

El avatar como representación social de la personalidad en la cultura mediática
The avatar as a social representation of personality in media culture
O avatar como representação social da personalidade na cultura midiática

Saraí¹ Cárdenas Mata

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

ca328027@uaeh.edu.mx

<https://orcid.org/0000-0003-4031-5923>

María Guadalupe² Veytia Bucheli

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

maria_veytia@uaeh.edu.mx

<https://orcid.org/0000-0002-1395-1644>

Soraya³ Calvo González

Universidad de Oviedo Uniovi

calvosoraya@uniovi.es

<http://orcid.org/0000-0002-9596-3007>

Resumen

La representación social en la actualidad está presente en espacios tanto presenciales como virtuales, en donde se configura la personalidad desde una cultura mediática. El objetivo de esta investigación es comprender las emociones de los adolescentes desde la proyección de la imagen que los representó en Internet durante el confinamiento, como identidad. La metodología presentada es cualitativa en el que se analizaron N=103 avatares proporcionados por adolescentes de tercero de secundaria de una escuela pública del Estado de Hidalgo durante el confinamiento por la pandemia de COVID-19, por medio de la estructura de cinco factores de la personalidad. Los resultados permitieron descubrir los elementos comunes de la personalidad y/o comportamiento que mostraron los alter egos enfocados a las experiencias, sentimientos y funcionamiento que representaron durante el confinamiento desde la visualización de las imágenes proporcionadas, cabe mencionar que el sujeto vislumbra una multiplicidad en la vida off line que manifiesta en el mundo virtual.

Palabras clave

Avatar, emociones, adolescencia, COVID-19

Abstract

Social representation is currently present in both face-to-face and virtual spaces, where personality is configured from a media culture. The objective of this research is to understand the emotions of adolescents from the projection of the image that represented them on the Internet during confinement, as an identity. The methodology presented is qualitative in which N=103 avatars provided by adolescents in third year of high school from a public school in the State of Hidalgo during the confinement due to the COVID-19 pandemic were analyzed by means of the structure of five personality factors. The results allowed discovering the common elements of personality and/or behavior shown by the alter egos focused on the experiences, feelings and functioning that they represented during the confinement from the visualization of the images provided, it is worth

1 Licenciada en Psicología, Especialidad en Docencia, Maestría en Ciencias de la Educación. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México. Asistente del Doctorado en Educación de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

2 Licenciada en Educación Primaria, Especialidad en Entornos Virtuales de Aprendizaje, Doctora en Gestión Educativa, Doctora en Sistemas y Ambientes Educativos por la Universidad de Guadalajara. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores Nivel I. Profesora Investigadora de Tiempo Completo de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

3 Maestra en Intervención e investigación Educativa. Maestra en Comunicación y Educación en la Red. Doctorado en Equidad e Innovación en Educación. Universidad de Oviedo, España. Profesora Ayudante de Doctora en la Universidad de Oviedo. Artículo sin conflicto de interés.

Estudio resultado de la Tesis de Maestría Percepción socioemocional en la educación informal a través de las redes sociales en adolescentes de tercero de secundaria durante el confinamiento por la pandemia de COVID-19.



mentioning that the subject glimpses a multiplicity in the off line life that manifests itself in the virtual world.

KeyWord

Avatar, emotions, adolescence, COVID-19

Resumo

A representação social está actualmente presente tanto nos espaços presenciais como nos virtuais, onde a personalidade é configurada a partir de uma cultura mediática. O objetivo desta pesquisa é compreender as emoções dos adolescentes a partir da projeção da imagem que os representou na internet durante o confinamento, como uma identidade. A metodologia apresentada é qualitativa, na qual N=103 avatares fornecidos por adolescentes do terceiro ano do ensino secundário de uma escola pública do Estado de Hidalgo durante o confinamento devido à pandemia da COVID-19 foram analisados através da estrutura de cinco factores de personalidade. Os resultados permitiram-nos descobrir os elementos comuns de personalidade e/ou comportamento demonstrados pelos alter egos centrados nas experiências, sentimentos e funcionamento que representaram durante o confinamento a partir da visualização das imagens fornecidas; é de salientar que o sujeito vislumbra uma multiplicidade na vida off-line que se manifesta no mundo virtual.

Palavras-chave

Avatar, emoções, adolescência, COVID-19

Introducción

Hace más de un año que la noción de la vida que se llevaba era una, muy diferente a la de hoy en día. La pandemia del Coronavirus ha modificado las rutinas y hábitos dando un giro de 360º, en donde la adopción de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), han tomado el protagonismo en diversas actividades. El SARS-CoV-2 se originó en China en la provincia de Wuhan el 31 de diciembre de 2019 y la Organización Mundial de la Salud (OMS) la reconoció como pandemia catalogada Emergencia de Salud Pública de Alcance Internacional (Plaza, 2020; Escudero, Guarner, Galindo-Fraga, Escudero-Salamanca, Alcocer-Gamba & Del Río, 2020, OPS/OMS, 2020).

Ante la emergencia sanitaria que originó el confinamiento de las personas, se ha generado un cambio significativo en el actuar cotidiano, educativo, cultural, alrededor del fenómeno pandémico (Álvarez, 2020), por lo que esta situación incrementó el empleo de la tecnología al realizar compras, trabajo, ocio a través de dispositivos móviles (Plaza, 2020; ift, 2019).

El confinamiento trae consigo una serie de dificultades

y retos como la pérdida de empleo, de un ser querido, la transición de un espacio presencial a un espacio virtual para el proceso de enseñanza – aprendizaje, lo cual repercute en las emociones y actitudes de las personas como la tolerancia, la incertidumbre, la rabia, además de que en este estudio se trabaja con adolescentes, los cuales se encuentran también en una etapa marcada por los cambios biopsicosociales a los que se enfrentan y la búsqueda de la identidad y sentido de pertenencia (Álvarez, 2020; UNICEF, 2020).

La tecnología favorece los procesos de interacción mediante el empleo de distintas herramientas digitales, lo que genera espacios formales, no formales e informales para el aprendizaje y las relaciones sociales, en los cuales es cada vez más común la presentación del sujeto en el medio virtual mediante avatares.

Dentro de la Web se encuentran espacios culturales y de socialización que van desde páginas informativas, salas de conversación e interacción por medio de avatares, hasta las redes sociales como Facebook, Instagram, WhatsApp, Telegram, Twitter a los que se tiene acceso desde distintos dispositivos (Escandell, 2015).

La máscara que oculta el rostro es una constante en los entornos de sociabilidad virtual, el consumidor por medio de la web acompaña el perfil de las distintas redes sociales o espacios en los que el usuario se suscribe con una fotografía o un blog, y se registra una serie de datos que pueden corresponder o no con el yo, parte de la personalidad está registrada en cada segmento que se proyecta. Sánchez (2013) expone que el avatar es el desdoblamiento del sujeto gracias a la imagen y por medio de la personalización, el sujeto vive a través del avatar en el mundo virtual. La resultante es que el individuo al estar vinculado con el avatar entre la realidad offline y online se hace una extensión de sí mismo (Ceballos & Mejía, 2011).

La identidad no existe sólo en la mente de las personas, Bronfenbrenner (1979 – 1987) menciona que se divide entre otros sujetos, artefactos, actividades y entornos (Zúñiga, 2010), es decir, dentro de diversos entornos, como lo son el mundo físico y el mundo virtual. La convivencia conduce a subjetividades dentro de los relatos socioculturales de aprendizaje y formación de la identidad, que enfatizan la historia y contexto en una cibercultura. Las ideas de Vigotsky (2005) sobre la identidad son un recordatorio que las personas internalizan sus entornos de manera diferente por la experiencia vivida y la experiencia desde un aspecto emocional. Las identidades digitales desde la perspectiva sociocultural de Vigotsky (2005) son acordes a la interpretación desde la noción dispersa en una variedad de dispositivos digitales en y para la era digital (Poole, 2017).



La personalidad crece en respuesta a situaciones emocionales, entornos virtuales y representaciones de identidad detrás de la máscara, en el anonimato que puede facilitar la integración hacia el andamiaje de la Zona de Desarrollo Próximo (ZDP) de la identidad del individuo (Vigotsky, 1998). Por otro lado, Bronfenbrenner (1987) menciona que el individuo en conjunto con las personas, refleja la influencia de los contextos en la conducta, en otras palabras, las redes sociales dentro de una cibercultura influyen a la personalidad de los adolescentes reflejados en sus avatares.

La identidad tiene un componente fenomenológico, dado por la expresión personal de los propios estados introspectivos (vivencias y emociones de la persona), pero en coexistencia con mecanismos de intersubjetividad, dada la importancia de las interacciones que ocurren en contextos y situaciones determinadas, lo que permite decir que la identidad no sólo es subjetiva, sino también es cognición situada, intersubjetividad, producto de la interacción social con distintos agentes. Al mismo tiempo, puede afirmarse que la identidad se construye a través del lenguaje y la práctica social en distintas comunidades, como reflejo de la cultura (Díaz, López & Vázquez, 2017, p.2).

La creación de personajes pueden ser originales, paródicos, históricos o autoficción, conocidos como avatares, los que son una práctica común de las tradiciones culturales del mundo conectado a internet, sin embargo, es más que sólo una imagen o un nick, ya que involucra rasgos de personalidad, cultura y emociones lo que permite identificar a un usuario en un espacio digital (Escandell, 2015), también permiten que el usuario offline adquiera mayor seguridad para actuar, expresarse, superar la timidez o miedo, puede favorecer la cohesión, interacción y nuevos vínculos de amistad y colaboración (García, Carrascal & Renobell, 2016).

La interpretación de los dibujos (avatares) puede realizarse por medio del test del dibujo de la figura humana de Karen Machover (Escribano, 1976). Esta prueba pertenece al conjunto de técnicas proyectivas en donde se espera que se plasme la esencia de la personalidad y que aporta datos de su estado emocional, aunque es un test desarrollado para su aplicación presencial, ha ido evolucionando de tal forma que ahora su aplicación puede ser digital. El instrumento puede ser aplicado de manera individual o colectiva, además que es un instrumento desarrollado para niños, niñas, adolescentes, mujeres y hombres, sin embargo, para fines de esta investigación sólo se están retomando los rasgos generales para su interpretación, debido a que el propósito de este trabajo es comprender las emociones que experimentaron los adolescentes durante el confinamiento.

Cabe mencionar que al inicio del test se formulan una serie de preguntas para realizar una ficha de datos personales, debido a que es un trabajo con fines investigativos en el que la muestra fue anónima y no se realizaron mayores indagaciones. Los métodos gráfico-proyectivos nacieron por las motivaciones de las conductas que permite una comunicación directa con las personas, el dibujo de la figura humana es una representación profunda e íntima expresión de la personalidad.

Aunque el propósito del test es evaluar y clasificar la personalidad, así como la conducta, estabilidad emocional y los principales conflictos de la persona por medio de la interpretación del dibujo, existen detalles que se requieren evaluar en los trazos, expresiones faciales, entre otras cosas, que con el avatar no se pueden interpretar. El test se ha adaptado para un análisis del avatar que permita comprender las emociones proyectadas en la imagen durante el confinamiento.

También, existen distintas clasificaciones de avatares en internet, según el uso que se les da (culturaSEO, 2020):

1. Avatares en los videojuegos: representa la figura principal de cada jugador.
2. Avatares en foros de discusión: imágenes de dimensiones en formatos jpg, png o gif.
3. Avatares de mensajería instantánea: imágenes personales.
4. Gravatar: imagen que aparece junto al nombre (foros o blogs)

Dentro de los avatares existen los epónimos que buscan representarse a sí mismos con sus rasgos de identidad físicos, aunque idealizados o representados con símbolos de identidad aspiracional influenciados por la cultura popular mediática, también están los avatares sinónimos, son los que utilizan sus nombres reales, pero cambian su representación física real por una similar a super héroes de ficción o personajes de cómics (Poole, 2017 en Díaz-Barriga-Arceo & Vázquez-Negrete, 2020).
Metodología y métodos

La presente investigación es de corte cualitativo. Se caracteriza por la obtención de información de manera inmediata y personal por medio de técnicas y procedimientos con base en el contacto de las personas o la realidad a la cual se investiga (Ander-Egg, 2011). Al respecto, Mertens (2010) dice que una tarea fundamental del investigador consiste en el análisis de la experiencia vivencial desde la mirada de quienes experimentan los hechos como una forma de entender las construcciones sociales, como lo son los avatares.

El enfoque de la investigación es fenomenológico-hermenéutico pues su propósito principal es comprender desde el punto de vista de los adolescentes, los significados



e interpretaciones de la imagen que los representó en Internet durante el confinamiento como identidad. Esta efigie es una representación gráfica que se utiliza como una imagen de alter ego en distintas redes sociales, la cual puede ser una foto de cualquier tiempo, personaje existente o creado desde la virtualidad, una autoimagen entre otros.

El análisis de los avatares permitió descubrir los elementos comunes de la personalidad y/o comportamiento que mostraron los alter egos enfocados a las experiencias, sentimientos y funcionamiento que representaron durante el confinamiento, desde la visualización de sus imágenes proporcionadas, cabe mencionar que el sujeto vislumbra una multiplicidad en la vida off line que manifiesta en el mundo virtual. En el aspecto metodológico, Bronfenbrenner (1987) introduce el concepto de Validez ecológica para referirse a “la medida en la que el ambiente que los sujetos experimentan en una investigación científica tiene las propiedades que el investigador piensa o supone que tiene” (p.49).

Para el análisis se clasificaron los tipos de avatares según el uso que se mostró, y se utilizó como referente el test proyectivo de la figura humana de Karen Machover (1974), tomando como referencia los indicadores antes

expuestos.

Resultados y discusión

Se contó con la participación de 103 adolescentes, 65 mujeres y 38 hombres, con una edad promedio de 14 años, los cuales estaban cursando tercero de secundaria, integrados por distintos grupos de una escuela pública del Estado de Hidalgo, durante el ciclo escolar 2020-2021, por lo tanto, el criterio de selección muestral no tiene como propósito representar una población a partir de la cual se puedan generalizar resultados. La técnica de muestreo es no probabilística intencional, dado que permite seleccionar una población limitada con determinadas características y la muestra es pequeña (Otzen & Manterola, 2017).

Se les pidió a los adolescentes de tercero de secundaria compartir los avatares que les hayan representado durante el confinamiento por la pandemia, mínimo 1, máximo 3, a través de un formulario de google forms, de tal forma que se pueda hacer el análisis, hubo N=37 imágenes que presentaron los adolescentes que no eran propias de análisis para el objetivo de esta investigación, debido a que estaban veladas, posterior a ello se hizo la clasificación de las figuras identitarias (ver Tabla 1).

Tabla 1.
Clasificación de avatares

Clasificación de avatares	Frecuencia
De videojuegos	6
De foros de discusión	41
De mensajería instantánea	49
Gravatar	7
Total	103

Fuente: elaboración propia con base en la clasificación de cultura SEO, 2020.

De esta clasificación los nick's de mensajería instantánea fueron los más usados N=49, seguidos de los foros de discusión N=41, después están los gravatares N=7 y finalmente los de videojuegos N=6.

Después, se hizo la división de los avatares en los dos tipos: sinónimos y epónimos con los que se representaron.

Los resultados arrojaron que la mayoría utilizó imágenes identitarias que los representan a sí mismos, epónimos=62 y la minoría utilizaron avatares sinónimos=41, en el que utilizaron sus nombres, sin embargo, la representación varía entre cosas físicas reales y súper héroes de ficción.

Posteriormente, se realizó el análisis de la figura

humana de Karen Machover (1974), con base en las tablas 1 y 2 como herramienta empleada para determinar el estado emocional y de personalidad que transmitieron en sus avatares, utilizando técnicas proyectivas. Cabe mencionar que únicamente se manejaron los avatares que están proyectados con una figura humana N=69 y el análisis fue general debido a que se buscó conocer a grandes rasgos la personalidad y las emociones que experimentaron en el tiempo de confinamiento.

Dentro del instrumento aplicado a los adolescentes en el apartado de referencias mediáticas en el ítem 10, se les hace la referencia de que el avatar representa una autoimagen que personifica a los usuarios según la aplicación de la red y se les preguntó: ¿Cuántos avatares tuvo durante el tiempo de confinamiento? y en el ítem



11: ¿Cómo los describirían? También, se les solicitó compartir sus avatares. En respuesta a estas preguntas el adolescente número 95 respondió a la primera de ellas que tuvo 3 avatares, y a la segunda el adolescente los describe como “pelo corto, ropa deportiva, pelo rubio y negro, ojos verdes y cafés y alegre y con pecas”. La imagen pertenece a la clasificación de avatares en foros de discusión del tipo epónimo.

Conclusión: es un chico que proyecta equilibrio y madurez emocional, sin embargo, está consciente de lo que está sucediendo a su alrededor por la pandemia, por lo que le ocasiona ansiedad, existe frustración intelectual, quizás por las clases a distancia o bien por preocupación del ingreso a la preparatoria y paranoide, el avatar arroja que hay conflicto sexual, alternancia en conductas impulsivas y retraimiento y busca aprobación de otros, pero debido a su edad, eso puede ser normal y finalmente también existen rasgos agresivos que pueden ser enojo por el confinamiento y la situación de aislamiento.

Con base en los datos expuestos en los indicadores de la figura humana de Karen Machover (Aparicio, 2019 & Portuondo, 1976), se realizó el análisis general de los avatares de figura humana (N=69) proporcionados por los adolescentes de tercero de secundaria, lo cual permitió obtener una visión generalizada de la personalidad y emociones de los adolescentes. Se apreció que la personalidad predominante en los adolescentes es de timidez, dificultad para tener contacto con otras personas y retraimiento que probablemente por el aislamiento al que han estado confinados, muestran frustración intelectual, ansiedad y angustia que puede ser una proyección por las clases en línea o bien por la incertidumbre del ingreso a la educación media superior, además tienen indicadores paranoides lo que los puede llevar a un estado de depresión.

Por otro lado, hay adolescentes que tienen una personalidad infravalorada, fantasiosa e impulsiva, que proyectan ser socialmente poderosos y dominantes con una frecuencia entre N=21 y 19. También hay adolescentes que son inmaduros, tienden a la impulsividad, están mal humorados, dependientes, introvertidos, obsesivos, retraídos y con cierto grado de hostilidad. Eso podría ser por la situación de salubridad, confinamiento, familiar y de desarrollo. Finalmente están los adolescentes que proyectan un equilibrio emocional N=9, adaptación al medio ambiente N=1 y extrovertidos N=19.

Conclusiones

Con el confinamiento se ha exponenciado el uso de

las TIC y las redes sociales se han vuelto una práctica común en la población, para las distintas actividades en lo cotidiano, desde espacios híbridos, y como parte del ingreso a ellas, es el llenado del perfil o bien la foto identitaria que los representó en ese mundo virtual. Este confinamiento ha hecho cambios en la psique y emociones que antes no manejaban y que se reflejaron en las prácticas digitales y en las imágenes elaboradas y proyectadas.

El avatar fue una imagen del yo realizado o aspiracional y crearlo no sólo les permitió imaginarse un yo idealizado, también se movieron emociones y promovieron procesos de catarsis e integración. Esta máscara que ocultó el rostro permitió ver la proyección de una parte de la personalidad fragmentada, en donde el adolescente vivió detrás de un nick en el mundo virtual. Además, cada uno de los avatares muestran parte de su entorno y experiencias vividas y emocionales en la cibercultura de las redes sociales en el que el adolescente es muchos adolescentes.

Este trabajo puso en relieve la perspectiva del avatar para el estudio que involucra los rasgos de personalidad, cultura y emociones por lo que en esta investigación se han desvelado dos aspectos en la información de los adolescentes, una es la personalidad de forma generalizada dentro del mundo virtual y la segunda son las emociones que experimentaron al momento de creación o uso de las imágenes identitarias por medio de los indicadores del test proyectivo del dibujo de la figura humana de Karen Machover (Aparicio, 2019 & Portuondo, 1976), también se clasificaron los avatares de acuerdo a culturaSEO (2020) y se identificaron los avatares epónimos y sinónimos según Poole (2017).

Como se puso de manifiesto, el objetivo de esta investigación es comprender las emociones de los adolescentes desde la proyección de la imagen que los representó en Internet durante el confinamiento como identidad, luego del recorrido teórico, argumentativo y reflexivo se desprenden los siguientes resultados que permitieron descubrir los elementos comunes de la personalidad y/o comportamiento que mostraron los alter egos enfocados a las experiencias, sentimientos y funcionamiento que representaron durante el confinamiento, desde la visualización de sus imágenes proporcionadas, cabe mencionar que el sujeto vislumbra una multiplicidad en la vida off line que manifiesta en el mundo virtual.

En primer lugar, las tecnologías de una sociedad mediatizada crearon una personalidad fragmentada



en distintos entornos presenciales y virtuales dada la identidad internalizada por la experiencia vivida en respuesta a situaciones emocionales, debido a que la cibercultura es influyente en la conducta y la personalidad habitual en la virtualidad proyectada en los avatares como práctica común.

Además, la interpretación de los avatares como evidencia aportada en las producciones de los adolescentes, son gráfico-proyectivos que nacieron como resultado de las motivaciones de las conductas y representación de la expresión de las emociones, proyectadas en la imagen durante el confinamiento. El análisis de los avatares permitió descubrir elementos de la personalidad, enfocados a las experiencias, proyectando emociones manifiestas en el mundo virtual y en las identificaciones sociales, culturales y fantásticas dentro de la ficción con las que se identificaron.

Para próximas investigaciones se considera pertinente llevar a cabo un estudio de la representación de la personalidad en la cultura mediática postpandemia y establecer una comparación entre los hallazgos obtenidos durante y después de esta emergencia sanitaria, a nivel mundial.

También es pertinente analizar este fenómeno desde las neurociencias, como un sustento que oriente a los docentes en cuanto a los procesos para la comprensión del funcionamiento del cerebro, y de esta manera aplicar técnicas e instrumentos que incrementen el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Referencias bibliográficas

- Álvarez, M. G. (2020). Covid-19. Cambiar de paradigma educativo. Consejo Mexicano de Investigación Educativa, COMIE. Recuperado desde: <http://www.comie.org.mx/v5/sitio/2020/04/16/covid-19-cambiar-de-paradigma-educativo/>
- Ander-Egg, E. (2011). Aprender a investigar. Nociones básicas para la investigación social. Argentina: Brujas.
- Aparicio, M. M. (28-06-2019). Test del Dibujo de la Figura Humana. Psicología-Online Recuperado desde: https://www.psicologia-online.com/test-del-dibujo-de-la-figura-humana-2596.html#anchor_4
- Bronfenbrenner, U. (1987). La ecología del desarrollo humano. Experimentos en entornos naturales y diseñados. Ediciones Paidós Barcelona, Buenos Aires, México.
- Ceballos, L. D. C. y Mejía, Z.C. (2011): Construcción de identidad en los videojuegos en línea. (Tesis de maestría). Universidad San Buenaventura Cali, Santiago de Cali
- CulturaSEO (2020). Avatar. Madrid, España. Recuperado desde: <https://culturaseo.com/jergario/avatar/>
- Díaz-Barriga-Arceo, F. & Vázquez-Negrete, V. I. (2020). Avatares y cajas de herramientas: Identidad digital y sentido del aprendizaje en adolescentes de secundaria. 24(1) pp. 1-23 <http://doi.org/10.15359/ree.24-1.1>
- Díaz, B. A. F., López, B. E. A. & Vázquez, N. V. I. (2017). La identidad digital de estudiantes de posgrado: avatares, entornos de aprendizaje y artefactos culturales. Universidad Nacional Autónoma de México. pp. 1-19 Recuperado desde: <http://hdl.handle.net/20.500.12579/4988>
- Escandell, M. D. (2015). Alteridad y avatar: la red de egos telemáticos en la autoría digital. Universidad de Salamanca. Letras y bytes. Escrituras y nuevas tecnologías. Kassel: Reichenberger. pp. 107-118
- Escudero, X., Guarner, J., Galindo-Fraga, A., Escudero-Salamanca, M. Alcocer-Gamba, M. & Del Río, C. (2021). "La pandemia de Coronavirus SARS-CoV-2 (COVID-19): Situación actual e implicaciones para México". Scielo 10(1) Ciudad de México. ISSN 1665-1731 <https://doi.org/10.24875/acm.m20000064>
- Escribano, J.M. (1976). Test de la figura humana de Karen Machover (manual práctico de valoración).
- García, G. F.; Carrascal, D. S. & Renobell, S. V. (2016). El dibujo de la figura humana "Avatar" como elemento para el desarrollo de la creatividad y aprendizaje a través de la gamificación en Educación Primaria. ArDin. Arte, Diseño e Ingeniería. Vol. 5. pp. 47-57 ISSN: 2254-8319
- ift. (2019). Uso de las TIC y actividades por internet en México: Impacto de las características sociodemográficas de la población (versión 2019) 1-95 Recuperado desde: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/estadisticas/usodeinternetenmexico.pdf>
- Portuondo, J. A. (1971). La figura humana Test Proyectivo de Karen Machover. Madrid. Biblioteca Nueva ISBN. 8497427386
- Mertens, D. (2010). Introduction to research in psychology



and education. EU: GEDISA

McCrae, R. R. y Costa, P. T. (1999). A five-factor theory of personality. En L. Pervin y O. P. John (Eds.), *Handbook of personality* (2nd ed., pp. 139–153). New York: Guilford Press.

Organización Panamericana de la Salud/Organización Mundial de la Salud (OPS/OMS). (28-02-2020). Actualización Epidemiológica: Nuevo coronavirus (COVID-19). Washington, D.C. Recuperado desde: <https://www.paho.org/sites/default/files/2020-02/2020-feb-28-phe-actualizacion-epi-covid19.pdf>

Otzen, T. & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *Int. J. Morphol.*, 35(1) pp. 227-232.

Plaza, L. J. (2020). “Confinamiento y tecnología: digitalizados a marchas forzadas”. *Retina*. Recuperado desde: https://elpais.com/retina/2020/04/24/tendencias/1587724712_353160.html

Poole, A. (2017). Funds of knowledge 2.0: Towards digital funds of identity? *Aprendiendo, Cultura y Social Interacción*. <http://dx.doi.org/10.1016/j.lcsi.2017.02.002>

Sánchez, M. J. A. (2013): Figuras de la presencia, cuerpo e identidad en los mundos virtuales. México: Siglo XXI.

Sanz, J.; Silva, F. y Avia, M. (1999). La evaluación de la personalidad desde el modelo de los “Cinco Grandes”: El Inventario de Cinco-Factores NEO (NEO-FFI) de Costa y McCrae. En F. Silva (Ed.), *Avances en Evaluación Psicológica*. pp. 171-234 Valencia: Promolibro.

UNICEF. (2020). Salud mental de las y los adolescentes ante el COVID-19. Recomendaciones para una nueva normalidad (provisional). UNICEF México. Recuperado desde: <https://www.unicef.org/mexico/salud-mental-de-las-y-los-adolescentes-ante-el-covid-19>

Vygotsky, L. S. (2005). *Psicología pedagógica*. Buenos Aires: Aique.

Vygotsky, L. S. (1998). *The collected works of L. S. Vygotsky* (Vol. 5). New York, NY: Plenum.

Zúñiga, L. C. M. (2010). Apuntes sobre epistemología e investigación en la enseñanza de los Estudios Sociales. *Revista Educación*, 34(2), 61-74.

Contribución autorial

Saraí Cárdenas Mata: idea original y concepción del documento, así como de la investigación.

María Guadalupe Veytia Bucheli: revisión de fuentes y adecuación del contenido en cada parte del documento.

Conflicto de intereses: Las autoras declaran que no existe conflicto de interés.

