamentos en Humanidades*, 12(22), 47–62.
- Esteban-Guitart, Moisès. (2021). *Funds of identity: Connecting school and community for equity*. Cambridge University Press.
- Esteban-Guitart, Moisès, & Moll, Luis C. (2014). Funds of Identity: A new concept based on the Funds of Knowledge approach. *Mind, Culture, and Activity*, 21(1), 31–48. <https://doi.org/10.1177/1354067X13515934>

- Friedman, May. (2018). Insta-judgement: Irony, authenticity and life writing in mothers' use of Instagram. *Interactions: Studies in Communication & Culture*, 9(2), 169–181. [https://doi.org/10.1386/iscc.9.2.169\\_1](https://doi.org/10.1386/iscc.9.2.169_1)
- González Rey, Fernando. (2016). Complementary reflections on perezhivanie. *Mind, Culture, and Activity*, 23(4), 346–349. <https://doi.org/10.1080/10749039.2016.1199702>
- Hermans, Hubert J. M. (2001). The dialogical self: Toward a theory of personal and cultural positioning. *Culture & Psychology*, 7(3), 243–281. <https://doi.org/10.1177/1354067X0173001>
- Lasén, Amparo. (2014). Introducción. Las mediaciones digitales de la educación sentimental de los y las jóvenes. En Ignacio Megía Quirós & Elena Rodríguez-San-Julían (Coords.), *Jóvenes y comunicación. La impronta de lo virtual* (pp. 7–16). Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.
- Markus, Hazel Rose, & Hamedani, MarYam G. (2007). Sociocultural psychology: The dynamic interdependence among self systems and social systems. En Shinobu Kitayama & Dov Cohen (Eds.), *Handbook of cultural psychology* (pp. 3–39). The Guilford Press.
- Mora Galeote, Juan José. (2023). Psicología cultural y redes sociales: La mediación por artefactos en la (re)creación identitaria. En Inmaculada Baena Cuder, Dolores Rando Cueto, & Sofía Otero Escudero (Eds.), *Acciones y realidades ante la manipulación social: Redes sociales, publicidad y marketing* (pp. 265–282). Dykinson.
- Nigrini, Leonard, & Esteban-Guitart, Moisès. (2023). A conceptual analysis of the Funds of Knowledge and Identity approach from an eco-functional perspective. *Human Arenas*, 8, 1254–1268. <https://doi.org/10.1007/s42087-023-00355-5>
- Pantev, Christo; Herholz, Sibylle; Lappe, Claudia, & Knief, Anja. (2008). Neural basis of music imagery and the effect of musical expertise. *European Journal of Neuroscience*, 28(12), 2352–2360. <https://doi.org/10.1111/j.1460-9568.2008.06515.x>
- Penuel, William R., & Wertsch, James V. (1995). Vygotsky and identity. En Harry A. Daniels (Ed.), *An introduction to Vygotsky* (pp. 140–154). Routledge.
- Ratner, Carl. (2006). *Cultural psychology: A perspective on psychological functioning and social reform*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Real Academia Española, & Asociación de Academias de la Lengua Española. (s. f.). Netiqueta. En *Diccionario de la lengua española*. Edición del Tricentenario. <https://dle.rae.es/netiqueta>
- Rogoff, Barbara. (1990). *Apprenticeship in thinking: Cognitive development in social context*. Oxford University Press.
- Rogoff, Barbara. (2003). *The cultural nature of human development*. Oxford University Press.
- Rosa, Alberto. (2000). ¿Qué añade a la Psicología el adjetivo cultural? *Anuario de Psicología*, 31(4), 27–57.
- Rubio-González, Javier; Rodríguez Arocho, Wanda, & Erausquin, Cristina. (2023). Perezhivanie como una unidad de análisis teórico-metodológica no escisionista

- para la psicología. *Límite: Revista Interdisciplinaria de Filosofía y Psicología*, 18(21), 1–13. <http://dx.doi.org/10.4067/s0718-50652023000100214>
- Serrano Puche, Javier. (2016). Internet y emociones: Nuevas tendencias en un campo de investigación emergente. *Comunicar*, 24(46), 19–26. <https://doi.org/10.3916/C46-2016-02>
- Shweder, Richard A. (1990). Cultural psychology: What is it? En James W. Stigler, Richard A. Shweder, & Gilbert Herdt (Eds.), *Cultural psychology: Essays on comparative human development* (pp. 1–46). Cambridge University Press.
- Tajfel, Henri. (1981/1984). *Grupos humanos y categorías sociales: Estudios de psicología social*. Editorial Herder.
- Tarullo, Raquel. (2019). ¿Por qué los y las jóvenes están en las redes sociales? Un análisis de sus motivaciones a partir de la teoría de usos y gratificaciones. *Revista Prisma Social*, 29, 222–239.
- Tsunoda, Tadanobu. (1985). *The Japanese brain: Uniqueness and universality*. Taishukan Pub.
- Valsiner, Jaan. (2007). *Culture in minds and societies. Foundations of cultural psychology*. Sage.
- Veresov, Nikolai. (2016). Perezhivanie (live through) as a phenomenon and a concept: Questions on clarification and methodological meditations. *Cultural-Historical Psychology*, 12(3), 129–148. <https://doi.org/10.17759/chp.2016120308>
- Veresov, Nikolai, & Flear, Marilyn. (2016). Perezhivanie as a theoretical concept for researching young children's development. *Mind, Culture, and Activity*, 23(4), 325–335. <https://doi.org/10.1080/10749039.2016.1186198>
- Vygotski, Lev S. (1978). *Mind in society: The development of higher psychological processes*. Harvard University Press.
- Vygotski, Lev S. (1931/1979). *El desarrollo de los procesos psicológicos superiores*. Crítica.
- Vygotski, Lev S. (1931/1997). *Collected Works. Vol. 4. The history of the development of higher mental functions*. Plenum.
- Wartofsky, Marx W. (1979). *Models: Representation and the scientific understanding*. D. Reidel Publishing.