

REVISTA PRISMA SOCIAL N° 49

USOS DEL METAVERSO PARA LA COMUNICACIÓN

2º TRIMESTRE, ABRIL 2025 | SECCIÓN TEMÁTICA | PP. 60-79

RECIBIDO: 26/2/2025 – ACEPTADO: 21/4/2025

ENTORNOS HÍBRIDOS Y NUEVAS IDENTIDADES: LA GENERACIÓN Z EN LA ERA DEL METAVERSO

HYBRID ENVIRONMENTS AND NEW IDENTITIES: GENERATION Z IN THE AGE OF THE METAVERSE

PATRICIA BARRON SAN BLAS / PATRICIA.BARRON@EHU.EUS

UNIVERSIDAD DEL PAÍS VASCO – EUSKAL HERRIKO UNIBERTSITATEA, ESPAÑA

MAIALEN GOIRIZELAIA / MAIALEN.GOIRIZELAIA@EHU.EUS

UNIVERSIDAD DEL PAÍS VASCO – EUSKAL HERRIKO UNIBERTSITATEA, ESPAÑA

LEIRE ITURREGUI MARDARAS / LEIRE.ITURREGUI@EHU.EUS

UNIVERSIDAD DEL PAÍS VASCO – EUSKAL HERRIKO UNIBERTSITATEA, ESPAÑA

ESTE ARTÍCULO CUENTA CON LA FINANCIACIÓN DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN DEL SISTEMA UNIVERSITARIO VASCO (TIPO A) BITARTEZ (IT1771-22) OTORGADA POR LA VICECONSEJERÍA DE UNIVERSIDADES E INVESTIGACIÓN, GOBIERNO VASCO (2022-2025); ASÍ COMO CON LA AYUDA DEL PROGRAMA PREDOCTORAL DE FORMACIÓN DE PERSONAL INVESTIGADOR NO DOCTOR DE LA VICECONSEJERÍA DE UNIVERSIDADES E INVESTIGACIÓN, GOBIERNO VASCO (BOLETÍN OFICIAL DEL PAÍS VASCO: 2023/3122).



prisma
social
revista
de ciencias
sociales

RESUMEN

El objetivo de este estudio es examinar cómo la Generación Z configura su identidad en tres contextos: offline, online y en el metaverso destacando las diferencias y particularidades de su representación en cada contexto.

Para ello, se utilizó una metodología mixta estructurada en tres fases para un análisis integral: inicialmente, se aplicó una encuesta a una muestra sociodemográficamente representativa (n=410) de la Comunidad Autónoma Vasca (España); posteriormente, se realizaron tres grupos de discusión (n=18) para profundizar en sus perspectivas; y, finalmente, se validaron los hallazgos con dos entrevistas a personas expertas en la materia.

Los resultados revelan que el metaverso introduce formas innovadoras de comunicación y expresión, trascendiendo los estándares estéticos dominantes en las redes sociales. Los individuos jóvenes perciben que el metaverso tiene el potencial de propiciar relaciones más auténticas —al estar fundamentadas en aspectos personales y subjetivos, como intereses, valores o expresiones identitarias únicas— y de fomentar mayor libertad de expresión e inclusión, especialmente para colectivos tradicionalmente marginados, como la comunidad LGBTQ+ o las minorías culturales.

No obstante, las conclusiones subrayan la percepción de riesgos como la dependencia tecnológica y la abundancia de cuentas falsas, lo cual resalta la urgencia de establecer mecanismos que garanticen la privacidad y seguridad.

PALABRAS CLAVE

Metaverso; redes sociales; Generación Z; identidad; comunicación; inclusión.

ABSTRACT

The objective of this study is to examine how Generation Z shapes its identity in three contexts: offline, online, and in the metaverse, highlighting the differences and particularities of their representation in each environment.

A mixed-methods approach was used in three phases: first, a survey was conducted with a socio-demographically representative sample (n=410) from the Basque Country (Spain); next, three focus groups (n=18) were organized to delve deeper into their perspectives; and finally, two expert interviews were conducted to validate the findings.

Results indicate that the metaverse introduces innovative forms of communication and self-expression, transcending the aesthetic standards dominant in social media. Young people perceive the metaverse as a space for more authentic relationships, based on interests, values, and unique identity expressions. Moreover, it promotes greater freedom of expression and inclusion, particularly benefiting marginalized groups such as the LGBTQ+ community and cultural minorities.

However, the study also identifies risks, such as technological dependence and the proliferation of fake accounts, emphasizing the need for security and privacy mechanisms.

KEYWORDS

Metaverse; social media; Generation Z; identity; communication; inclusion.

1. INTRODUCCIÓN

La identidad ha sido históricamente un proceso dinámico influenciado por factores sociales, culturales y tecnológicos (Smith, 2020). Desde una perspectiva sociológica no es un atributo fijo, sino una formación fluida y en constante transformación a través de la interacción con el entorno y las experiencias individuales. En los contextos offline, este desarrollo se ve condicionado por normas sociales, roles asignados y dinámicas comunitarias que proporcionan un marco de referencia para la autodefinición. De hecho, tal como sostiene Giddens, "la identidad es una construcción en constante evolución, influenciada por el contexto social y los procesos históricos" (2015, p. 34).

1.1. LA IDENTIDAD COMO UN PROCESO DINÁMICO

El proceso de construcción identitaria, por tanto, responde a necesidades fundamentales como la pertenencia, la seguridad y el reconocimiento social (Adams & Marshall, 1996). Sin embargo, la expansión del ecosistema digital ha redefinido las formas tradicionales de representación personal, pues "las plataformas proporcionan nuevos espacios de interacción donde los individuos pueden redefinir y proyectar sus identidades de manera más libre y flexible" (Castells, 2020, p. 112). En la última década, las redes sociales han adquirido un papel central en este proceso, integrándose a la vida cotidiana de los y las jóvenes y moldeando sus interacciones y relaciones, lo que ha afectado evidentemente a su percepción del mundo y en la forma en que construyen su autoestima y relaciones interpersonales (Anderson & Caumont, 2014). Es decir, los perfiles en redes sociales se han convertido en un componente esencial de la identidad. De este modo, la expansión de las redes sociales ha generado una presión creciente para formar perfiles en línea, ya sea para participar mediante los mismos o para aumentar la presencia digital. Así, en un mundo cada vez más digital, la identidad online ha alcanzado una importancia equiparable a la offline (Boyd, 2014; Marwick, 2012).

Dentro de este escenario, la Generación Z, que ha crecido en un entorno digitalizado, experimenta nuevas formas de manifestación y exploración de su identidad en espacios físicos, virtuales y, más recientemente, en el metaverso. Como señala Martínez, "los jóvenes de la Generación Z son nativos digitales, lo que implica que su carácter se forma y expresa principalmente en espacios virtuales, donde las normas interpersonales se redefinen constantemente" (2021, p. 78). Esto hace que imaginar un mundo sin Internet sea incomprendible para la Generación Z, ya que las personas jóvenes utilizan 4,9 redes sociales de media (IAB, 2024) y nunca han conocido una realidad sin esta tecnología (Chen, 2023; Prensky, 2001).

El concepto de identidad digital u *online identity* hace referencia a la representación que una persona construye de sí misma en Internet (Cover & Doak, 2015). Es decir, se trata del conjunto de rasgos y atributos con los que un individuo se presenta en entornos digitales, configurando una versión de sí mismo que puede diferir, complementar o reforzar su identidad offline. Este fenómeno plantea interrogantes sobre hasta qué punto la identidad online refleja, amplifica o distorsiona la personalidad offline y de qué manera el colectivo joven gestiona estas múltiples dimensiones de su esencia en diferentes contextos de interacción.

1.2. OBJETO DE ANÁLISIS Y ESTUDIOS PREVIOS

Bajo esta premisa, el presente estudio tiene como propósito analizar cómo esta generación configura su identidad en tres contextos diferenciados: offline, en redes sociales y en el metaverso. Para ello, se compararán las diferencias y similitudes en la construcción del yo en estos espacios, examinando el impacto de las plataformas en la autoimagen y la percepción del yo. A través de este enfoque, el estudio busca aportar una comprensión más amplia sobre la interacción entre estos entornos y su influencia en la formación de las identidades.

A este respecto el análisis de la identidad digital ha sido ampliamente abordado en la literatura académica. Estudios previos han examinado su impacto en la elaboración del yo, destacando el papel de las redes sociales en este proceso. Johnson y Berson (2017) identificaron que los adolescentes utilizan diferentes plataformas para construir una representación digital alineada con su ser offline, resaltando el papel de la autogestión en la configuración de su identidad digital. De manera similar, Castro y Gómez (2022) caracterizaron las lógicas que moldean la construcción de perfiles virtuales en adolescentes, subrayando las estrategias que emplean en sus interacciones. Asimismo, Livingstone y Third (2017) exploraron cómo el uso de ciberespacios influye en la autoimagen y la percepción del entorno social en la juventud.

Estas investigaciones que analizan el 'yo' en redes sociales han llegado a dos tipos de conclusiones. Para autores como Pichel-Vázquez (2019) o Santos Díaz (2018), los usuarios muestran en sus perfiles digitales una personalidad que coincide con su identidad física. Es decir, consideran que los perfiles en redes sociales reflejan de manera auténtica y original a la persona en el mundo offline. Sin embargo, investigadores como Gandini (2016) y Moreno Barreneche (2019) argumentan que la identidad digital es un espacio de construcción estratégica, donde la autoimagen es deliberadamente curada y optimizada para responder a expectativas socioculturales específicas; por ello, pueden interpretarse como una forma de "branding personal" (Gandini, 2016, p. 119). Esto refleja la influencia de la necesidad de aceptación social, ya que los individuos adaptan y curan su imagen para alinearse con expectativas y normas socioculturales, buscando validación y reconocimiento en estos entornos informatizados.

Estos estudios amplían los análisis previos de Boyd (2014) y Marwick (2012), quienes examinaron la transformación de la autorrepresentación en entornos online y el papel de los perfiles como herramientas clave para la creación y gestión de la identidad personal. Además, Turkle (2011) argumentó que los entornos virtuales permiten a los individuos experimentar con múltiples facetas de su individualidad, lo que puede generar tanto oportunidades para la autoexploración como desafíos en términos de autenticidad y coherencia narrativa; y, Buckingham (2008), por su parte, señaló que la identidad digital está en constante negociación debido a la interacción con audiencias diversas y al impacto de la vigilancia digital, lo que condiciona la forma en que las personas jóvenes gestionan su presencia en las plataformas.

En esta línea, diversos investigadores han analizado los efectos negativos que pueden derivarse del uso de perfiles en redes sociales. Obras como las de Ryan *et al.* (2017), Shane-Simpson *et al.* (2018) y Tiggemann *et al.* (2018) destacan que la constante comparación con otros y la exposición continua pueden generar impactos perjudiciales en la salud mental, entre ellos el daño derivado de las comparaciones constantes y la aparición de sentimientos de soledad.

Mientras aún se siguen investigando las consecuencias del uso de redes sociales, la creciente relevancia del metaverso introduce un escenario aún más complejo, inmersivo e interactivo (Nath, 2022), donde la identidad no solo se presenta, sino que se experimenta en un entorno tridimensional (Aburbeian *et al.*, 2022; Inceoglu & Ciloglugil, 2022); lo cual amplía las "posibilidades de autoexpresión" (Carter & Lee, 2021, p. 92). A diferencia de las redes sociales tradicionales, donde cada perfil se construye a través de textos, imágenes y videos, en el metaverso los usuarios encarnan avatares que expanden las posibilidades de autoexpresión (Ananya Babu & Mohan, 2022; Hernández, 2022).

En este orden de ideas, Mark Zuckerberg, fundador de Facebook, sostiene que, en un futuro no muy lejano, el metaverso transformará por completo las formas de mantener relaciones interpersonales, ya que representa la nueva evolución de las conexiones humanas (Meta, 2021). No se trata de una sustitución del mundo digital actual, sino de una "expansión digital ubicua, permanente y sin restricciones" (Weinberger, 2022, p. 13), que seguirá estando integrada en nuestro mundo físico. Es más, Castronova (2005) destaca que los mundos virtuales posibilitan la creación de personalidades alternativas que pueden divergir significativamente de la identidad offline, favoreciendo la experimentación identitaria.

Desde una perspectiva teórica, el metaverso ha sido conceptualizado como el Internet 3.0 (Nath, 2022), un entorno virtual innovador que "fusiona la realidad física con la virtualidad digital" (Mystakidis, 2022). Se trata de espacios en línea generados por computadora donde las personas usuarias, ubicadas en lugares físicos distintos, pueden interactuar en tiempo real para trabajar o jugar (Meta, 2021). El trabajo de Dionisio *et al.* (2013) también define el metaverso como espacios de interacción creados a través de nuevas tecnologías, donde la interacción entre personas se vuelve innovadora gracias al uso de avatares. Estos avatares representan a los usuarios en el metaverso y les permiten interactuar con otros, lo que convierte la representación visual de los avatares en un aspecto crucial, ya que el metaverso es cada vez un entorno más social (Shen *et al.*, 2021; Hepperle *et al.*, 2022).

De manera similar y como uno de los pioneros, Boellstorff (2008) analizó cómo la interacción en mundos virtuales como *Second Life* facilita la instauración de comunidades basadas en identidades digitales compartidas. De hecho, algunos estudios globales sugieren que todavía es temprano para comprender completamente el funcionamiento del metaverso (Ball, 2022), ya que su desarrollo enfrenta desafíos tecnológicos y éticos significativos. Di Pietro y Cresci (2021) afirman que para su implementación se deben integrar tecnologías avanzadas como redes de inteligencia artificial y algoritmos sofisticados, aunque su consolidación requiere un largo camino. La falta de estas tecnologías también ha generado preocupaciones sobre la seguridad y privacidad del metaverso, considerando que implicará la interconexión de todo tipo de datos (Di Pietro & Cresci, 2021).

Además de Di Pietro y Cresci (2021), varios expertos más han abordado las preocupaciones sobre la seguridad y privacidad en el metaverso. A raíz de estas preocupaciones, la legislación relacionada con este entorno incluye normas sociales, fuerzas del mercado y la ley, como respuesta a la vulnerabilidad digital (Lee *et al.*, 2024). Sin embargo, "el metaverso posee una autoridad que va más allá de los límites legales del estado" (Johan, 2022, p. 160), lo que plantea un dilema jurisdiccional significativo: al operar en un espacio jurisdiccional que trasciende las

fronteras nacionales, abordar sus desafíos requiere estrategias regulatorias y de gobernanza innovadoras (Benjamins *et al.*, 2023). Además, el trabajo realizado por siete investigadores –de centros tecnológicos chinos y canadienses– analiza las amenazas y desafíos críticos en la seguridad y privacidad del metaverso (Wang *et al.*, 2022), revisa las contramedidas más avanzadas y propone direcciones futuras de investigación, tales como: el desarrollo de nuevas “tecnologías de encriptación”, la “mejora de la gestión de identidades digitales” y la creación de “marcos éticos más sólidos para la protección de la privacidad” de los usuarios (Wang *et al.*, 2022, pp. 26-27).

Ciertamente, si bien el metaverso presenta oportunidades, su impacto en la identidad de la Generación Z sigue siendo un campo de estudio emergente. Aunque investigaciones recientes, como la de Nakamura (2020), han comenzado a explorar las implicaciones de la identidad en entornos virtuales avanzados, aún queda un amplio terreno por investigar sobre cómo las personas jóvenes gestionan su autoconcepto en este ciberespacio. Este estudio, por tanto, no solo examina el metaverso como fenómeno emergente, sino que lo enmarca dentro de un marco comparativo que permite entender su impacto en relación con la identidad offline y en redes sociales, proporcionando una visión holística del desarrollo identitario.

1.3. UNA NUEVA PERSPECTIVA

La relevancia de esta investigación consiste en su capacidad para ampliar el análisis de la identidad digital más allá de las redes sociales tradicionales, incorporando el metaverso como un espacio novedoso de representación personal. Así, se plantea una reflexión sobre cómo sus características únicas pueden generar nuevas oportunidades en beneficio de la expresión personal, al mismo tiempo que presentan desafíos y riesgos asociados. En un momento en que el metaverso empieza a perfilarse como una posible área de creciente importancia dentro de la vida digital, comprender su impacto en la configuración de la identidad resulta esencial para anticipar sus posibles implicaciones sociales y culturales.

Desde una perspectiva metodológica, se empleó un enfoque mixto que combina técnicas cuantitativas y cualitativas para analizar las dinámicas identitarias en los tres entornos estudiados. Se aplicó una encuesta representativa ($n = 410$) y se organizaron tres grupos de discusión ($n = 18$) para captar tanto tendencias generales como experiencias personales. Además, se realizaron entrevistas con dos personas expertas en metaverso y redes sociales, lo que permitió enriquecer y contextualizar los hallazgos. Esta triangulación facilitó una comprensión integral de la identidad física y digital en sus distintas dimensiones.

El valor distintivo de este estudio, por ende, radica en su enfoque comparativo, que permite comparar tres espacios distintos de construcción identitaria en un solo análisis, con un énfasis particular en el metaverso como fenómeno emergente. Así, este trabajo busca generar un conocimiento más profundo sobre la identidad digital y, al mismo tiempo, pretende servir de base para futuras investigaciones sobre estudios metaversales.

2. DISEÑO Y MÉTODO

El presente estudio se enfoca en el análisis de la identidad de la Generación Z en tres espacios diferenciados: offline, online y en el metaverso. Desde una aproximación sociológica, se busca comprender las dinámicas emergentes en la construcción de la identidad en estos contextos, atendiendo a la incidencia de la digitalización y la virtualidad en la autorrepresentación. Así, la exploración adopta un enfoque multidisciplinar, articulando elementos de la teoría de la identidad, la comunicación digital y los estudios culturales.

2.1. OBJETIVOS

El objetivo general es analizar la construcción de la identidad en la Generación Z a través de los espacios offline, online y en el metaverso, con el fin de identificar patrones de autoidentificación, coherencia y percepción de autenticidad en cada uno de estos entornos. Los objetivos específicos se articulan de la siguiente manera:

- Examinar la percepción de la Generación Z sobre la influencia del entorno digital en la autoidentificación y representación personal.
- Comparar las diferencias y similitudes en la percepción de autenticidad en los tres espacios analizados.
- Conocer el valor otorgado a los procesos de socialización digital e interacción comunitaria en la construcción de la identidad en el metaverso.
- Identificar los desafíos y oportunidades que representa el metaverso en la consolidación de la identidad personal.

2.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación adoptada es de naturaleza mixta, integrando enfoques metodológicos tanto cuantitativos como cualitativos con el objetivo de obtener una comprensión integral del fenómeno en estudio. En primer lugar, se ha implementado un abordaje descriptivo mediante la aplicación de encuestas dirigidas a jóvenes pertenecientes a la Generación Z, con el fin de recabar datos estandarizados sobre sus prácticas identitarias en diversos contextos. Posteriormente, se ha complementado con un análisis cualitativo, que incluye grupos focales y entrevistas en profundidad con expertos en identidad digital y metaverso, con el fin de captar matices y significados subjetivos que permitan contextualizar y enriquecer los datos cuantitativos.

Dado el carácter exploratorio de la investigación, no se ha formulado una hipótesis específica; más bien, el objetivo ha sido identificar patrones y tendencias emergentes en la construcción de la identidad dentro del metaverso. No obstante, se parte de la premisa de que la Generación Z, al haber crecido en un entorno digital omnipresente, presenta una flexibilidad singular y una capacidad particular para adaptarse a las dinámicas cambiantes de la construcción identitaria en ciberplataformas (Boyd, 2014).

2.3. **Ámbito y muestra**

El campo de estudio se circunscribe en jóvenes de la Generación Z, definida generalmente como aquellos nacidos entre 1995 y 2010 (Twenge, 2017), 1994 y 2008 (Dimock, 2019), o 1994 y 2006, según lo propuesto por el Colegio de Economistas de Madrid (Vilanova, 2019). En este proyecto, se adopta el intervalo de 1994 a 2010, para alinearse con la definición más amplia de esta generación, residentes en la Comunidad Autónoma del País Vasco. Esta región ha sido seleccionada debido a la importancia de examinar las particularidades identitarias de este grupo dentro de un contexto sociocultural específico, lo que permite un análisis mejor contextualizado de las dinámicas identitarias en el entorno digital (Darvin, 2016).

2.4. **METODOLOGÍA**

Cuantitativamente, para la selección de los encuestados, se optó por un muestreo no probabilístico intencional, que permitió garantizar la inclusión de jóvenes representativos en términos de edad, género y nivel de experiencia en el uso de tecnologías digitales, utilizando además la técnica de bola de nieve. Este enfoque metodológico se empleó debido a las características de la población objetivo, jóvenes de la Generación Z con un alto nivel de interacción en entornos digitales. La técnica comenzó con un pequeño grupo inicial de individuos que cumplieran con los criterios específicos de la investigación y, a través de sus recomendaciones, se fueron incorporando progresivamente a otros participantes. Así, cada participante reclutado sugirió a otros que también podrían ser relevantes, lo que facilitó el acceso a más respuestas.

El tamaño final de la muestra fue de 410 participantes, cifra calculada mediante una fórmula estadística adaptada a poblaciones finitas. De esta manera, se logró un tamaño muestral que permitió extrapolar los resultados a la población total de la Generación Z en la Comunidad Autónoma del País Vasco, que cuenta con 356.348 individuos, según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE, 2024). Es más, la muestra obtenida asegura una precisión suficiente, con un margen de error de +/- 5% y un nivel de confianza del 95%, lo que aporta robustez y fiabilidad a los resultados. Inicialmente, las respuestas recogidas llegaron a 425 respuestas, pero se procedió a la eliminación de datos que contenían respuestas incompletas, irrelevantes o ruido; así, el proceso de depuración permitió obtener una muestra más válida y precisa.

En la fase cualitativa, se llevaron a cabo tres grupos de discusión en los que participaron un total de 18 personas seleccionadas entre quienes previamente completaron la encuesta, considerando para la formación de los grupos las variables de género, edad y tipo de experiencias. Es importante aclarar que no participaron todos los encuestados en estos grupos, sino una muestra deliberada de 18 personas en total, distribuidas entre los tres grupos. Este formato de discusión grupal permitió explorar de manera más profunda las percepciones de los miembros de la generación z sobre la identidad digital y sus experiencias dentro del metaverso y otras plataformas digitales. Es decir, los tres talleres grupales facilitaron la identificación de patrones comunes, así como la aparición de matices específicos que ayudaron a enriquecer la interpretación de los datos cuantitativos.

Además, para complementar los datos obtenidos en las encuestas y los grupos de discusión, se realizaron dos entrevistas en profundidad con expertos en el campo de estudio. Estos expertos aportaron una visión más especializada sobre los aspectos emergentes en la construcción

identitaria dentro de los entornos virtuales, permitiendo contextualizar y afinar los hallazgos obtenidos de las fases anteriores. Por lo tanto, las entrevistas ofrecieron un marco teórico y práctico que ayudó a comprender las implicaciones de los datos en el contexto más amplio de la transformación digital y las nuevas formas de interacción social.

2.5. VALIDEZ Y FIABILIDAD

El enfoque adoptado permite una comprensión exhaustiva de los procesos de construcción identitaria en la Generación Z; es más, la triangulación de datos provenientes de diversas fuentes ha contribuido a fortalecer la validez, la coherencia y profundidad de los resultados obtenidos (Cerdá, 1993; Denzin, 2009). Así, este diseño metodológico ha posibilitado la integración de la robustez de los datos cuantitativos con la riqueza interpretativa de los datos cualitativos (Cerdá, 1993), garantizando un análisis comprensivo del fenómeno en cuestión (Rojas Bravo y Belkis Osorio, 2017).

La triangulación de técnicas y fuentes ha sido un elemento fundamental para asegurar la fiabilidad y validez de los hallazgos (Ruíz Olabuénaga, 2012), adhiriéndose a principios metodológicos ampliamente reconocidos en la investigación social. Asimismo, se han implementado diversas estrategias de control, como la verificación cruzada de datos y la saturación teórica en el análisis cualitativo, lo que ha reforzado la rigurosidad metodológica.

En este caso, dicha validación se ha logrado a través de diversas perspectivas contrapuestas y comparadas con respecto al objeto de estudio; tanto a partir de las técnicas utilizadas (encuesta, grupos de discusión y entrevistas en profundidad) como de las diferentes fuentes de información, dado que el estudio ha sido completado por diversas personas y períodos de tiempo (Rojas Bravo y Belkis Osorio, 2017). Por lo tanto, gracias a las triangulaciones de información, se considera que se ha alcanzado la solidez interna requerida, y que se han cumplido las condiciones fundamentales que exige cualquier trabajo de investigación científica (Ruíz Olabuénaga, 2012).

3. TRABAJO DE CAMPO Y ANÁLISIS DE DATOS

El análisis empírico, como se ha expuesto previamente, se desarrolló mediante un enfoque metodológico mixto que integró técnicas cuantitativas y cualitativas. En la fase cuantitativa, se distribuyó una encuesta en línea mediante Google Forms entre el 15 y el 31 de marzo de 2024, la cual constaba de 24 preguntas cerradas y 3 abiertas, utilizando un muestreo no probabilístico intencional. En cuanto a los bloques temáticos abordados en la encuesta, estos se estructuraron en torno a cuatro ejes principales: (1) percepción del yo en entornos digitales, (2) representación y autenticidad en redes sociales, (3) interacción y comunidad en el metaverso y (4) expectativas y retos en la identidad digital futura. Las respuestas obtenidas fueron codificadas y procesadas mediante el software SPSS, lo que permitió una organización sistemática de los datos y facilitó la ejecución de análisis estadísticos.

En la fase cualitativa, se llevaron a cabo tres grupos de discusión con 18 participantes, cuyas sesiones se realizaron entre los meses de abril y mayo de 2024, con una duración de dos horas. Las entrevistas en profundidad, sin embargo, se realizaron en junio del mismo año: una telefónica con una periodista especializada en redes sociales y una entrevista presencial con

el fundador de una empresa líder en el ámbito del metaverso a nivel estatal. Tanto los grupos de discusión como las entrevistas fueron grabadas, transcritas y posteriormente analizadas utilizando el software NVivo, lo que permitió una interpretación exhaustiva de las informaciones recogidas.

4. RESULTADOS

La Generación Z ha crecido inmersa en un ecosistema en el cual las fronteras entre lo digital y lo físico se han diluido progresivamente. Este fenómeno se evidencia en los hallazgos empíricos, que demuestran cómo, desde edades tempranas –en promedio, a los once años–, los miembros de esta generación han interactuado de manera constante y fluida con diversas plataformas digitales, las cuales han desempeñado un rol central en su proceso de autoidentificación. Las redes sociales, particularmente Instagram, TikTok y Twitter (utilizadas por el 98%, 72% y 64% de la muestra, respectivamente), constituyen entornos clave en los que adolescentes y jóvenes adultos construyen una representación de sí mismos, mientras que experimentan múltiples dimensiones de su identidad. Es más, la representación personal no solo se configura a través de las publicaciones individuales, sino que también está influida por la interacción social y el consumo de contenido ajeno –según el 75% de las percepciones–.

Además, los participantes de los grupos de discusión señalaron que la autoidentificación en las plataformas digitales es un proceso dinámico y multifacético. Como apuntó uno de ellos: "La identidad digital es como un filtro, a veces quieres que se vea lo mejor de ti, pero también sientes la necesidad de mostrar algo auténtico" (hombre, 1999). Esta reflexión pone de manifiesto la tensión inherente entre la proyección de una imagen idealizada y la naturalidad, lo que sugiere que transitan entre la construcción de una identidad visualmente atractiva y la necesidad de ser percibidos como genuinos. Dicha tensión se traduce en una constante renegociación del yo.

Sin embargo, esa renegociación ha permitido a la Generación Z adoptar diversas representaciones de sí misma, las cuales pueden variar de acuerdo con el contexto o la plataforma. Los resultados obtenidos a través de los cuestionarios indican que las redes sociales ofrecen una flexibilidad y un margen de maniobra que el mundo offline no proporciona. En los grupos de discusión, uno de los jóvenes comentó: "En Instagram, a veces muestro un lado de mí que no necesariamente es 100% real, pero en otras plataformas como TikTok, siento que puedo ser más yo, más espontáneo" (hombre, 2004). Este testimonio resalta la capacidad de las personas para adaptarse a distintos roles digitales, lo cual les otorga un sentido de empoderamiento. No obstante, también emerge la preocupación sobre la autenticidad de estas representaciones –una inquietud expresada por el 42% de la muestra–. Es decir, surge la duda de si las plataformas digitales verdaderamente ofrecen una imagen fidedigna del individuo, o si, por el contrario, solo fomentan la creación de versiones idealizadas e, incluso, distorsionadas de la identidad offline.

4.1. La autenticidad por espacios: offline, online y metaverso

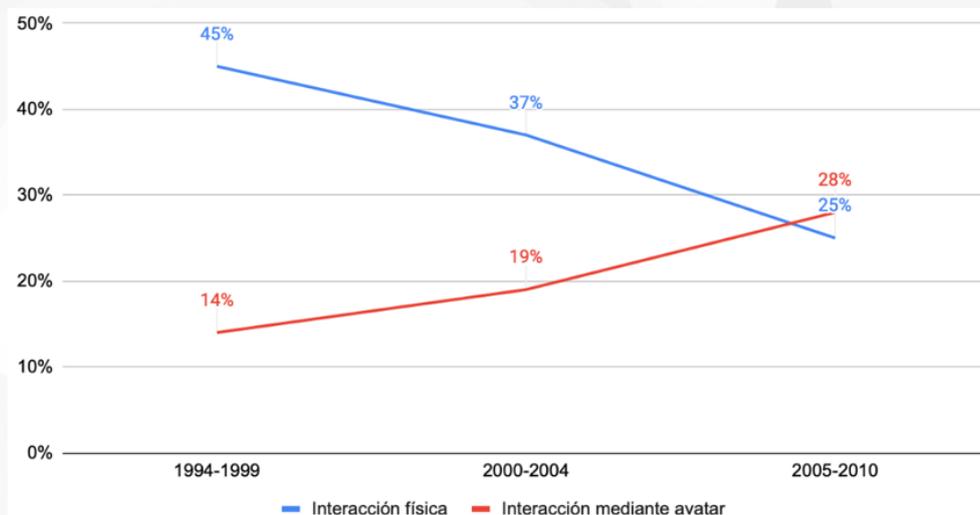
El concepto de autenticidad es clave para entender cómo la Generación Z construye su identidad en distintos espacios. Con miras a abordar esta cuestión, se han dividido los resultados en tres niveles: el mundo físico (offline), el entorno digital convencional (redes sociales) y el

metaverso. Esta distinción permite observar las tensiones, continuidades y rupturas entre estos espacios. A continuación, se presentan los hallazgos organizados en estas categorías.

En el mundo offline, la autenticidad se experimenta de manera más inmediata y sin intermediarios tecnológicos. La interacción cara a cara se sustenta en señales no verbales, expresiones espontáneas y una comunicación desprovista de filtros digitales. Este espacio favorece una conexión más natural, donde la identidad no está sujeta a ediciones ni construcciones artificiales. Como expresó una de las participantes: “Cuando estoy en persona con mis amigos, me resulta más fácil ser yo misma, no siento la presión de cómo me veo o de lo que publico” (mujer, 2002).

En comparación con los entornos digitales, el mundo físico se percibe como el ámbito donde la identidad es más fiel a la autoimagen interna. La validación externa no es tan determinante (según el 31%), y las interacciones suelen interpretarse como más genuinas. No obstante, el gráfico que se presenta a continuación evidencia una tendencia creciente hacia la definitiva preferencia por interactuar mediante avatares –sobre todo en los más jóvenes (nacidos entre 2005 y 2010)– y, especialmente en los primeros contactos. Este fenómeno responde a la percepción de que el físico puede condicionar las oportunidades de establecer nuevas conexiones, lo que impulsa a muchos a optar por representaciones digitales que puedan gestionar de manera más estratégica y menos expuesta al juicio inmediato.

Imagen 1: Preferencia de interacciones: física vs avatar



Nota: Esta imagen presenta exclusivamente factores identificados en espacios digitales (redes sociales y metaverso). El ámbito offline no se incluyó porque los participantes no lo asociaron directamente con procesos de conexión inicial en sus respuestas cuantitativas.

Las redes sociales presentan una visión ambigua de la autenticidad, ya que las interacciones y las imágenes suelen estar cuidadosamente editadas para ajustarse a ciertos estándares –es más, el 25% no se identifica nunca o casi nunca con sus propios perfiles–. Como señaló un participante: “Las redes sociales son una especie de show, todo está filtrado, solo ves lo que las personas quieren que veas. A veces siento que no es del todo real” (hombre, 2003). Esta dinámica genera una brecha entre la identidad auténtica y la proyectada, ya que las personas

enfrentan la presión de encajar en moldes idealizados, lo que puede derivar en una percepción fragmentada de sí mismos.

El metaverso añade una capa aún más compleja a esta cuestión, permitiendo a los usuarios crear avatares que pueden diferir radicalmente de su identidad física o personal. Para muchos, esto representa una oportunidad de exploración sin precedentes; a pesar de esta libertad, el 65% de la muestra afirmó que diseñaría un avatar que reflejara fielmente su personalidad, aunque solo el 45% optaría por uno que representara de manera exacta su apariencia física. Esto refuerza la idea de que la autenticidad en el metaverso no está necesariamente ligada a la imagen, sino a la percepción subjetiva de quiénes somos y cómo elegimos manifestarlo en estos nuevos espacios digitales.

La posibilidad de adoptar cualquier apariencia, personalidad o incluso múltiples identidades en un espacio digital inmersivo no solo amplía las fronteras de la autoexpresión, sino que también profundiza las dudas sobre la naturaleza de la autenticidad. Para los y las jóvenes, esta libertad sin precedentes puede convertirse en un terreno fértil para la exploración, pero también en una fuente de incertidumbre: ¿hasta qué punto la flexibilidad identitaria refuerza o diluye la comprensión de lo que es "real"? ¿Se trata de una expansión del ser o de una fragmentación de la identidad? Esta evolución muestra que la autenticidad se manifiesta de manera distinta en cada espacio: mientras el mundo offline privilegia la inmediatez, las redes sociales permiten una autenticidad controlada y el metaverso abre un campo radicalmente nuevo de exploración identitaria.

4.2. SOCIALIZACIÓN DIGITAL EN EL METAVERSO

El metaverso además de ofrecer un espacio para la autoexpresión individual, introduce nuevas formas de socialización digital, así lo considera el 81% de las personas encuestadas. La capacidad de interactuar con personas de todo el mundo, crear comunidades virtuales y participar en eventos colectivos es un cambio significativo en la manera en que experimentan las relaciones interpersonales. Es más, los grupos de discusión revelaron que muchos jóvenes –más de la mitad– ven en el metaverso una gran oportunidad de relacionarse de una forma más inclusiva y accesible. Un participante señaló: “Es genial porque en el metaverso puedes conectarte con personas que comparten tus mismos intereses, sin importar de dónde seas. Te sientes más libre para ser tú mismo” (hombre, 2003). Ciertamente, sin limitaciones geográficas ni físicas, el metaverso permite formar comunidades virtuales basadas en intereses o gustos comunes en lugar de la apariencia externa, lo que a su vez fomenta la libertad de expresión y la inclusión de colectivos tradicionalmente marginados, como la comunidad LGBTQ+ o las minorías culturales.

En los grupos de discusión, algunos participantes del colectivo LGBTQ+ mencionaron que el metaverso ofrece a las personas trans la posibilidad de adoptar una autoimagen alineada con su identidad de género, lo que puede representar una forma de validación y bienestar emocional. “Para muchas personas trans, poder verse como realmente se sienten, sin las limitaciones del mundo físico, es una oportunidad liberadora” (mujer 1997), comentó una de las participantes. De manera similar, el 68% de las personas encuestadas señalaron que el metaverso brinda un espacio de expresión para minorías culturales. “En muchos espacios en línea, nuestra identidad –refiriéndose principalmente a la identidad vasca– se diluye, pero aquí podemos compartir

nuestra cultura y conectar con otros usuarios sin sentirnos excluidas" (mujer, 2000). Así, el metaverso no solo amplía las posibilidades de socialización, sino que también actúa como un entorno en el que la identidad puede ser (re)afirmada sin restricciones externas.

Sin embargo, también surgieron preocupaciones sobre cómo estas interacciones pueden afectar la coherencia de la identidad. Al tener la capacidad de modificar la apariencia del avatar, se teme que pueda perderse el contacto con la identidad: "Es fácil perderse en el avatar y olvidar quién eres en la vida real. El problema es que el avatar empieza a convertirse en tu reflejo, pero no es de verdad" (hombre, 2004).

4.3. DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES EN LA IDENTIDAD PERSONAL

El metaverso presenta un campo de oportunidades y desafíos que afectan directamente la construcción de la identidad personal. Como ha sido explicado, a través de la posibilidad de crear avatares, los usuarios pueden redefinir su autoimagen, despojándose de las limitaciones del cuerpo físico. Sin embargo, también existen riesgos derivados de esta desconexión, que pueden generar una pérdida de autenticidad y autocomprensión. A continuación, se presentan las distintas perspectivas sobre este fenómeno.

4.3.1. Oportunidades: Conexión, inclusión y autoexpresión

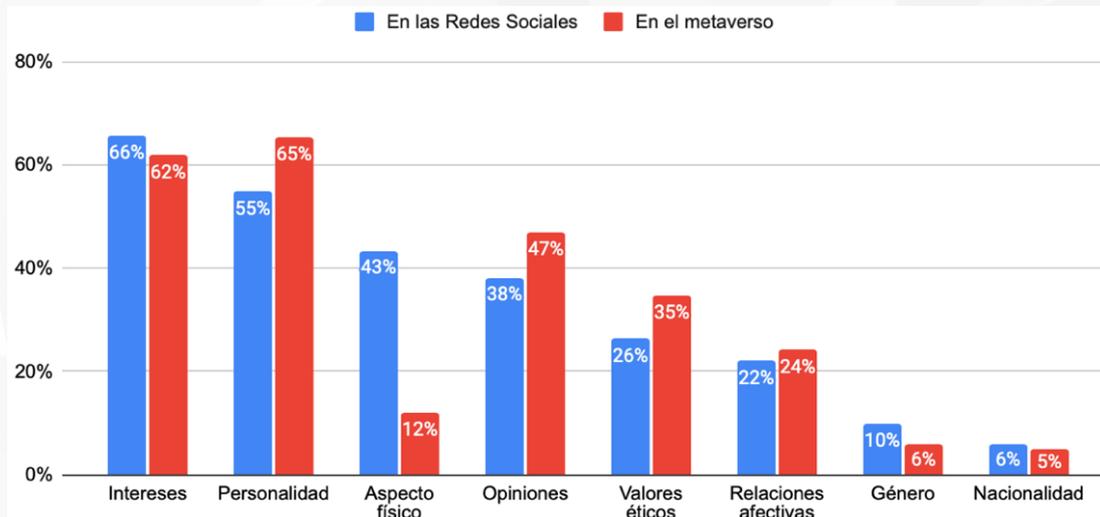
Una de las ventajas más destacadas del metaverso es la facilidad con la que permite establecer conexiones con personas de todo el mundo, independientemente de la distancia física. En este espacio, el 52% de la muestra cree que las relaciones serían más accesibles y fluidas. Un participante expresó: "Nos relacionaríamos de forma más ligera y fácil" (hombre, 2000). Además, el metaverso podría facilitar la conexión sin prejuicios, permitiendo que las personas sean valoradas más por su personalidad y habilidades que por su apariencia física, como indicó otro testimonio: "Las personas serán valoradas por su identidad, por su personalidad e intereses, sin tomar en cuenta su apariencia física" (mujer, 1997).

Otro aspecto relevante es la posibilidad de que el metaverso sirva como un espacio inclusivo para aquellos con diversidad funcional o en procesos de transición de género. El metaverso podría proporcionar un lugar donde estas personas puedan expresarse libremente de una manera que en la sociedad física no siempre es posible. "El metaverso podría ser un espacio motivacional para las personas en proceso de transición de género, permitiéndoles elegir su género y expresarse a través de él" (mujer, 1997). Asimismo, las personas con diversidad funcional podrían integrarse más fácilmente a la sociedad y sentirse más cómodas en el metaverso, donde las barreras físicas se desvanecen: "Las personas con diversidad funcional o en riesgo de exclusión social podrían integrarse de otra manera en la sociedad, y probablemente se sentirían más cómodas en el metaverso" (hombre, 1999).

El metaverso también ofrece una oportunidad para que las personas dejen de estar bajo la presión de la estética física –preocupación expresada mayoritariamente por mujeres–. La desaparición de la imagen corporal permitiría un entorno más objetivo y saludable para las interacciones. Como señaló una participante: "Las personas no serían juzgadas por su apariencia física, por lo que sería una relación más objetiva" (mujer, 2006). Esta transición a un espacio donde el físico no define a los individuos –sino más bien la personalidad (según el 65%) y las

opiniones mostradas (según el 47%)– también podría contribuir a reducir el fenómeno del cyberbullying: "La crítica hacia la imagen desaparecería, lo que ayudaría a disminuir el bullying en línea" (mujer, 2002).

Imagen 2: Factores de identidad más relevantes para conectar



4.3.2. Desafíos: Homogeneización, falsedad y engaños

Sin embargo, no todo son ventajas. Un peligro importante que percibe el 45% es el de la creación de un mundo virtual que podría inducir a las personas a vivir en una realidad falsa, donde la interacción y las relaciones carecerían de la autenticidad que caracteriza a las conexiones humanas tradicionales. "Nos llevaría a crear avatares basados en la perfección que nos marca la sociedad, sumergiéndonos en una vida de falsedad" (mujer, 2000). Este fenómeno podría provocar que los usuarios se alejen cada vez más de la realidad, perdiendo contacto con lo que realmente son.

Este tipo de desconexión también puede generar inseguridad e incertidumbre (para el 18%), ya que las personas podrían no saber si están interactuando de manera genuina o si están simplemente interpretando un papel. "No mostrará un reflejo de la realidad, solo será una utopía basada en los cánones de belleza" (hombre, 2001). Además, el uso excesivo de avatares podría llevar a la creación de identidades falsas, lo que abriría la puerta a problemas como el fraude y el engaño (inconveniente identificado por el 27%): "El poder esconder tu identidad puede traer consigo riesgos, perfiles falsos, mentiras y demás" (mujer, 2003). Este fenómeno de poder "engañar" a través de la apariencia virtual podría complicar el interés por establecer contactos.

Otro desafío significativo radica en la posibilidad de que la dependencia del metaverso nos aleje de las relaciones genuinas y la vida real (desafío reconocido por el 16%). Como expresó una de las jóvenes: "Nos estamos alejando poco a poco de la naturalidad en esta vida, y creo que la virtualidad destruye la esencia humana. Hay que trabajar en uno mismo para enfrentar esos miedos que nos limitan" (mujer, 1998). Este distanciamiento podría dar lugar a una sociedad más frágil, donde las conexiones humanas se basasen únicamente en contactos mediados por avatares, lo que podría afectar a la salud mental.

Por último, cabe destacar que el metaverso también podría contribuir a una homogeneización de las identidades (percepción del 34%), ya que todos tendrían la posibilidad de crear un avatar que se ajuste a los estándares estéticos ideales. Esto podría provocar que las diferencias individuales se diluyan y que la verdadera diversidad humana se pierda. "Nuestros cuerpos reales nos distinguen unos de otros, y si todos pudiéramos elegir nuestra imagen y encajar en los cánones sociales, perderíamos toda diversidad y cada individuo dejaría de creer en sí mismo" (mujer, 2000). Este fenómeno podría reducir la riqueza de la identidad personal y generar una falta de distinción entre las personas, ya que todos crearíamos versiones "perfectas" de nosotros mismos, pero despojadas de nuestras características únicas y auténticas.

Tabla 1: Resumen de oportunidades y desafíos del metaverso

Oportunidades		Desafíos	
Conexión global	72%	Pérdida de autenticidad	54%
Menor presión estética	71%	Realidades falsas	45%
Autoexpresión	65%	Homogeneización identitaria	34%
Reducción de prejuicios	62%	Fraude y engaños	27%
Inclusión	41%	Inseguridad e incertidumbre	18%
Menos cyberbullying	36%	Dependencia	16%

4.4. NAVEGAR CON CAUTELA

En suma, el metaverso podría redefinir de cierta manera la construcción identitaria de la Generación Z al expandir las formas de autoidentificación y representación personal en comparación con los espacios offline y online. Si bien ofrece nuevas oportunidades de autoexpresión y exploración identitaria, también plantea desafíos en términos de coherencia y percepción de autenticidad. La posibilidad de crear una identidad digital flexible permite experimentar con diferentes facetas del yo, pero puede generar disonancias con la identidad física, afectando la autoimagen y la estabilidad identitaria.

La socialización digital y la interacción comunitaria en el metaverso juegan por lo tanto un papel clave en la consolidación de la identidad. Sin embargo, la presión por mantener una imagen idealizada –preocupación mostrada en un 21% más por mujeres– puede derivar en una fragmentación de la identidad y una desconexión con la realidad. Aun así, más jóvenes identifican más oportunidades que desafíos, lo que indica una percepción optimista sobre el potencial del metaverso en su desarrollo personal. Por ello, resulta fundamental que la Generación Z desarrolle una conciencia crítica sobre los efectos del metaverso en su sentido de identidad, promoviendo un uso equilibrado que favorezca la autoexploración sin comprometer la autenticidad.

5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Los resultados de esta investigación han permitido comprender la manera en que la Generación Z configura su identidad en tres contextos: offline, online y en el metaverso. En línea con estudios previos (Boyd, 2014; Marwick, 2012), se confirma que la identidad digital ha adquirido una importancia equiparable a la offline, aunque con particularidades en función del espacio de representación. Mientras que en redes sociales la construcción de identidad sigue estando

mediada por la presión social y la gestión de la autoimagen (Gandini, 2016), el metaverso introduce una dimensión innovadora al ofrecer mayores posibilidades de expresión y exploración identitaria (Carter & Lee, 2021). No obstante, esta expansión identitaria también conlleva riesgos relacionados con la coherencia del yo y la percepción de autenticidad.

Uno de los hallazgos clave es que el metaverso se percibe como un espacio de interacción donde las normas estéticas tradicionales de las redes sociales pierden relevancia; es decir, existe una transición en el propio espacio digital. Esto podría fomentar relaciones basadas en intereses y subjetividades personales, lo que es especialmente significativo para colectivos como la comunidad LGBTQ+ o minorías culturales –no tan bien acogidas en otras plataformas–. Estas observaciones coinciden con los estudios de Boellstorff (2008), quien destacó la capacidad de los entornos virtuales para crear comunidades basadas en identidades compartidas. Sin embargo, también se evidenció que la identidad en el metaverso no está exenta de los fenómenos de presión social observados en redes sociales, lo que puede derivar en una fragmentación identitaria y una desconexión con la identidad offline.

En cuanto a los riesgos, los hallazgos revelan preocupaciones en torno a la privacidad, la seguridad y la proliferación de cuentas falsas en el metaverso. Estos problemas ya habían sido señalados en estudios previos (Di Pietro & Cresci, 2021; Wang *et al.*, 2022), que alertan sobre los desafíos regulatorios y tecnológicos asociados a estos espacios. La dependencia tecnológica también se percibe como un riesgo, dado que una presencia extendida en entornos digitales podría afectar la salud mental y la estabilidad emocional, alineándose con las preocupaciones expuestas por los estudios de Ryan *et al.* (2017) y Tiggemann *et al.* (2018) sobre los efectos negativos de la comparación social en redes.

Así, esta investigación busca contribuir a la comprensión del impacto del metaverso en la identidad juvenil, pero también deja abiertas diversas líneas futuras de investigación. A medida que esta tecnología sigue desarrollándose, será crucial profundizar en sus efectos psicológicos y sociales en las nuevas generaciones, así como explorar estrategias para mitigar sus riesgos y potenciar sus beneficios; es más, se deberá adoptar un enfoque reflexivo que permita integrar de manera coherente y saludable las experiencias digitales con la identidad offline.

6. REFERENCIAS

- Aburbeian, A.M.; Owda, A.Y. & Owda, M. A. (2022). A technology Acceptance Model Survey of the Metaverse Prospects. *AI*, 3, 285–302. <https://doi.org/10.3390/ai3020018>
- Adams, G. R. & Marshall, S. K. (1996). A developmental social psychology of identity: Understanding the person-in-context. *Journal of adolescence*, 19(5), 429-442. <https://doi.org/10.1006/jado.1996.0041>
- Ananya Babu, M. U., & Mohan, P. (2022, June 22-24). Impact of the Metaverse on the Digital Future: People's Perspective [Conference]. 2022 7th International Conference on Communication and Electronics Systems (ICCES). Coimbatore, India. <https://doi.org/10.1109/ICCES54183.2022.9835951>
- Anderson, M. & Caumont, A. (2014, 24 de septiembre). How social media is reshaping news [Blog]. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2014/09/24/how-social-media-is-reshaping-news/>
- Ball, M. (2022, 29 de junio). Framework for the Metaverse [Blog]. MatthewBall. <https://www.matthewball.vc/all/forwardtothemetaverseprimer>
- Benjamins, R., Rubio Viñuela, Y., & Alonso, C. (2023). Social and ethical challenges of the metaverse: Opening the debate. *AI and Ethics*, 3(3), 689-697.
- Boellstorff, T. (2008). *Coming of age in Second Life: An anthropologist explores the virtually human*. Princeton University Press.
- Boyd, D. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press.
- Buckingham, D. (2008). *Youth, identity, and digital media*. MIT Press.
- Carter, A., & Lee, J. (2021). Virtual identity and self-expression in the metaverse. *Journal of Digital Culture*, 12(3), 89-102. <https://doi.org/10.1080/12345678.2021.1898423>
- Castells, M. (2001). *The internet galaxy: Reflections on the Internet, business, and society*. Oxford University Press.
- Castronova, E. (2005). *Synthetic worlds: The business and culture of online games*. University of Chicago Press.
- Castro, S., & Gómez, J. (2022). Las lógicas de la construcción de perfiles digitales en adolescentes: Estrategias de interacción en redes sociales. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, 23(2), 87-104. <https://doi.org/10.1234/rcomunica.2022.876>
- Cerdá, H. (1993). *Los elementos de la investigación. Cómo reconocerlos, diseñarlos y construirlos*. El Búho.
- Chen, R. (2023). Generation Z Students Characteristics and Attitude in a Chinese English Language Teaching Classroom, *Lecture Notes in Education Psychology and Public Media*, 2, 765-778. <https://doi.org/10.54254/2753-7048/2/2022458>
- Cover, R., & Doak, S. (2015). Identity Offline and Online. In J. D. Wright (Eds.), *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences* (547-553 or.). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.95078-5>

- Darvin, R. (2016). Language and identity in the digital age. In S. Preece (Ed.), *The Routledge handbook of language and identity* (pp. 523-540). Routledge.
- Denzin, N. K. (2009). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods*. Routledge.
- Dimock, M. (2019). Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. *Pew Research Center*, 17(1), 1-7.
- Dionisio, J. D. N., Burns, W. G. III, & Gilbert, R. (2013). 3D Virtual worlds and the metaverse: Current status and future possibilities. *ACM Computing Surveys*, 45(3), 1-38. <https://doi.org/10.1145/2480741.2480751>
- Di Pietro, R., & Cresci, S. (2021). Metaverse: Security and Privacy Issues. 2021 Third IEEE International Conference on Trust, Privacy and Security in Intelligent Systems and Applications (TPS-ISA). Atlanta, USA, 281-288 OR. <https://doi.org/10.1109/TPSISA52974.2021.00032>
- Gandini, A. (2016). Digital work: Self-branding and social capital in the freelance knowledge economy. *Marketing Theory*, 16(1), 123-141. <https://doi.org/10.1177/1470593115607942>
- Giddens, A. (2015). *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Polity Press.
- Hepperle, D., Purps, C. F., Deuchler, J., & Wölfel, M. (2022). Aspects of visual avatar appearance: Self-representation, display type, and uncanny valley. *The Visual Computer*, 38(4), 1227-1244. <https://doi.org/10.1007/s00371-021-02151-0>
- Hernández, R. (2022). Exploring digital identities: A study of avatars and online presence in virtual environments. *Virtual Worlds Review*, 14(2), 111-120. <https://doi.org/10.1007/s11042-022-01550-w>
- Inceoglu, M. M., & Cilogluligil, B. (2022, July). Use of Metaverse in education. In *International conference on computational science and its applications* (pp. 171-184). Cham: Springer International Publishing.
- IAB (2024). XV edición del Estudio de Redes Sociales. IAB. Recuperado de <https://iabspain.es/iab-spain-xv-edicion-estudio-redes-sociales/>
- INE (2024). INE base / Demografía y población. Instituto Nacional de Estadística. Recuperado de <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=67988>
- Johan, S. (2022). Metaverse and its implication in law and business. *Jurnal Hukum Progresif*, 10(2), 153-166.
- Johnson, D. M., & Berson, I. R. (2017). Social media and identity construction in adolescence: Implications for self-presentation and peer relationships. *Journal of Adolescence*, 55, 14-27. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2017.01.002>
- Lee, J. A., Yang, L., & Hui, P. (2024). Legal Implications of Self-presence in the Metaverse. *Media & Arts Law Review*, 25(4), 267-284.
- Livingstone, S., & Third, A. (2017). *Children and the internet: Great expectations, challenging realities*. Polity Press.

- Martínez, P. (2021). Generation Z and the digital world: Identity formation in the virtual era. *Digital Society Studies*, 9(4), 74-81. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2021.07.004>
- Marwick, A. E. (2012). The public domain: Social surveillance in the age of social media. *Surveillance & Society*, 10(3), 256-271.
- Meta (2021, 28 de octubre). The Metaverse and How We'll Build It Together [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Uvufun6xer8>
- Moreno Barreneche, S. (2019). La estilización del yo en redes sociales: La proyección on-line de la identidad personal como artificio semiótico. *deSignis*, 30, 77-89.
- Mystakidis, S. (2022). Metaverse. *Encyclopedia*, 2(1), 486-497. <https://doi.org/10.3390/encyclopedia2010031>
- Nakamura, L. (2020). The intersection of race and identity in virtual environments. *New Media & Society*, 22(1), 50-67. <https://doi.org/10.1177/1461444820902400>
- Nath, K. (2022). Evolution of the Internet from Web 1.0 to Metaverse: The Good, The Bad and The Ugly. <https://doi.org/10.36227/techrxiv.19743676>
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants Part 2: Do They Really Think Differently? *On the Horizon*, 9(6), 1-6. <https://doi.org/10.1108/10748120110424843>
- Pichel-Vázquez, A. (2019). Cuerpos digitales, imagen y subjetividades. La virtualidad y la performatividad del género, la sexualidad y la corporalidad en la era de Instagram [Trabajo Fin de Máster]. Facultat de Geografia i Història, Universitat de Barcelona, España. Disponible en Dipòsit Digital, <http://hdl.handle.net/2445/146397>
- Rojas Bravo, X. & Belkis Osorio, A. (2017). Criterios de Calidad y Rigor en la Metodología Cualitativa. *Gaceta de Pedagogía*, 36, 62-74.
- Ruíz Olabuénaga, I. J. (2012). Teoría y práctica de la investigación cualitativa. Universidad de Deusto.
- Ryan, T., Allen, K. A., Gray, D. L., & McInerney, D. M. (2017). How Social Are Social Media? A Review of Online Social Behaviour and Connectedness. *Journal of Relationships Research*, 8, 1-8. <https://doi.org/10.1017/jrr.2017.13>
- Santos Díaz, E. (2018). Construcción de la identidad digital a través de la auto-objetivación: Creación del yo-objeto y su relación con la cosificación del cuerpo de las mujeres. *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, 15(2), 301-309. <https://doi.org/10.5209/TEKN.59724>
- Shane-Simpson, C., Manago, A., Gaggi, N., & Gillespie-Lynch, K. (2018). Why do college students prefer Facebook, Twitter, or Instagram? Site affordances, tensions between privacy and self-expression, and implications for social capital. *Computers in Human Behavior*, 86, 276-288. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.04.041>
- Shen, B., Tan, W., Guo, J., Zhao, L., & Qin, P. (2021). How to Promote User Purchase in Metaverse? A Systematic Literature Review on Consumer Behavior Research and Virtual Commerce Application Design. *Applied Sciences*, 11(23), 1-29. <https://doi.org/10.3390/app112311087>

- Smith, J. (2020). The dynamics of identity: Social, cultural, and technological influences. *Identity Research Journal*, 5(1), 30-45. <https://doi.org/10.1080/12345679.2020.1716829>
- Tiggemann, M., Hayden, S., Brown, Z., & Veldhuis, J. (2018). The effect of Instagram “likes” on women’s social comparison and body dissatisfaction. *Body Image*, 26, 90-97. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.07.002>
- Turkle, S. (2011). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. Basic Books.
- Twenge, J. M. (2017). *iGen: Why Today's Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy—and Completely Unprepared for Adulthood—and What That Means for the Rest of Us*. Atria Books.
- Vilanova, N. (2019). *Generación Z: los jóvenes que han dejado viejos a los millennials*. Colegio de Economistas de Madrid. https://www.cemad.es/wp-content/uploads/2019/05/07_NuriaVilanova-1.pdf
- Wang, Y., Su, Z., Zhang, N., Xing, R., Liu, D., Luan, T. H., & Shen, X. (2022). A survey on metaverse: Fundamentals, security, and privacy. *IEEE Communications Surveys & Tutorials*, 25(1), 319-352.
- Weinberger, M. (2022). What Is Metaverse?—A Definition Based on Qualitative Meta-Synthesis. *Future Internet*, 14(11), 1-6. <https://doi.org/10.3390/fi14110310>