

Colección

**Las juventudes argentinas hoy:  
tendencias, perspectivas, debates**

# Conexión total



Los jóvenes y la experiencia social  
en la era de la comunicación digital

**Marcelo Urresti**  
**Joaquín Linne**  
**Diego Basile**



Grupo Editor Universitario



CLACSO





CONEXIÓN TOTAL



**MARCELO URRESTI  
JOAQUÍN LINNE  
DIEGO BASILE**

# CONEXIÓN TOTAL

Los jóvenes y la experiencia social  
en la era de la comunicación digital



 Grupo Editor Universitario

 **CLACSO**

Urresti, Marcelo  
Conexión total : los jóvenes y la experiencia social en la era de la comunicación digital /  
Marcelo Urresti ; Joaquín Linne ; Diego Basile. 1a ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires :  
Grupo Editor Universitario, 2015.  
88 p. ; 22x15 cm.  
ISBN 978-987-1309-18-4  
1. Sociología. 2. Juventud. I. Linne, Joaquín II. Basile, Diego  
CDD 305.235

Fecha de catalogación: 20/03/2015

1ª edición: abril 2015

Diseño, composición, armado: m&s estudio

Diseño de tapa: GEU

©2015 by Grupo Editor Universitario  
San Blas 5421, C1407FUQ - C.A.B.A.

ISBN: 978-987-1309-18-4

Queda hecho el depósito de ley 11.723

*No se permite la reproducción parcial o total, el almacenamiento, el alquiler, la transmisión o la transformación de este libro, en cualquier forma o por cualquier medio, sea electrónico o mecánico, mediante fotocopias, digitalización u otros métodos, sin el consentimiento previo y escrito del editor. Su infracción está penada por las leyes 11.723 y 25.446.*

Consejo Latinoamericano  
de Ciencias Sociales



CLACSO

Conselho Latino-americano  
de Ciências Sociais

Secretario Ejecutivo Pablo Gentili  
Directora Académica: Fernanda Saforcada

Área de Desarrollo de la investigación  
Coordinador Pablo Vommaro  
Asistentes Rodolfo Gómez, Teresa Arteaga, Giovanni Daza, Alessandro Lotti y Ángel Dávila

Área de Producción Editorial y Contenidos Web  
Coordinador Editorial: Lucas Sablich  
Coordinador de Arte: Marcelo Giardino

Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales – Conselho Latino-americano de Ciências Sociais  
EEUU 1168 | C1101 AAx Ciudad de Buenos Aires | Argentina  
Tel [54 11] 4304 9145/9505 | Fax [54 11] 4305 0875 |  
e-mail clacso@clacso.edu.ar | web www.clacso.org

CLACSO cuenta con el apoyo de la Agencia Sueca de Desarrollo Internacional (ASDI)



Este libro está disponible en texto completo en la Red de Bibliotecas Virtuales de CLACSO

## ÍNDICE

|   |    |
|---|----|
| INTRODUCCIÓN.....   | 9  |
| CAPÍTULO I. Los jóvenes, la innovación y las tecnologías<br>digitales .....     | 13 |
| CAPÍTULO II. Internet: de los orígenes a las redes sociales .....               | 39 |
| CAPITULO III. Las redes sociales como ámbito<br>de intercambios múltiples ..... | 57 |
| CONCLUSIONES.....   | 77 |
| BIBLIOGRAFÍA CITADA.....  | 85 |



## INTRODUCCIÓN

La aparición y rápida distribución de las tecnologías de la información y la comunicación y el entorno que instauran para la interacción y los flujos de intercambios entre máquinas y personas, producen una revolución en los diversos planos que componen las sociedades contemporáneas. Tanto la economía y la producción, como la cultura y la comunicación, pasando por la administración pública y los poderes del estado en todas sus instancias, incorporan a sus instalaciones y organizaciones las herramientas provenientes de las tecnologías digitales. Del mismo modo, en el nivel de los sujetos, día a día, son más los que interactúan mediados por estas herramientas, desde computadoras, teléfonos celulares y otros dispositivos portátiles, son más las funciones que se utilizan en esas interacciones y con ello, mayor es el tiempo de empleo de los artefactos digitales de comunicación. Así, tanto en el nivel de los sistemas complejos y las estructuras organizacionales, como en el de los sujetos y su interacción común, las tecnologías de la información ganan terreno e importancia.

Gracias a estas irrupciones, los ámbitos laborales, las casas de estudio, los hogares, los medios de comunicación y transporte, son escenarios en los que es cada vez más común advertir la presencia de artefactos y dispositivos conectados a redes de información digital. En esos escenarios también es fácil ver a sus operadores interactuando con pantallas de diverso tamaño, activando órdenes a través de teclados u otros dispositivos sensibles al tacto, intercambiando mensajes de voz o de texto con otros por medio de las mismas herramientas. El conjunto de los objetos tecnológicos constituye el mundo en el que se sitúa la conducta habitual de los sujetos en las sociedades contemporáneas y forma parte inseparable del paisaje en el que desarrollan su acción.

Este proceso de transformación se ha producido en un tiempo meteórico, si lo vemos a la luz de la historia de una sociedad; un período de veinticinco años aproximadamente, que va desde los orígenes de las primeras computadoras personales hogareñas y los teléfonos celulares

móviles hasta la consolidación de una verdadera tecnocultura informática, la sociedad de redes en la que vivimos en la actualidad, resultado de un conjunto de innovaciones, aplicaciones y desarrollos hoy generalizados y aceptados como parte de la vida cotidiana de la sociedad.

En este terreno, los jóvenes son definitivamente protagonistas privilegiados. Son los primeros en adoptar los cambios, son los grandes consumidores de novedades, pero también son en pequeños grupos comprometidos los encargados de mantener viva la llama de la inteligencia colectiva y el activismo contra los grandes monopolios e intereses comerciales. En todos los planos de la actividad digital se ve a las generaciones jóvenes impulsando los cambios, tensionando el alcance de las herramientas, realizando el espíritu cooperativo y desinteresado que mueve la innovación colectiva y las nuevas formas de comunicación en la red. Esto por supuesto también convive con la adopción pasiva de reglas impuestas, con el seguidismo de las diversas industrias del software y del entretenimiento masivo en el que los jóvenes también se incluyen. Sea en un rol, sea en el otro, sea en ambos al mismo tiempo, las generaciones juveniles lideran desde la adopción, la producción, el consumo y el prosumo –intermedio entre la producción y el consumo– la evolución de las redes digitales y las tecnologías de la comunicación y la información.

En nuestros días, ser miembro de las generaciones menores, como joven, adolescente o niño, implica estar en contacto con las redes digitales de comunicación, sus objetos y dispositivos, sus herramientas y contenidos. Estas generaciones construyen su experiencia histórica y social emparentadas con las redes digitales e internet como canal principal de acceso a las comunicaciones masivas, donde se encuentran con los medios tradicionales digitalizados, pero también con el mercado y sus ofertas variadas y, fundamentalmente, con todos los formatos y géneros novedosos de origen multimedial e hipermedial que surgen y se desarrollan con la red de redes. Las generaciones menores resuelven en y por vía de internet sus propias urgencias comunicativas de orden personal, incluyendo la comunicación interpersonal en diversos formatos combinados, sea por el intercambio de SMSs, de mensajes breves por Whatsapp, de posteos en Facebook o de intervenciones en Twitter. Así, mezclan en un solo canal múltiple el acceso a la actualidad y los bienes culturales e informacionales, con el universo de la comunicación personal y grupal. En ese canal desarrollan una parte significativa de su experiencia social e histórica, experiencia que también es generacional y personal.

Este libro busca aportar elementos que sean significativos para comprender la relación entre las jóvenes generaciones y el vasto universo de las comunicaciones digitales. Para ello se desarrollan tres capítulos. En el

primero se trata fundamentalmente de mostrar la relación entre ambos términos: tecnologías digitales y generaciones menores, con ejemplos sobre la evolución de estas herramientas y aplicaciones, para arribar al rol de los jóvenes como inventores y propulsores de la cibercultura y la novedosa figura del *prosumidor*, un consumidor-productor simultáneo de contenidos digitales. En el segundo capítulo se desarrolla la historia de las tecnologías digitales, de la internet en sus diversas etapas y del surgimiento de las redes sociales, el paradigma por excelencia de la llamada web 2.0, la internet colaborativa donde los contenidos son aportados fundamentalmente por los usuarios. El capítulo 3 se dedica a un tema poco investigado hasta el momento: las formas en las que los jóvenes de diversos sectores, aunque la mirada enfatiza el rol de los sectores populares de la Ciudad de Buenos Aires, se apropian de las redes sociales y las utilizan con fines específicos adecuados a sus intereses como son: la construcción de una identidad personal y grupal, el mantenimiento de la red de amigos y de pares, la búsqueda del contacto amoroso o sexual con los otros deseados y la interacción que mantienen con sus padres y docentes.



## CAPÍTULO I

# *Los jóvenes, la innovación y las tecnologías digitales*

Las generaciones menores suelen estar asociadas en distintas sociedades y épocas con el rol de la innovación. Los ejemplos que apoyan esa vinculación son numerosos. El caso de las innovaciones tecnológicas y especialmente las que se relacionan con las computadoras, la informática y las comunicaciones digitales no son una excepción: en la gran mayoría de las crónicas sobre el tema siempre aparecen jóvenes, muchas veces, de edades muy tempranas. Este capítulo se propone ilustrar esa relación.

### **1. La sociedad como tiempo: tradición, cambio, innovación**

Una de las muchas maneras en las que una sociedad puede ser vista es aquella que remite a un conjunto de generaciones conviviendo en un mismo presente. Según esta perspectiva, una sociedad reúne en un mismo segmento temporal a capas de sujetos que tienen distintas fechas de nacimiento, distintas trayectorias y por ello distintas experiencias en las que sintetizan lo que viven con lo que han vivido. De acuerdo con esto puede decirse que aunque en un mismo presente, las experiencias de los sujetos nacidos en momentos distantes del desarrollo de esas sociedades van a tender a diferenciarse entre sí, dando como resultado una forma temporal compartida, con un contenido vivencial divergente. Esta complejidad de la experiencia social hace que el presente sea común y distinto a la vez, ambigüedad que da origen a una variedad de modos de percepción, apreciación y valoración frente a los estímulos que una época determinada ofrece a sus habitantes.

Una sociedad, a su vez, puede ser vista también como el resultado de tradiciones que se prolongan en el tiempo y van siendo asimiladas por las sucesivas camadas de sujetos que llegan a la vida y las van incorporando a medida que transitan los procesos de socialización. Una sociedad se desarrolla con los repertorios de instituciones, cosmovisiones e imaginarios que recibe de su propio pasado y que, a partir de las operaciones que se ejercen en el tiempo presente, mantiene, transforma o reemplaza y luego transmite hacia el futuro; proceso de transferencia según el que se legan tradiciones que serán tomadas más adelante por las próximas generaciones de sujetos, que las encarnarán e invertirán con nueva vida (Berger y Luckmann, 1986; Tenti, 2003). Este proceso de legado, socialización, incorporación y revitalización es un ciclo que se repite y permite entender el modo en que un determinado orden social tiende a reproducirse en el tiempo. En ese proceso de reproducción se insertan cambios parciales que afectan a las tradiciones legadas y, en ocasiones, las menos frecuentes, cambios radicales que suplantán tradiciones preexistentes por otras nuevas.

Respecto de este mecanismo general pueden plantearse especificaciones, puesto que hay sociedades muy diversas en relación con el modo en que elaboran su relación con el pasado y con las innovaciones que son capaces de admitir y promover. En efecto, hay sociedades que tienen patrones de evolución muy lentos, con cuotas de cambio mínimas y con una tolerancia muy baja para las transformaciones; es el caso de las sociedades tradicionales, en las que el peso del pasado es muy marcado y las innovaciones son percibidas como amenazantes, dado su potencial virtualmente desestabilizador, por lo que se las evita con el fin de mantener costumbres y formas en las que se sustenta la jerarquía establecida. Al contrario de estas sociedades conservadoras, hay otras, más recientes en el tiempo, que establecen instituciones dinámicas, donde el cambio acotado a un conjunto de espacios delimitados es esperado e incluso bienvenido: tal es el caso de las sociedades modernas, donde los cambios son portadores de mejoras, modelo sobre el que se asienta y rige la idea del progreso. Las sociedades modernas y sus partidarios –moderno viene del latín “modo” y significa reciente, sucedido hace poco– celebran el progreso como una matriz de renovación positiva que se va superando a medida que pasa el tiempo, Por último, en nuestros días ha comenzado a hablarse de sociedades hipermodernas, en las que la innovación se acelera de un modo inédito en la historia: donde surgen invenciones científicas y técnicas que se suceden a velocidades crecientes, lo que conduce a un panorama económico, social, cultural y político en cambio constante, donde la acumulación de innovaciones se vuelve necesaria para la supervivencia

del sistema. En este caso no estaríamos precisamente en una sociedad moderna que asimila y acepta el cambio, sino en un tipo de orden social muy particular, en el que el cambio es necesario y se procura como un recurso valioso.

En estas tres formas sociales, las dimensiones del tiempo –pasado, presente y futuro– adquieren valores muy distintos, las instituciones que rigen y administran el orden establecido actúan de modos muy diferentes y los sujetos sociales son inducidos y socializados por procedimientos de educación que tienen finalidades y metodologías de inculcación completamente disímiles. Mientras la socialización tradicional procura con métodos de repetición la memorización de los legados más valiosos a ser conservados y obedecidos, la socialización moderna se establece a partir de métodos de enseñanza-aprendizaje que transmitan los saberes aceptados para administrar el cambio, mientras que la socialización hipermoderna apunta mediante métodos de inducción-mostración a desencadenar la creatividad que permita buscar y producir la innovación permanente. Es decir, que según el contexto reinante, la socialización –en sentido amplio– puede variar de acuerdo con marcos establecidos que conectan de modos muy diversos a los sujetos con su pasado, con sus legados y con el sentido que esos repertorios van a adquirir de acuerdo con la valoración dominante que los acompañe.

En este contexto, entonces, se pueden apreciar las diferencias de modelo de socialización con los que se va a definir el lugar que ocupan las generaciones más jóvenes y el estilo con el que se les tratará de imprimir un modo de percibir el mundo social, valorar sus componentes y, a partir de ello, predisponer para un tipo específico de acción. Con lo cual, la imprevista temporal de un orden social se verá expresada en la forma en que se socialicen las jóvenes generaciones y, a partir de ello, se produzcan las distancias entre las diversas camadas temporales de sujetos o, dicho de otro modo, las diferencias de percepción y acción de los distintos grupos de edad. En virtud de ello se puede entender el valor de la ancianidad, el valor de la madurez o el valor de la juventud, de acuerdo con el tipo de sociedad a la que nos remitamos. Aunque pueda sonar un poco esquemático, no deja de ser cierto que en las sociedades de tipo tradicional, la senectud comporta el valor de la sabiduría y la prudencia, fuentes de la reproducción saludable del orden social establecido; de modo análogo sucede con el valor que adquiere la madurez en las sociedades modernas, donde el progreso desplaza a las generaciones mayores hacia la obsolescencia y le exige a las más jóvenes un proceso de preparación para asumir los cambios, quedando los adultos en posición de control legítimo de los procesos más significativos; del mismo modo, cuando las

innovaciones son tan veloces que plantean la necesidad de una formación permanente y un estado de constante refundación, donde los sujetos mayores pierden rápidamente el tren de los cambios y los adultos maduros se ven obligados a reciclarse profesional o cognitivamente con nuevos puestos y estudios a los que se someten, situación que es ventajosa para los más jóvenes, que entran sin mochila y sin pesos previos a las convulsiones cambiantes del presente, dada la plasticidad que les brinda su falta de experiencias anteriores.

## **2. Las generaciones menores en una sociedad de innovación**

Ahora bien, más allá de lo intuitivo que resulta el argumento que plantea la relación entre jóvenes e innovación, cabe preguntarse por qué sucede esto tan frecuentemente o mejor por qué se produce de un modo tan recurrente esa asociación entre los jóvenes y el cambio. Un principio de respuesta se encuentra en el funcionamiento del proceso de socialización y en la experiencia singular que se despliega en el momento de la adolescencia o la juventud, momento de la vida de una persona en la que se produce una apertura hacia el mundo social e histórico, donde prima una mirada desprejuiciada, liviana y poco comprometida, una condición que se activa con la sucesión de las generaciones menores. Por esta razón es que jóvenes generaciones e innovación se acercan: la novedad de un estado de cosas propuesto por una sociedad o un momento determinado suele asumirse como propia cuando el sujeto de la percepción no registra capas de experiencia previa acumulada que puedan servir de base para comparar las irrupciones con otras previas; ahora bien, mientras eso no sucede, como es el caso de los adultos, la innovación produce una extrañeza y un dislocamiento respecto de lo aprendido e incorporado como propio, con lo cual o es ajeno y rompe lo conocido, o se asimila como más de lo mismo y se desconoce en su potencial novedad. Adultos y jóvenes tienen distintas cargas de saber y compromisos institucionales y vitales para percibir y valorar lo que sucede.

De este modo, por efecto –y defecto– de socialización temporal, las diversas generaciones sostienen de maneras muy distintas los legados de sus antecesores y los encomiendan diferencialmente a las generaciones que con el tiempo habrán de sucederlos. En ese contexto, ser menor implica tener una carga más leve, menos compromisos con el pasado reciente o profundo y una mayor autonomía respecto de los legados frente a los que no se encuentra en posición forzada o con obligación de man-

tener. Desde este punto de vista puede entenderse a la adolescencia o la juventud como condiciones de edad o de generación cuyos miembros, si bien son copresentes con los de mayores edades, tienen características específicas de socialización temporal que los distinguen y alejan respecto de las generaciones de adultos que los preceden en el tiempo. Ese alejamiento acontece con diverso ritmo en distintas sociedades y tiende a resonar con mayor dramatismo en las sociedades contemporáneas, en la medida en que la aceleración temporal que caracteriza a la época promueve un reemplazo más veloz de las formas en las que se estabiliza la experiencia.

Así, las generaciones menores, ancladas en una edad más breve, con una experiencia vital más corta, encaran su apertura al mundo sin membranas y asumen como propia la condición inestable y cambiante del presente. El anclaje en esa edad supone un modo particular de estar en el mundo, de encontrarse en los vaivenes concretos de la temporalidad que es la historia misma, frente a la cual el sujeto –sea considerado individual o colectivamente– se encuentra arrojado. La condición etaria implica para la experiencia subjetiva una profundidad temporal diferencial, cuando toma la forma de la duración –breve, larga según el caso– pero también cuando se establece en referencia con las edades de los otros; diferencia en la que se perciben las distancias, especialmente de aquellos otros que son precedentes y que de algún modo provienen de un mundo distinto en el que primaron otras vivencias. Para estos últimos, el presente es un derivado o un devenir de otra cosa preexistente y no el mundo en primera persona, el que les toca como parte de su propia experiencia. La edad lleva implícita una apertura a un mundo de experiencia recibido y dotado de sentido como encrucijada temporal y como tal, histórica y social (Margulis y Urresti, 1996).

La edad y la generación se vinculan con fenómenos de orden biológico –como el cuerpo, la salud y la duración–, pero en términos de producción de subjetividad se expresan como un posicionamiento histórico y cultural. Pues la edad remite a un momento preciso del tiempo y, por lo tanto, a un conjunto de referencias culturales dominantes en un contexto determinado; repertorio de vivencias que permite que los sujetos se reconozcan como parte de una época y no de otra, lo que establece las condiciones de un proceso de socialización primaria y secundaria en el que se gestan verdaderas comunidades temporales. Por esa razón, las generaciones funcionan como comunidades temporales que portan las marcas del desarrollo cultural y espiritual dominantes en una época determinada, con lo cual tanto la edad como la pertenencia generacional, por más formales que puedan parecer, establecen un parentesco o como diría Wittgenstein

(1988) para otras cuestiones un “parecido de familia” entre los sujetos que surgieron a la vida en momentos cercanos y los diferencia de los otros sujetos cuyo origen en el tiempo es lejano, aunque compartan el mismo presente en tanto que miembros de la sociedad (Mannheim, 2002).

La generación expresa también una forma de apego en relación con la época en que los sujetos se socializan, donde el mundo aparece cosificado y pleno de certezas, lo que genera una percepción naturalizada y una experiencia viva que se convertirá en momento, luego en pasado y más tarde en añoranza. La percepción de apego por un mundo que es parte del pasado, se hace evidente cuando el tiempo y la historia han reemplazado ese presente por otro u otros que están en curso y con vigencia mayor; tiempo que comienza a corresponderse con la experiencia de las generaciones subsiguientes, las generaciones de jóvenes que arriban con fuerza a la arena de la vida social.

Con base en ello es que se puede afirmar que cada generación pertenece en cierto modo a una cultura diferente, en la medida en que el proceso de socialización se articula en códigos, destrezas y lenguajes que cambian con el paso del tiempo y producen realidades nuevas que descolocan a las generaciones previas y las alejan del control y, en extremo, de la comprensión misma del presente, lo que concluye con un desplazamiento hacia una forma de extrañeza equiparable a un exilio temporal. Esa dinámica generacional de extrañamiento será más veloz y más marcada —y por lo tanto, más perceptible— mientras más radicales y significativos sean los cambios históricos por los que una generación y sus sucesores se distancien entre sí, algo que como vimos se hace evidente especialmente con la irrupción de la modernidad.

Esta situación fue percibida con toda claridad por la eminente Margaret Mead (1970), en el contexto de las rebeliones estudiantiles de finales de los años sesenta en la Costa Oeste de los Estados Unidos: allí postuló una relación entre generaciones, legado histórico y significación de los cambios culturales que adquiere una importante vigencia en nuestros días. En las culturas dominadas por el pasado y una cuota de cambios poco significativos, a las que calificó de *posfigurativas*, la tradición guarda los elementos fundamentales de la experiencia futura de los jóvenes, con lo cual los adultos socializan a sus hijos y los subsumen al respeto de la sabiduría antigua. En las culturas en las que los cambios se vuelven más frecuentes, las generaciones anteriores pierden el lugar de salvaguarda de la sabiduría, el pasado deja de ser garantía suficiente para la resolución de los problemas que sobrevienen y las generaciones jóvenes comparten con los adultos la construcción del presente. A esas culturas las bautizó como *cofigurativas*. Pero hay una tercera posibilidad, que es

la que evidencian las sociedades donde el cambio es permanente. En ellas, conocimientos y códigos de la cultura se ven sometidos a cambios reiterados, con una acelerada pérdida de vigencia del pasado y una necesidad de replantear en todo momento el conjunto de los conocimientos pertinentes y las organizaciones para resolver problemas y conflictos. En estas sociedades, a las que llama *prefigurativas*, donde los modelos que se ensayan caducan a gran velocidad, el esquema de la socialización tradicional queda desactivado en nombre del proyecto permanente, de la irrupción constantemente renovada del futuro en el presente, lo que le otorga un peso relativo mayor a las generaciones jóvenes respecto de las precedentes.

En una sociedad de cambio acelerado, el peso específico de las nuevas generaciones aumenta. Sus códigos tienden a coincidir con los de la época, aceptando como natural una capacidad de adaptación que para las generaciones mayores no es aceptable o ni siquiera concebible. Las competencias y las habilidades que exigen los tiempos de cambio veloz aceleran la caducidad de las generaciones precedentes y constituyen la base de su exclusión futura. La apertura inicial al mundo como base de la experiencia propia, hace de las generaciones jóvenes un actor más libre que las generaciones que le preceden. Las transformaciones del presente son su origen y no una imposición ilegítima que los desafía o los puede desarticular.

La particular situación de los jóvenes frente a los cambios les da una ventaja relativa respecto de las innovaciones tecnológicas: mientras los adultos, y mucho más los adultos mayores, oponen resistencias a su adopción y comprensión, a la que también muchas veces invisten con críticas fundadas, los jóvenes suelen sumergirse en ellas sin mayores inconvenientes, con un manejo idóneo de los nuevos aparatos, con la aplicación práctica o lúdica que es posible extraerles (Tapscott, 1999; Prensky, 2001). Eso es lo que convierte a las generaciones menores en actores más proclives a los cambios y las innovaciones, porque mientras que para las generaciones mayores cada forma nueva de comunicación los expone a aparatos con lógicas desconocidas, funciones diferentes que hay que aprender u operaciones que incorporar, lo que supone un duro trabajo de “resocialización” que no siempre ofrece beneficios acordes, en el caso de los jóvenes, que cuentan con más tiempo para experimentar y no se atan a compromisos con las formas previas, todos los aprendizajes son parte de un juego y de un experimento de adaptación que no reclama esfuerzos dolorosos ni genera pérdidas visibles. En este sentido, el amplio entorno de las comunicaciones digitales es un buen ejemplo de

esa diferencia; innovación que no es muy distinta a lo que en su momento representó el teléfono, la batidora eléctrica, la radio portátil o la televisión.

En nuestros días, el gran parteaguas entre las generaciones mayores y jóvenes es el mundo digital. Las tecnologías digitales constituyen una innovación tecnológica radical, frente a la cual los jóvenes tienen evidentes ventajas respecto de sus padres y abuelos. Las tecnologías digitales son una condición reciente del mundo social, que sienta las bases de las comunicaciones masivas, la interacción personal, la búsqueda de información y recursos, pero también las fuentes del entretenimiento, del encuentro y de la participación para la gran mayoría de la población. Estos cambios tienen una clara vocación de futuro y se imponen con paso enérgico en nuestros días. En solo veinte años de internet, se ha llegado a la conexión de la mitad de la humanidad, proceso de expansión que no tiene precedentes en el campo de las tecnologías de comunicación (Internet Society, 2014). A su vez, más allá del avance físico entre la población, internet y las redes digitales de datos conforman una galaxia en expansión y cambio permanente, en la que se constituye y expresa el mundo de vida de las generaciones menores que, de aquí en más, se verán crecientemente referidas a ese entorno. Esto constituye un nuevo medioambiente social para la comunicación y el intercambio simbólico, donde las relaciones entre instituciones, entre instituciones y sujetos, así como las interacciones personales que los sujetos planteen entre sí, encontrarán su espacio privilegiado y su canal primordial de circulación.

Esto solo es suficiente para afirmar que internet representa una verdadera revolución en el ámbito de la vida cotidiana de la sociedad, pero especialmente de las generaciones más jóvenes, que son las que viven esta transición hacia un mundo donde estas innovaciones serán plenamente asimiladas y terminarán siendo parte de un paisaje cotidiano aceptado e incuestionado, como sucede en nuestros días con los viajes aéreos, la frecuencia modulada, la comida congelada o el teléfono celular móvil. A diferencia de las generaciones de jóvenes de otras épocas, los jóvenes actuales se integran en el mundo de la comunicación digital sin filtros previos ni membranas protectoras, haciendo del contexto social crecientemente digitalizado el centro de su experiencia de vida (Urresti, 2008; Morduchowicz, 2008; Piscitelli, 2009). Mientras los adultos mayores se sorprenden con los cambios, los resisten, los temen o los veneran y los terminan adoptando con trabajo y esfuerzo, los adolescentes y los jóvenes los ven como parte de su mundo, como algo que está ahí, ya instalado y funcionando, algo que no exige mayor esfuerzo ni tribulación que la prueba y el error.

### 3. Las tecnologías digitales, ¿una creación juvenil?

Una historia de la evolución de las tecnologías digitales, del diseño de las herramientas de software y de los programas y las aplicaciones más utilizados en distintos momentos, tendería a encontrarse con gran frecuencia con miembros de generaciones muy jóvenes. En efecto, los diseñadores, programadores, desarrolladores, emprendedores y otras figuras recurrentes del universo de la comunicación digital han sido personas jóvenes, que producen innovaciones a edades muy tempranas. Al mismo tiempo, aquellos que adoptan esas innovaciones, las prueban, las aplican y las utilizan con mayor frecuencia, ampliando sus horizontes de uso, suelen situarse en el mismo grupo etario. Con lo cual, por ambos vértices los jóvenes son los principales pioneros y difusores.

Cuando las herramientas digitales comenzaron a desarrollarse en laboratorios y centros especializados vedados al gran público, la gran mayoría de los que se encontraban en el banco de pruebas forjando un futuro aún incierto, eran los científicos y técnicos más jóvenes de dichos elencos, graduados recientes que hacían sus primeras experiencias de trabajo en un campo del que no se sabía entonces hacia dónde podría derivar (Castells, 2002). Muchas de las innovaciones se produjeron incluso en el terreno del juego, como apuestas sin demasiadas consecuencias, surgidas de la capacidad de invertir tiempo sin metas claras ni objetivos de realización factible. Podría decirse que en muchos casos se trató de innovaciones propias de gente con mucho tiempo libre, espíritu de colaboración y pocos compromisos formales con instituciones, condición que constituye a los jóvenes como estamento social diferenciado en las sociedades contemporáneas, algo que emana de la experimentación lúdica que se condice con la moratoria social, modo de vivir típico de las generaciones jóvenes de las sociedades centrales a partir de los años sesenta (Hobsbawn, 1995, Feixa, 2003). No es para nada casual que este modo de experimentar los años de formación previos a los compromisos de la vida adulta se encuentre como condición vital típica de los que hoy se reconoce como grandes innovadores en el terreno de las tecnologías digitales.

Los primeros desarrollos de los protocolos para enlazar computadoras y transmitir datos fueron puestos en funcionamiento por los matemáticos y expertos en computación que trabajaban para la red Arpanet, a principios de los años setenta. Los primeros protocolos de internet, conocidos como TCP/IP –Transmission Control Protocol/Internet Protocol– fueron desarrollados por Robert Kahn y Vinton Cerf entre 1972 y 1973 y constituyeron las bases para la conexión entre redes con distintos lenguajes. En el momen-

to Kahn y Cerf tenían 33 y 28 años, respectivamente, y eran empleados del Departamento de Defensa de los Estados Unidos.

A mediados de la década del ochenta, el informático de origen británico Tim Berners-Lee, se encuentra trabajando en el seno del CERN –Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire–, un proyecto de cooperación multinacional europeo orientado a la investigación en física de partículas. Allí, Berners-Lee trabaja en la producción de un sistema informático que permita intercambiar archivos entre computadoras a gran velocidad. En 1985, a la edad de 29 años, realiza las primeras pruebas y en 1989 establece la primera comunicación entre un cliente y un servidor usando un protocolo que sería el futuro de la internet, el HTTP –Hyper Text Markup Language–. En la misma senda, crea con su equipo el protocolo HTTP –Hyper Text Transfer Protocol– y el sistema de localización URL –Uniform Resource Locator–, para definir el sitio de los objetos en la red. Este conjunto de protocolos serán el lenguaje básico de la World Wide Web, la red de enlaces que conforman la internet. En 1991 establece el primer servidor Web, cuyo propietario sería el CERN y en 1994 crea, ya en los EEUU y con una posición consolidada, el Consorcio encargado de administrar técnicamente la web.

La condición juvenil de los innovadores de este campo específico de tecnologías aplicadas se ha corporizado en relatos de fuerte impronta generacional, llegando en algunos casos a rozar con el mito: valgan como ejemplo las ya “clásicas” epopeyas de Microsoft o de Apple, dos de los ejemplos triunfantes en términos comerciales y de masividad mediática: cuando Bill Gates y Paul Allen inician su empresa en 1975, cuentan con 19 y 21 años, respectivamente. En el seno de esta empresa, adquieren, desarrollan y mejoran distintos sistemas que serían revolucionarios para la industria de la computación. Es el caso del sistema operativo que será la insignia de la empresa: el DOS proviene de un sistema, el QDOS, originalmente desarrollado por el ingeniero Tim Paterson en 1980, cuando tenía 24 años de edad. La empresa le compra el sistema a Paterson y lo adapta para las computadoras clonadas de IBM, el origen de la computadora de consumo hogareño masivo. Desde entonces, cada clon de IBM viene con ese sistema, lo que constituye la base de la expansión de Microsoft. Poco tiempo después, en 1985, lanzan al mercado el sistema Windows, un desarrollo de interfaz gráfica que parte del sistema de Apple y que se convertiría en muy poco tiempo en el más utilizado en todo el mundo. En ese entonces, Gates y Allen están rondando los 30 años y ya cargan con dos revoluciones tecnológicas y comerciales encima.

De modo similar, en paralelo y en competencia, Steve Jobs y Steve Wozniak, arrancan con su empresa Apple en el año 1976. En ese mo-

mento Jobs cuenta con 20 años y Wozniak con 24. Apple es un proyecto altamente innovador, ya que se propone generar computadoras de uso amistoso e intuitivo, con interfaces gráficas, que puedan llegar a un público amplio. En el año 1978 comienzan a desarrollar la Apple Lisa, la primera computadora con interfaz gráfica incorporada, que llega al mercado en 1983. Un año después se inicia la zaga de las computadoras Apple Macintosh, que continuaría revolucionando el campo del hardware y el software de uso masivo. En ese momento, ya consolidados en su emprendimiento, los dueños de la empresa más innovadora y ascendente tienen 29 y 34 años.

Dentro de ese clima de época también se pueden incluir las historias de los grupos que resistieron la comercialización y que no tuvieron tanta visibilidad: es el caso de las comunidades de los llamados “hackers”, por lo general, unidos a los laboratorios universitarios o la investigación independiente, asociada con los institutos públicos dependientes del complejo militar norteamericano (Castells, 2002; Rheingold, 2004). Esos primeros desarrolladores se caracterizaron por su capacidad creativa, su rebeldía respecto de las formas establecidas de presentación de sí mismos o de la disciplina laboral y su clara asunción de un espíritu libertario, no convencional y en ocasiones decididamente contracultural. Los pioneros californianos se impusieron con un espíritu claramente diferente del que regía en las empresas tradicionales: esos emprendedores-autoempleados jugaban al básquet en la oficina, salían a andar en bicicleta por parajes cercanos a la empresa o se reunían en espacios abiertos y parques para resolver algún problema de programación, diseño o desarrollo.

En ese clima distendido, orientado a facilitar la creatividad y la producción de ideas, se puede ver jóvenes que conviven, trabajan y se divierten al mismo tiempo, incubando actividades productivas de las que aún no perciben su alcance, con máquinas abarrotadas en un garaje o un altillo familiar semiabandonado. Así, los garajes, los altillos de las casas o los galpones deshabitados se convierten en lugares de experimentación y creatividad juvenil, con todo lo que ello tiene de juego e incertidumbre; situación que en muchos casos ha acariciado el mito y ha alimentado películas, series y relatos diversos de origen norteamericano sobre el surgimiento de estos emprendimientos, tanto en los niveles tecnológico como empresarial.

En este mismo sentido, el mito del espíritu libertario juvenil sigue renovándose en las sucesivas innovaciones sobre aplicaciones de software y en los movimientos por el software libre o la programación de código abierto, entre las que sobresale la impronta de la comunidad GNU, de su pariente cercana, la Comunidad Linux, o en el terreno de las herramientas

colaborativas con la masiva irrupción de Wikipedia o con el conjunto de las nuevas firmas y sitios que hacen de ese espíritu libertario y contracorriente un modo de hacer, producir y presentarse ante los demás. Es el llamado *espíritu hacker* (Himannen, 2003), base de las iniciativas que se opusieron al software privativo y comercial. En este terreno también hay jóvenes que idean y sostienen las causas: Richard Stallman es el iniciador del proyecto GNU, por el cual se busca diseñar y sostener un sistema operativo completamente libre, no comercial y de código abierto, esto es, que pueda ser modificado libremente por cualquiera que lo necesite. Este proyecto es anunciado en 1983 por este programador de 29 años, que se “sale” del MIT para encarar una iniciativa no comercial. De allí nace el GNU y poco tiempo después la Free Software Foundation, cuya prédica pública apunta a evitar el pago de derechos por licencias de software, de allí la importancia de un sistema operativo libre, al que se llega en 1989.

Muy cerca espiritualmente de este proyecto se despliega el trabajo de Linus Torvalds, un programador finlandés nacido en 1969, que a la edad de 21 años publica por primera vez un sistema operativo de código abierto y licencia pública, es decir gratuita, conocido como GNU/Linux con el cual se inicia y fortalece la comunidad mundial de programadores que aportan soluciones de modo colaborativo desde su trabajo individual. Esta metodología de trabajo será fundamental para continuar con el espíritu hacker de trabajo común con fines colectivos. En 1994, con sólo 23 años de edad, publica la versión de Linux 1.0: será el primer mojón de un conjunto de desarrollos en distintos programas y aplicaciones con los que se establecerá definitivamente la comunidad de software libre a nivel mundial. En esta red cooperan miles de programadores anónimos, la mayoría muy jóvenes, involucrados en ampliar los derechos de los usuarios con herramientas abiertas y reprogramables.

Otra iniciativa que será fundamental en este terreno es Wikipedia. En principio, se trata de un proyecto liderado por Jimmy Wales y Larry Sanger, que ve la luz pública en internet en el año 2001. Se trata de una enciclopedia gratuita, en la que cualquiera que se sienta invitado por un tema puede publicar contenidos. La Wikipedia tiene mecanismos de control de calidad y su publicación se verifica por los usuarios mismos, que participan señalando problemas, disputando datos o posturas, en suma, mejorando los contenidos. Cualquiera que se lo proponga puede disputar, pero se verá sometido a la opinión de otros. Cuando las controversias se aplacan y la superación de las mismas se acuerda en nuevas versiones, la publicación se presenta como aceptada. Esto no implica que no pueda volver a revisarse y así en adelante. La Wikipedia tiene parentesco con la GNUpedia imaginada por Stallman. Hoy en día es la enciclopedia más

grande del mundo, editada en múltiples idiomas, plataforma de consulta obligada por conocedores y profanos. Cuando se instaló en internet sus creadores tenían 34 y 32 años, respectivamente. Hoy florecen las iniciativas de tipo wiki, con una cultura colaborativa global en ascenso y protagonistas situados en las localidades más lejanas.

Este espíritu creativo de origen juvenil se ve también en múltiples iniciativas de tipo comercial, donde el hackerismo se mezcla con el ánimo emprendedor, lo que da origen a diversas herramientas y empresas que crecen al calor de internet. Tal es el caso de firmas y sitios como Google, Ebay, Amazon o la ya desaparecida Megaupload –un motor de búsquedas, un sitio de comercio, un sitio de venta de libros y de música, un portal de intercambio de contenidos entre usuarios con música, libros y audiovisuales, etc.– proyectos que tienen en común el hecho de haber sido impulsados por gente joven, innovadora y dinámica, que se lanzó a hacer algo sin saber los resultados que obtendría. En estos momentos, Google es el sitio más visitado del mundo y el buscador que más usuarios eligen alrededor del globo: fue iniciado en el año 1996 por Larry Page y Sergey Brin, dos jóvenes estudiantes de matemáticas de Stanford, cuando solo contaban con 24 años y 23 años, respectivamente. Dos años después fundan la compañía Google Inc., en la cual va a tener lugar un proceso de innovación constante del que surgirán múltiples herramientas novedosas, que van a revolucionar parcialmente diversos ámbitos de servicios ofrecidos en la red. Ebay es un sitio dedicado al comercio que nace en EEUU, pero que rápidamente adquiere impacto global en sus múltiples réplicas a lo largo del mundo; es creado en 1995 por Pierre Omidyar con 28 años de edad, hoy líder en su rubro y modelo de otros sitios que le siguieron con menor éxito. Amazon, por su parte, el más importante distribuidor de libros del mundo, comienza a operar en 1994 gracias al emprendimiento de Jeff Bezos, un joven empleado de finanzas que se va de Wall Street para fundar su empresa con 29 años. El sitio Megaupload fue desarrollado por un conjunto de amigos de distintos países –Alemania, Holanda, Nueva Zelanda–, dirigido por el polémico programador Kim Schmitz; lanzado en 2005, conquistó vastísimas visitas e intercambios punto a punto de archivos. En ese momento, su principal creador tenía 31 años y una frondosa trayectoria en programación de sitios diversos.

En una senda similar se encuentran los sitios y servicios de internet que revolucionan las comunicaciones digitales y la distribución de contenidos en distintos formatos, a fines de los noventa. Es el caso de los ya antiguos Mirc, ICQ y Napster, pero también de los otros sitios y aplicaciones más recientes que explotan a principios de este siglo, como You Tube, Blogspot y Fotolog, o los más cercanos en el tiempo que irrumpen a me-

diados de la década pasada con todo su potencial de arrastre como es el caso de My Space, Facebook y Twitter, tres plataformas de comunicación, circulación de información y articulación de redes sociales masivamente utilizadas por públicos de las geografías y las edades más diversas; todos ellos pensados y originados por personas muy jóvenes, luego sostenidos y desarrollados en primera instancia por esa misma franja de la población y finalmente adoptados masivamente por grupos de mayor edad.

Veamos a sus fundadores y tendremos una idea contundente de ello: el Mirc fue uno de los primeros programas de uso masivo destinados al chateo, fue creado por Khaled Mardam-Bey en 1995, a la edad de 26 años. El ICQ fue el primer servicio de mensajería instantánea, creado en 1996, por Arik Vardi, Yair Goldfinger, Amnon Amir y Sefi Vigiser, cuatro amigos israelíes que se encontraban en el momento de su publicación entre los 24 y los 26 años de edad. *Napster*, una de las primeras páginas pensadas para bajar música comprimida, fue creado por Shawn Fanning en el año 1999, a la edad de 19 años y constituyó el principio de un sistema que se extiende en nuestros días en diversos sitios que replican su lógica. En la segunda camada tenemos a YouTube, un sitio que permite en origen publicar y compartir videos digitalizados, creado en 2005 por Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim, a las edades de 28, 25 y 25 años respectivamente. Blogspot, el sitio diseñado para albergar páginas personales de textos en edición tipo bitácora temporal, fue creado en 1999 por Pyra Labs, un emprendimiento liderado por Evan Williams y Meg Hourihan, a la edad de 27 años, aunque se utiliza masivamente a partir del año 2002, cuando se hace rodar públicamente y se comercializa. Fotolog nació como una red de 200 amigos universitarios, que compartían fotos de sus vacaciones y celebraciones con sus conocidos; fue creado y abierto al público general en 2002 por Scott Heiferman y Adam Seifer, que contaban en el momento de la apertura de la página con 30 y 31 años de edad. My Space, ideado en 2003 por Tom Anderson a la edad de 33 años, con la finalidad de vincular redes de amigos y facilitar sus intercambios, fue una de las primeras redes sociales que circularon por la web. Finalmente, dos de las estrellas del mundo digital actual, Facebook y Twitter, siguen la lógica de invención juvenil de los otros sitios: Facebook fue creado en 2004 por Mark Zuckerberg cuando tenía 20 años y Twitter fue lanzado en 2006, diseñado por Jack Dorsey, Evan Williams, Noah Glass y Biz Stone, todos ellos ex-empleados de Google y de Pyra Labs con una edad promedio de 30 años al momento del lanzamiento.

Más recientemente podemos mencionar la aparición de aplicaciones y servicios que arrastran el mayor flujo de atención entre los públicos globales que los benefician con su atención y adopción. Es el caso de What-

sapp, Instagram, Pinterest, Snapchat o Spotify, poderosas plataformas y aplicaciones que continúan revolucionando el mundo de las comunicaciones digitales en los distintos rubros a los que se destinan. Se trata de servicios disponibles en la red, que ofrecen distinto tipo de soluciones para los usuarios contemporáneos de internet fija y móvil y contribuyen a cumplir con las necesidades comunicativas, de vinculación o de consumo cultural de grupos que crecen día a día, aumentando el poderío y el volumen de negocios de las empresas del mundo digital.

Así, por ejemplo, Whatsapp es un sistema de intercambio de mensajes cortos por internet, con la posibilidad de intercambiar distintos tipos de archivos multimedia, desarrollado por Jan Koum, un ingeniero de origen ucraniano, y por Brian Acton, un programador estadounidense, que lo lanzan en el año 2009, y que conquista rápidamente públicos muy amplios. En ese momento Koum tiene 32 años y Acton 35. De modo similar ocurre con Instagram, el sitio de publicación e intercambio de fotos de crecimiento más veloz de la red en el momento de su lanzamiento. Fue ideado por Kevin Systrom, ingeniero estadounidense, y Mike Krieger, programador de origen brasileño, para la empresa Apple, lanzado a la red sin costo en el año 2010, momento en el que sus programadores contaban con 26 y 24 años. En una senda parecida se encuentra Pinterest, un sitio destinado a compartir intereses sobre distintas materias y asuntos, en el que los usuarios suben contenidos, de acuerdo con unidades temáticas que los vinculan entre sí, intereses, que nuclean las subidas y generan comunidades. Este sitio es actualmente el de mayor crecimiento de la historia de la red y hasta 2012, el más veloz en superar los 10 millones de usuarios únicos. Fue lanzado en versión beta en 2010 por sus creadores Evan Sharp y Ben Silberman, ambos con 27 años en ese momento.

Completan este grupo selecto, el sitio Spotify y la aplicación Snapchat, las dos estrellas más recientes del universo digital: el primero, un sitio que ofrece un servicio para escuchar música on streaming, es decir, mientras corre, sin necesidad de descargarla, como si fuera una radio programada por el oyente; la segunda es una aplicación que se orienta más que nada a teléfonos celulares y consiste en un programa preparado para enviar fotos que no se almacenan en los dispositivos de destino, no se pueden reenviar y se autodestruyen en un lapso de entre 1 y 10 segundos como máximo, con lo cual cumplen con la distribución –pueden ser vistos– pero no con la circulación ni con el almacenamiento –desaparecen sin dejar rastros y hace que fotos comprometedoras se conviertan en mensajes efímeros–. Spotify es el sitio que más minutos de música distribuye en el mundo: fue creado por Daniel Ek, programador y emprendedor, y por Martin Lorentzon, ambos de origen sueco, en el año 2006, cuando contaban

con 22 y 35 años, respectivamente. Snapchat, una de las aplicaciones que mueve el mayor número de fotos publicadas en todo el mundo, es la creación de tres estudiantes de Stanford, Evan Spiegel, Bobby Murphy y Reggie Brown, lanzada a la red en 2011, cuando sus creadores rondaban los 20 años de edad.

Esta lista, que recoge solo algunos hitos del mundo digital actual, podría extenderse, aunque valen estos ejemplos de distintas épocas para ilustrar la hipótesis que nos orienta: la emergencia de las herramientas digitales de uso más extendido suelen corresponderse con la creatividad y el trabajo de personas muy jóvenes. Quienes conciben, desarrollan y realizan proyectos que luego irrumpen con toda su fuerza en el mundo de las comunicaciones digitales son jóvenes que apuestan a conquistar usuarios, algo que ha venido creciendo a niveles astronómicos con la expansión de estas tecnologías, cada vez más enraizadas en la vida cotidiana de las sociedades contemporáneas. Ahora bien, ese proceso de conquista, que hoy ha llegado a ser universal en los países centrales y se extiende con fuerza en los países emergentes —recordemos los casi irreales 3 mil millones de usuarios para 2015 (Internet Society, 2014)— también ha tenido entre las jóvenes generaciones a su mayor número de adoptantes tempranos —*early adopters*—, impulsores y usuarios regulares.

#### **4. La difusión de las tecnologías digitales e internet**

Tal como afirmamos recién, las generaciones más jóvenes, en principio los jóvenes, pero especialmente los adolescentes, han sido los más consecuentes demandantes de tecnologías digitales desde el rol de consumidores de computadoras, teléfonos celulares de última generación, consolas de juego y dispositivos periféricos enlazables con el entorno digital, pero también como usuarios de software y aplicaciones destinadas a rodar en esos dispositivos. Así, los adolescentes y los jóvenes se convierten en uno de los principales estímulos que recibe la circulación de hardware y software: son los primeros en adquirir aparatos y programas a los que luego de la adquisición, casi jugando, comienzan a buscarle utilidades, para concluir más tarde con el “contagio” de los que componen su entorno.

Tanto en los países centrales como en los emergentes, el primer segmento dinámico de la distribución de máquinas se encuentra entre los ingenieros, los matemáticos, los especialistas en sistemas y en electrónica, que son los que compran los primeros aparatos en la fase temprana de desarrollo. Se trata del segmento especializado de los primeros usuarios, cuando aún no había desarrollos destinados al público general. En ese

primer momento, el afluente de ingenieros y amateurs interesados tiene como característica central, además de la orientación disciplinaria, la edad juvenil de sus miembros. Esta impronta se va a reforzar cuando la demanda de máquinas tienda a salir del universo específico de los orientados técnicamente: allí, la segunda difusión se despliega entre los jóvenes universitarios que buscan ampliar sus herramientas de trabajo y estudio, así como también entre los adolescentes y los niños interesados en los juegos y las aplicaciones fáciles de usar para generar textos, producir y procesar imágenes y gráficos de creciente complejidad.

Ese primer grupo de difusores masivos situados a lo largo de la década del ochenta y a principios de la del noventa, es el que con el tiempo crecerá en edad y fortalecerá el conjunto poblacional demandante de novedades tecnológicas; lo que constituye el elenco de usuarios con alto nivel de compromiso y conocimientos para llevar adelante y desarrollar el universo de conexiones y de intercambios, que comienza con los modems y el correo electrónico por BBS (*Bulletin Board System*) y se continúa con el acceso a las primeras bases de datos públicas y privadas, para consumarse unos pocos años después con la aparición de internet y la ampliada capacidad que esos usuarios adquieren para producir contenidos y generar la explosión que a partir de entonces transforma al mundo de las comunicaciones. Este segundo grupo de adoptantes y difusores también está marcado por una fuerte presencia generacional, mayoritariamente joven. Para ellos, la computadora, el software y la conexión a internet se volverán parte indisoluble de su entorno vital, afectando sus modalidades de trabajo y estudio, las búsquedas de información y entretenimiento, así como los modos usuales de interacción y relacionamiento con los demás. Este modelo de adopción se irá replicando en primer lugar “hacia los costados”, esto es, intra-generacionalmente; por los grupos de pares y las redes de amigos que se acercan a las tecnologías por contigüidad, y luego “hacia abajo”, es decir, de estas generaciones jóvenes hacia las menores, por la influencia que esos jóvenes y adolescentes pioneros tienen sobre los hermanos más chicos; para pasar de éstos a los pares y amigos de esos niños y preadolescentes, también lateralmente pero en un escalón de edad inferior, y concluir finalmente con un flujo “hacia arriba”, es decir, empujando a las generaciones mayores cercanas familiarmente a conectarse con las nuevas tecnologías, ya definitivamente teñidas de espíritu juvenil.

Luego, a medida que esas generaciones de jóvenes van madurando, introducen a sus hijos de modo directo y sin mediaciones en el complejo de las nuevas tecnologías: este proceso de expansión hacia las edades más jóvenes, hecha por hermanos mayores y por padres adoptantes tem-

pranos, es lo que da origen al fenómeno de los “nativos digitales”, que son los niños que interactúan desde edades muy tempranas con computadoras personales hogareñas ya conectadas a la red, actividad que realizan en una proporción mayor a la que lo hacen con los medios masivos analógicos, situación que los coloca en un terreno muy distinto al de las generaciones anteriores de niños y jóvenes, iniciadas con la recepción de medios tradicionales. Los llamados nativos digitales toman contacto con la comunicación por la computadora antes que por el televisor y tienden a mediar la audiovisión como un capítulo de los lenguajes multimedia, más amplios e incluyentes.

El proceso concluye con la incorporación de los adultos mayores, los últimos en arribar al universo de la comunicación digital. Esos adultos mayores, podríamos decir, los abuelos de los nativos digitales, los padres de los primeros adoptantes, apelan a las herramientas de este tipo con el fin de mejorar la comunicación con sus familias y acceder al vasto universo de los contenidos digitales. Los adultos mayores de los que hablamos corresponden a los sectores urbanos, especialmente de clases medias y altas, y son los que por el momento irán cerrando el círculo exterior de la expansión de las redes digitales. De modo similar al de los adolescentes y jóvenes, cuentan con mucho tiempo libre, lo que les brinda la oportunidad de experimentar y buscar contenidos de su interés. Así, se convierten en usuarios competentes que aprovechan sus capacidades letradas y utilizan el entorno de acuerdo con sus preferencias. Con ellos la red adquiere una nueva capa de usuarios que suma contenidos y proponen un intercambio y un flujo, donde además de sus familias entran en contacto con parientes más o menos lejanos y amigos mayores en proceso de conexión.

Por lo tanto, si hubiera que plantear un patrón sería el siguiente: el primer grupo en acceder al mundo digital es el de los *desarrolladores y pioneros*, mayoritariamente jóvenes aunque también registra adultos en una medida menor, altamente motivados por la tecnología y sus aplicaciones; a ellos les sigue el grupo de los *primeros usuarios y difusores*, también jóvenes y adolescentes, aunque en este caso ya no motivados por la tecnología en sí, sino por lo que ésta les permite mejorar en términos de estudios, trabajo y entretenimiento; esa generación se va a ir moviendo con el paso del tiempo hacia la adultez y va a incorporar a sus compañeros de trabajo y miembros de generaciones cercanas con los que comparten ámbitos de interacción, lo que sería la edad intermedia; en simultáneo, la difusión se extiende “hacia abajo” con el contagio o la socialización directa de los miembros de las generaciones menores, los *nativos digitales*, que también se expande horizontalmente o hacia los costados de esas generaciones; por último, el proceso se completa con un desarrollo “hacia arri-

ba”, lo que se ve en la inclusión de las generaciones mayores que aportan el núcleo poblacional más resistente. Esta evolución se fue desarrollando en distintas latitudes, con ritmos diversos de acuerdo a las características económicas y tecnológicas de cada país, al nivel económico y educativo de la población y la posición cercana o lejana respecto de los centros de desarrollo e innovación, con una pendiente más o menos típica que va desde los sectores de mayores ingresos hacia los de menores ingresos, desde los centros geográficos concentrados hacia las periferias menos desarrolladas y aisladas, en todos los casos con los jóvenes y los adolescentes como motores del cambio y luego hacia las otras generaciones.

En nuestro país el derrotero de las tecnologías digitales no fue distinto: comenzó por los pioneros directamente vinculados con la computación, la ingeniería de sistemas y la programación, que se unieron a un proceso de digitalización que ya estaba en curso en otros países. Continuó con la adopción ampliada de los jóvenes de sectores de ingresos medios y altos de las grandes ciudades, provenientes de familias de alto nivel educativo o vinculadas con la ingeniería, las ciencias exactas, los sistemas y la comunicación, en general vinculados con instituciones universitarias. En este proceso fue muy importante entre las generaciones más jóvenes el rol que cumplió el entretenimiento, más que nada los juegos electrónicos, excusa central en la primera difusión de computadoras hogareñas. La siguiente oleada de propagación de máquinas coincide con la aparición de las computadoras hogareñas, las PC, que comenzarán a venderse durante los últimos años de la década del ochenta y los primeros de los noventa. Allí es cuando entran masivamente los jóvenes y el contagio lateral que producen en sus áreas de influencia. El proceso de evolución se extiende entre los sectores de ingresos medios urbanos, de las grandes ciudades primero y de las intermedias y pequeñas, con posterioridad. Al tratarse de equipos relativamente costosos, hay una barrera para los sectores de ingresos más bajos. Al promediar la década del noventa, el acceso a las computadoras y a internet está prácticamente generalizado entre los jóvenes y los adolescentes de sectores medios urbanos. En ese momento también comienzan a acceder los jóvenes de sectores populares, pero sin poseer sus propias PCs, sino con acceso en locales públicos, los llamados “cibercafés”. Esos ámbitos serán la entrada privilegiada de los sectores de menores ingresos, que con el tiempo irán acercándose a las redes y a las computadoras hogareñas. Con el nuevo siglo, son más los que se incluyen debido a los planes que impulsa el gobierno: primero, con créditos y financiación para comprar equipos —el Programa Mi PC por ejemplo, del año 2005 en adelante— y luego con la distribución gratuita de netbooks entre los estudiantes de nivel medio hacia finales de la primera década —el

Programa Conectar Igualdad a partir del año 2008 (Urresti, 2014). Al completar la década el acceso es universal entre las jóvenes generaciones, sin importar el sector social del que provengan, para luego cubrir a las familias urbanas de ingresos medios y con velocidad en aumento, a las familias de ingresos menores. Por el momento, quedan excluidas aquellas que se ubican en las zonas más alejadas de los centros poblados y las familias de ingresos más bajos de las ciudades.

Para ilustrarlo con algunos datos sobre la población general, el siguiente cuadro deja ver muy claramente la velocidad del proceso de difusión en la última década:

**CUADRO 1. INDICADORES TIC EN ARGENTINA (EN MILLONES)**

| Indicador                               | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|---|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Usuarios totales de internet (personas) | 4.1  | 5.7  | 7.56 | 10   | 13   | 16   | 20   | 23   | 26.5 |
| Conexiones fijas totales de internet    | 1.43 | 1.6  | 2.05 | 2.3  | 2.8  | 3.1  | 3.7  | 4.3  | 4.7  |
| Conexiones fijas de Banda Ancha         | 0.13 | 0.24 | 0.48 | 0.88 | 1.59 | 2.75 | 3.3  | 3.9  | 4.3  |
| Líneas móviles en servicio              | 6.65 | 7.8  | 13.1 | 18.3 | 24.1 | 27.5 | 33.5 | 36   | 39.5 |

Fuente: Prince y Jolias (2011)

Como se puede notar, el número de personas que se conecta a internet en Argentina ha crecido de modo sostenido en la última década, pasando de 4,1 millones en 2002 a 26,5 millones en solo ocho años. Algo similar sucede con el número de conexiones hogareñas fijas a internet, con el paso de 1,43 millones de hogares en el año 2002, a 4,7 millones de hogares para el 2010. Otro dato a resaltar es el de las conexiones de banda ancha, lo que habla de la calidad de la conexión y las posibilidades aumentadas que brinda, con un porcentaje muy alto, casi el 90% del total de las conexiones. Finalmente, hay que tener en cuenta también la importancia de los teléfonos celulares, que si bien no implican automáticamente la vinculación con internet, cada vez están más conectados y permiten más prestaciones. Como se puede ver en la última fila, el crecimiento de las líneas telefónicas móviles en servicio ha cubierto completamente a la población en estos años, pasando de casi 6,7 millones de líneas en 2002 a casi 40 en ocho años.

## 5. Ciberculturas y prosumidores

En las sociedades contemporáneas, las nuevas tecnologías constituyen un nuevo entorno de comunicación, en él los sujetos se encuentran entre sí, interactúan, se informan e intercambian información, se entretienen y reciben contenidos en diversos formatos –audiovisuales, textuales, auditivos–, acordes con sus gustos e intereses y, en menor medida, también publican textos, imágenes y videos en las distintas plataformas destinadas a ese fin. Las tecnologías digitales suponen un cierto consumo de bienes, artefactos y servicios específicos, la adquisición de aparatos y programas, pero también una profusa actividad de interacción a partir de la utilización y la posibilidad de producir nuevos contenidos y herramientas, que abren para otros procesos de consumo y disfrute, así como de producción y creatividad. En esos procesos de recepción y reactivación, de consumo y producción, la información circula y se utiliza, se acrecienta y multiplica en nuevos contenidos que aumentan sin cesar.

Ahora bien, como decíamos, este proceso comienza con la adquisición de objetos, cada vez más numerosos y complejos, que se van sumando como capas sedimentarias en las oficinas, en los dormitorios, en las habitaciones específicas, en esas especies de pistas de aterrizaje que son los escritorios, donde se depositan las computadoras, los monitores, los teclados, los mouses y los demás periféricos que completan el cuadro: parlantes, cámaras web, scanners, reproductores de CD, entre otros. Podríamos decir que la base material de la revolución en curso corresponde a un conjunto de objetos vinculados con la electrónica hogareña, la computación y la telefonía móvil, los tres grandes núcleos del sistema de objetos con los que conviven crecientemente los habitantes de las sociedades contemporáneas.

Hoy en día es casi imposible separar la vida cotidiana del conjunto de estos aparatos electrónicos, basados en tecnologías digitales, crecientemente presentes en los hogares, los lugares de trabajo, los establecimientos educativos y los ámbitos destinados a la circulación pública. Computadoras, lectoras láser para discos compactos, lectoras de MP3 y DVD, monitores de plasma, cristal líquido y ahora de LEDs, aptos para recibir señales digitales, aparatos delgados, compactos, con resoluciones cada vez más altas, aparatos sensibles al tacto y también a la voz, son cada vez más amistosos y prácticos para el control de los usuarios.

A todo este conjunto de objetos estáticos y localizados se suma una nueva gama de aparatos nómades, cuya transportabilidad los convierte en fáciles extensiones del cuerpo en movimiento: al principio como continuación del walkman, reproductores de DVD con música e imágenes

portátiles, Ipods, pen drives diversos con grabadores de voz y unidades de memoria móviles; todos aparatos que hacen posible moverse libremente con enormes cantidades de información digitalizada. En simultáneo con este desarrollo se perfeccionan los computadores portátiles, las laptops, notebooks y netbooks cada vez más pequeñas, livianas y sofisticadas en sus funciones, lo que facilita la movilidad de los usuarios y garantiza un universo digital personal transportable. La baja del costo de estos artefactos los acerca a un número creciente de consumidores. Las cámaras fotográficas digitales o las filmadoras permiten sacar fotos o hacer registros filmicos de un modo cada vez más sencillo, con calidades y recursos en aumento y una modularidad que facilita su conexión con el resto de los artefactos, ampliando los horizontes de interacción e intercambio entre ellos.

Este contingente de aparatos se ve aumentado con las diversas generaciones de teléfonos celulares, cada vez más compactos y con mayores prestaciones: estos teléfonos pueden sacar fotos, filmar, grabar voz, portar música comprimida, con lo que se tornan aparatos multifunción, simultáneamente reproductores de música, filmadoras, teléfonos, computadoras, centro de aplicaciones diversas que operan en internet y que permiten resolver gamas cada vez más amplias de problemas. Hoy en día, cualquier teléfono celular cuenta con la posibilidad de emitir y recibir SMS, permite conectarse a internet y utilizar todas sus prestaciones, navegar, buscar información, chatear, ingresar en las redes sociales, publicar de manera instantánea fotos o audiovisuales en sitios específicos, consultar el correo electrónico, escuchar música y hasta ver películas, de acuerdo con el tipo de servicio contratado. La transportabilidad y la posibilidad de estar conectados a costos relativamente bajos, hacen concreta y tangible una red ubicua.

En tiempos recientes surgen nuevas invenciones tecnológicas, como las tabletas, las minitables y los phablets –intermedios entre teléfonos celulares y tabletas–, que extienden las prestaciones de los aparatos anteriores y hacen más amistoso su manejo. En este contexto, conexiones de Wi-Fi cada vez más comunes en espacios comerciales e instituciones públicas, sistemas de 3G que ofrecen banda ancha móvil con tarifas que se reducen y, con el tiempo, un sistema de 4G que mejorará aún más la conectividad de la red preexistente indican el camino en el que se moverán los usuarios de las comunicaciones digitales.

Esto contribuye, sin duda, a la extensión del alcance de la comunicación digital, algo que con las últimas tecnologías hace fácil, relativamente accesible y amistoso bajar información de la red, pero también producirla y subirla; prestaciones aprovechadas básicamente por los jóvenes, protagonistas privilegiados en la expansión del universo hipertextual de internet.

Esta situación afecta la forma tradicional de recepción de las producciones culturales por parte de los adolescentes y los jóvenes. Este cambio de formatos, la digitalización de la música, la gráfica y las películas, altera la forma de vinculación de los jóvenes con la cultura: la adquisición de música e información relacionada con ella se resuelve hoy en día dentro de las autopistas informativas.

Los jóvenes de nuestros días escuchan radios digitales, arman listas de reproducción donde programan lo que van a escuchar, eligen canciones, cantantes o temas que les interesan y los buscadores se lo ofrecen para que lo oigan sin siquiera bajarlo a sus computadoras. Si quieren saber algo, entran en foros, bajan fotos siguiendo patrones temáticos en páginas web diversas, intercambian con otros en sitios especializados, compran o venden bienes vinculados con sus gustos en redes virtuales. Lo que antes contribuía a una educación sentimental callejera y de feria, compite y se rinde ante la eficacia de los canales virtuales, donde prima la lógica de la información libre, instantánea y de fácil acceso.

Los reproductores portátiles de música digitalizada, el consumo en línea —streaming—, los sitios de intercambios gratuitos de temas musicales, o la distribución a demanda, han revolucionado las formas de adquisición de música, relegando la compra de discos y cambiando el concepto mismo de la música asociado al soporte disco, cassette o incluso CD, lo que rompe con una historia de años de asiento tradicional en objetos de memoria externos y coleccionables. Los discos son una especie en extinción en las habitaciones adolescentes y con el tiempo lo harán las revistas y hasta incluso las películas y también los televisores.

Esta facilidad para la circulación de intangibles —dentro de los que entran actualmente los bienes culturales tradicionales como la música, las películas, los libros, las revistas y las imágenes—, revoluciona la relación que los sujetos establecen con los objetos en los que se asienta la memoria, más abstractos y formales, virtualmente a la mano y casi gratuitos. Un nuevo sistema, que afecta a todos, en el que entran con mayor facilidad las generaciones menores y que se desarrolla en el sentido de una cibercultura en la que se digitalizan los bienes y las producciones de la cultura letrada tradicional, de las industrias del espectáculo y del entretenimiento, así como las producciones surgidas de la cultura popular y plebeya, de las elites más cerradas y excluyentes o de las vanguardias más radicalizadas, todo (no importa la disciplina, el formato o la inclinación del autor) tiende a convertirse en un contenido de internet.

En este contexto, adquiere un rol cada vez más importante la figura del *prosumidor*. En la medida en que internet facilita la publicación como nunca antes ya no sólo de textos, sino también de imágenes, música,

animaciones y hasta audiovisuales, y ese conjunto de infinitos repertorios tiene un nivel de accesibilidad simple, inmediato y a costos insignificantes, con el paso del tiempo es más frecuente que adolescentes y jóvenes de distintas localidades, niveles socioeconómicos y culturales registren y publiquen materiales, documentos o aspectos diversos de su vida que consideran interesantes para ofrecer a la consideración ajena. Este tipo de oferta se multiplica por la acción creativa de jóvenes que suben contenidos a la red, los hacen circular y los comparten con otros jóvenes, que vuelven a replicar el procedimiento. El resultado de este proceso es una proliferación constante de materiales cada vez más compleja e inabarcable, múltiple y diversa.

De acuerdo con ello, aparece una categoría de usuario que entre los jóvenes es especialmente relevante, dada su presencia y extensión. Se trata del prosumidor, ese intermedio paradójico entre la producción y el consumo, que autores pioneros como Michel de Certeau (1996) llamaron el “segundo productor”: un consumidor altamente productivo y poco pasivo respecto de lo que recibe, imaginado por Alvin Toffler (1980) en solitario al principio de la década del ochenta, popularizado por Don Tapscott (1999). El prosumidor es la figura que tiene la capacidad de adecuar la producción estandarizada a un tipo de requerimiento más individual y personalizado, coproduciendo o produciendo creativamente aquello que consume. El prosumidor es un prototipo de relación con los productos y los servicios masivos y estandarizados, que desarrolla una creciente autonomía y capacidad para adaptar la oferta a la demanda; en última instancia, es el polo que tiende a salir fortalecido con este tipo de innovaciones tecnológicas y comunicativas.

En el caso de los jóvenes, el prosumidor es un amplio espectro que va desde las formas más cercanas al consumidor crítico pero tradicional, es decir, pasivo en la producción pero activo en la recepción, pasando por el *bricoleur*, que a modo de cazador selecciona y combina en secuencias no planificadas por la emisión, llegando en el otro extremo al productor casi autónomo, consumidor de lo que produce. Los adolescentes y jóvenes de la actualidad se mueven dentro de ese espectro con una facilidad que por el momento le es vedada a las generaciones adultas, con la facilidad de la adaptación a un medio que les reclama participación y compromiso con el fin de completar el vínculo comunicativo.

La red de redes, al estar orientada casi exclusivamente a la demanda, depende de las fortalezas o de las debilidades de los usuarios, por lo que su recepción no podría entenderse en los términos estrictos del consumo tradicional de medios, sino en el sentido del uso, de la selección y la articulación activa del material disponible, el aprovechamiento singular de los

contenidos inertes de la red de acuerdo con el interés de este “espectador” que los activa. Internet favorece ese lugar intermedio de un consumidor-productor, en la medida en que lo que por ella circula es información en soportes intangibles, donde la descarga y la subida de contenidos a la red es una actividad fuertemente equiparada entre los usuarios, más si son jóvenes, hecho que los acerca a la categoría de prosumidores mucho más que al resto de las generaciones, que utilizan o simplemente navegan por internet.

El internauta puede pasar de la mera navegación pasiva, casi un zapping de medios de formato tradicional, a la intervención activa: produciendo información, subiendo imágenes, participando en foros y salas de discusión, alimentando páginas de código abierto. Se despliega con la red de redes una posibilidad cierta de participación, con distinto tipo de activistas, desde los blandos y dispersos, hasta los duros y organizados, con todos los peldaños intermedios imaginables. En este contexto, el *prosumidor* tiene en promedio una existencia microscópica y evanescente, ya que su conducta es discontinua, aunque con consecuencias virtualmente infinitas en términos de colectivos, dada la multiplicación en la que se desarrolla. No debe sorprender que sea justamente entre los jóvenes donde aparecen las creaciones de contenidos anónimos y no profesionales que acrecientan la fuerza de expansión de internet. Gracias a ellos, prosumidores en diversa escala, la comunicación se ensancha, se dispersa y se personaliza, de acuerdo con los gustos y las diferencias que acercan y separan a los emisores/receptores de la galaxia digital.



# *Internet: de los orígenes a las redes sociales*

A pesar de su corta vida, internet es una tecnología comunicacional con una vida intensa. Podríamos decir incluso que la suya es una doble vida, pues tiene un desarrollo relativamente cerrado y “privado” al principio, el primer período que se extiende desde los años setenta a los noventa, y otro público que comienza en 1992, cuando se abre el acceso a los usuarios comunes, etapa que se extiende hasta el presente. En ambos períodos experimenta cambios notables. Algunos de los hitos más importantes se describen en este capítulo.

## **1. Los inicios de la “red de redes”**

Internet nace en Estados Unidos en el contexto del capitalismo de posguerra, después de décadas de investigación en comunicación a distancia entre computadoras de instituciones académicas, militares y científicas. El embrión de lo que hoy llamamos “la red de redes” se remonta a 1969, cuando se estableció entre tres universidades estadounidenses la primera conexión múltiple entre computadoras, conocida como Arpanet –Advanced Research Projects Agency Network–. Es por este entrecruzamiento de redes de comunicación e intercambio de información entre usuarios de computadoras remotas a través de distintos servidores, que internet es denominada la “red de redes”. A su vez, esta red se fue entrecruzando con otras redes alternativas de espíritu abierto, que le imprimieron su carácter horizontal y de acceso libre.

Durante la década de 1980, dos procesos cambian el escenario de las comunicaciones globales y son requisitos necesarios para la progresiva masificación de internet en la década siguiente: la serie de innovaciones tecnológicas en el campo de las TIC –como, por ejemplo, la reproductibilidad digital– y la liberalización del contexto regulatorio de los medios

de comunicación y los sectores de telecomunicaciones. A mediados de los noventa, estos procesos, cuyos epicentros son los países tecnológicamente más desarrollados (Estados Unidos, Japón, Corea del Sur y los países del Oeste de Europa), confluyen en la masificación de internet, a partir de su privatización y comercialización al público.

En este sentido, la progresiva digitalización que se dio durante las últimas décadas ha permitido integrar imágenes y sonidos, en casi cualquier formato y en diversas aplicaciones, lo que posibilitó integrar, de modo paulatino, la multimedia a internet. Este fenómeno socio-tecnológico de progresiva convergencia mediática en internet a través de la digitalización de las TIC, ha modificado la producción, el tratamiento y la distribución de todo tipo de informaciones alrededor del mundo.

A nivel internacional, junto con la difusión de internet y las TIC, se han generado importantes cambios en la percepción, la memoria y los modos de comunicarse de la mayoría de los jóvenes y de una significativa parte de los adultos. Si bien los grandes cambios histórico-sociales suelen ser procesos multicausales y complejos, podríamos decir que es a fines del 2004 cuando la internet 2.0 deja de ser una tecnología para designar un fenómeno social mundial, que distingue y amplifica una nueva forma de vincularse con un fuerte impulso colaborativo. Esto es, pocos meses antes de la aparición de Facebook (en adelante, FB), cuando estaban dadas todas las condiciones para que surgiera la red que modificó significativamente los modos en que nos relacionamos por internet. Por otro lado, la Web 2.0 también refiere a un modo distinto de experimentar la red, basado en la cooperación entre los internautas. A su vez, la internet 2.0 tiene su principal potencial en que facilita la conformación de una red de colaboración entre individuos, la cual se sustenta en una arquitectura de la participación. Es decir, la estructura reticular que soporta la Web se potencia en la medida en que más personas la utilizan. Esta arquitectura se construye alrededor de las personas y no de tecnologías; en este sentido, la Web 1.0 es una red que permite básicamente leer, mientras que la Web 2.0 es una extensión que permite leer, escribir y manejar contenidos audiovisuales, concediendo a los usuarios un papel activo.

En el desarrollo histórico de internet se encuentran imbricadas dos corrientes de pensamiento y acción, que en alguna medida representan dos extremos ideológicos de la segunda parte del siglo XX: los académicos-programadores informáticos progresistas, que se nutrieron y absorbieron un repertorio de ideas de la filosofía comunitaria, solidaria y experimental del movimiento hippie, estudiantil y de izquierdas de la década de 1970, y el complejo gubernamental de defensa nacional estadounidense, el mayor aparato burocrático-militar del mundo. Esta asociación de trabajo, inversión

e investigación entre dos grupos de personas disímiles desemboca en el desarrollo informático-comunicacional que ocurre en las últimas décadas –cuyo epicentro es la costa Oeste de Estados Unidos– y cuya consecuencia es la instalación a nivel global de internet como la herramienta tecnológica más importante de comunicación e información (Castells, 2001).

Este desarrollo científico-tecnológico, sin embargo, necesita de una inyección billonaria para masificarse popularmente en todo el planeta. Dicho impulso se da en gran medida a principios del siglo XXI, con el abaratamiento de los teléfonos celulares y de las computadoras, tanto de escritorio como portátiles, impulsadas por el desarrollo del mercado tecnológico asiático y estadounidense, junto a la masificación de los servicios de banda ancha de internet y la fetichización de la mercancía tecnológica. Este conjunto de factores fue, en gran medida, lo que trajo como consecuencia la expansión y cotidianización de las TIC en un cada vez mayor número de niños, jóvenes y adultos, en especial en sectores urbanos.

## 2. La Web y la Internet 1.0

Se puede denominar a internet el “hardware” de la gran red mundial de redes de computadoras, ya que es el entramado tecnológico que sostiene esta gran interconexión mundial: por ejemplo, servidores, nodos y dispositivos informáticos. Del mismo modo, podemos denominar a la Web como el “software” básico de internet.

La World Wide Web, inventada por Berners-Lee en 1989 y hecha pública en 1992, consistió en una hipertexto basada en la tecnología de internet para intercambiar información globalmente. La creación de “la red”, comúnmente conocida como la Web, “la red” o la “red de redes” y abreviada como www, permitió, a su vez, la masificación de internet. La Web remite a un espacio de información en forma de lenguaje de programación informática y multimedia –videos, imágenes, sonidos y textos–, que se aloja en servidores y se comparte vía direcciones web.

La primera década de la Web suele definirse como la internet 1.0: durante la década de los noventa, las posibilidades de interactuar allí eran limitadas, ya que implicaba poder acceder a la tecnología necesaria –lo que incluía elevados costos por equipos y conexiones– y además había que tener ciertos conocimientos de programación informática para poder participar en el ciberespacio. Así, durante su primera década de vida (1992-2001), el universo digital de internet estaba constituido por algunos miles de sitios. Todos eran, comparados con los actuales, de interfaz y diseño simple, donde predominaba el texto y el nivel de multimedia e interactividad eran bajos.

La red global conocida como internet es replicada por redes locales y tiene la característica de que utiliza un lenguaje común que garantiza la intercomunicación entre las diferentes redes. Este lenguaje común es denominado protocolo-lenguaje, lo usan las computadoras al compartir recursos y se conoce como TCP/IP (*Transmission Control Protocol/Internet Protocol*). De este modo, internet es la “red de redes” que utiliza TCP/IP como su protocolo de comunicación. Esta estructura abierta y posible de ser manipulada y ampliada por cualquier usuario, hace de internet el sistema tecnológico más descentralizado que se conozca.

Existen tres descripciones de la Web: primero, lo que podemos denominar una serie de recursos –HTTP, Telnet, Usenet, y otros, a los que es posible acceder por medio de un browser; segundo, la que consiste en una serie de ficheros hipertexto disponibles en servidores de la Web; y, por último, la descripción que se centra en la serie de especificaciones y protocolos– que permiten la transmisión de websites a través de internet. En este sentido, podemos considerar a la Web como una serie de ficheros de texto, multimedia y otros servicios, conectados entre sí por medio de un sistema de documentos hipertextuales. Para acceder a sitios web, es necesario tener incorporado en el sistema operativo de la computadora un navegador web. En este sentido, la Web no sería posible sin los avances constantes que experimentaron los tres sistemas operativos que utilizan la mayoría de PC en el mundo: Windows, utilizado por la mayoría; Mac OS, utilizado por usuarios Apple; y el gratuito GNU/Linux, creado y desarrollado por la comunidad mundial de software libre.

Google revolucionó la Web, al cambiar para siempre el modo en que interactuamos con la información. De este modo, llegó a ocupar un lugar hegemónico en la Web, cuando nuestra conexión a internet era mayormente individual. Las actividades posibles se limitaban a comprar ciertos productos y a buscar e intercambiar información, principalmente textos, audios e imágenes de modo *peer-to-peer* (par-a-par). A partir de la entrada en el siglo XXI, internet se ha convertido progresivamente en un inmenso espacio digital, donde vivimos con nuestros amigos, familiares, colegas y multitudes de desconocidos levemente familiares. Es en este contexto que en los últimos años FB se ha vuelto el centro de operaciones socioculturales para la mayoría de los internautas.

### 3. La segunda década de la Web

En la década siguiente (2002-2011) surge el paradigma denominado internet 2.0, que hace mención a los cambios producidos en internet y específicamente en la Web. En esta segunda década, internet, gracias

al desarrollo del software de la Web, de herramientas multimedia como las desarrolladas por Adobe y de aplicaciones basadas en Java y .NET, se consolida como un conjunto de millones de sitios interactivos.

Si en la actualidad se dispone de una computadora con internet, la mayoría de herramientas y aplicaciones son gratuitas. A causa de la digitalización, los avances constantes en tecnología comunicacional y la difusión acelerada de las TIC, es posible el intercambio y prosumo de contenidos multimedia a través de reproductores como Winamp o Acrobat y programas de intercambio como BitTorrent; casillas de correo como Gmail; software multimedia de videollamadas con chat integrado como Skype; editores de imágenes como Photoshop o Instagram; servicios de mensajería instantánea para smartphones como Whatsapp; y sitios de redes sociales como FB o Twitter.

Internet puede ser denominado como un “ágora público”, ya que se ha convertido –como la plaza central de las antiguas polis griegas– en una arena social y político-mediática donde se pueden discutir las más diversas cuestiones. En esta nueva configuración de la red de redes, los usuarios no especializados tienen mayores posibilidades de participar e interactuar entre sí y de generar medios alternativos a los dominantes. A diferencia de la pionera internet 1.0, las características fundamentales del paradigma 2.0 son su carácter colaborativo, horizontal, interactivo y en red. Es por esto que se evidencia una proliferación de medios y herramientas digitales que tienen su impacto en los imaginarios urbanos. Por ejemplo, se ha debilitado la autoría de la propiedad intelectual en tecnología o contenidos culturales, dado que una vez que las creaciones se suben a la red, se vuelve muy complejo controlarlas. Al mismo tiempo, las personas tienen más libertad para expresarse gracias al anonimato que permite la red, característica íntimamente relacionada con la dificultad para rastrear las fuentes transmitidas utilizando los protocolos de internet.

A su vez, año a año crece la población usuaria de internet, y al mismo tiempo aumenta el tiempo que pasamos online. La mayoría de los adolescentes y jóvenes de la Argentina ya son *internautas* (Knack, 2013). Según este relevamiento, de los adolescentes argentinos que tienen entre 11 y 17 años, el 80% tiene conexión domiciliaria a internet y el 70% posee una computadora en su hogar. A su vez, el 72% está en algún sitio de red social –en especial, FB– y el 70%, casi el mismo porcentaje, utiliza la computadora principalmente para comunicarse. Todos estos datos aumentan algunos datos porcentuales en la población de adolescentes del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA), que muestra un mayor consumo de tecnologías de información y comunicación (TIC) que en el resto del país.

Estos datos tienen su correlato a nivel internacional. De los aproximadamente 7.000 millones de personas que componen la población mundial, alrededor de 2.267 –32,7%, poco menos de un tercio– son usuarios de internet. Si tenemos en cuenta que en 2001 la población de internet era de 361 millones, el crecimiento en la última década fue del 528%. Desglosado por continentes, la penetración de internet en la población mundial es en África del 13%; en Asia del 26%; en América Latina del 40%; en Europa del 60%; y en Norteamérica del 80%. Sin contar a África y Asia –los continentes con menor penetración de internet–, en el resto del mundo hay aproximadamente dos usuarios cada tres personas (Internet World Stats, 2013). Este crecimiento constante se encuentra asociado a lo ubicuas y envolventes que resultan estas tecnologías comunicativas, y también a que es un negocio formidable para los prestadores y una poderosa herramienta para los usuarios.

#### **4. Complejización de navegadores, plataformas y buscadores**

A fines de los noventa, Microsoft le quitó la mayoría de usuarios al pionero navegador Netscape Navigator, dado que empezó a incluir su propio navegador, el internet Explorer (en adelante, IE), en Windows. Este comenzó a ser el más popular del mundo en 1999 y alcanzó su record del 95% de usuarios en 2002-2003. Netscape comprendió que no podía pelear sola contra el Explorer y liberó el código fuente del navegador, con el objeto de obtener, de modo colectivo, un mejor producto que además fuese gratuito y libre. Así nació el proyecto Mozilla, que generó distintas versiones del Netscape y creó, a partir del mismo código, el navegador Firefox.

En la actualidad, los browsers más utilizados son los siguientes: IE, utilizado por el 30% al 54% de los internautas mundiales (Internet World Stats, 2013); Google Chrome, surgido en el 2008 y que rápidamente alcanzó una sustantiva cuota de mercado; Mozilla Firefox, nacido en 2004 a partir del Proyecto Mozilla; Safari, incluido en el software de las computadoras Apple; el mencionado Netscape, cuya característica distintiva es que puede utilizar aplicaciones tanto del IE como de Firefox; y el Opera, surgido en el 2000 y el primero en incorporar varias funciones que más tarde popularizaron el resto, como el zoom, la búsqueda integrada y el uso de pestañas.

Según la última medición de Wikimedia.org (2012), el nivel de uso de exploradores web a nivel mundial es (de menor a mayor): Opera (4,4%), otros (4,5%), Android (4,6%), Safari (15,5%), Firefox (19%), IE (23%) y Chrome (29%). Otras mediciones siguen dándole al IE de Windows el pri-

mer puesto, pero en todo caso es evidente en todas las mediciones que entre Firefox, IE y Chrome se reparten gran parte del mercado de browsers.

Asimismo, la Web es indexada principalmente por el buscador Google, preferido por la mayoría de los internautas; Yahoo y Bing, sus principales competidores, no han logrado tener cuotas significativas de mercado. Ninguna medición contradice la posición hegemónica que Google ha alcanzado a nivel mercado y uso de buscadores, lo que la vuelve uno de los actores de mayor peso en la Web junto con FB, que se ha vuelto su principal competidor. Además de contar con más de mil millones de usuarios activos y ser “dueña” de todos los datos que suben a la red social, cada vez cuenta con más “usuarios exclusivos”.

Los otros grandes indexadores de contenido Web son Youtube, que mantiene online la mayor colección de videos de la historia; Wikipedia, como se dijo, la enciclopedia con la mayor colección de artículos existentes; Twitter, que ordena el mayor flujo global de microblogging; y FB, la red social con mayor cantidad de usuarios y datos personales.

Durante todo este proceso de evolución y masificación de las TIC, estas tecnologías facilitaron la ampliación de las relaciones públicas a nivel par a par o en sitios de redes sociales. Esto se desarrolló a través de la creación y mantenimiento de cientos de miles de nuevos canales y sitios, que antes no estaban disponibles para las personas comunes. Con este fenómeno de ampliación exponencial de las redes de contactos surgieron nuevos problemas en la arena social-mediática, como el de la acreditación y credibilidad de los nuevos canales y actores, y el de la legitimidad de la información.

A nivel de política comunicativa, internet posee un diseño que promueve la horizontalidad entre personas y comunidades, al tiempo que permite el empoderamiento y visibilización de grupos minoritarios. Si bien la red tiene una potencialidad enorme y ha modificado los estilos de intervención política, la mayoría de internautas no participa en foros ciudadanos ni se involucra en cuestiones socio-políticas, sino que la utiliza para profundizar sus intereses personales, que suelen ser generar, mantener y profundizar relaciones en sitios de redes sociales; ver imágenes con altos grados de exposición de corporalidad y escuchar música. Sin embargo, estas actividades son más colaborativas y sociales que la mayoría de las que pueden realizarse con los antiguos medios de comunicación, como por ejemplo mirar televisión.

## 5. Redes sociales digitales

Al permitir la comunicación entre pares a nivel planetario, internet ha permitido que las redes de contactos se tornen públicas o semipúblicas.

Estas plataformas comunicativas pueden ser denominadas como la “Web social” y ubicarlas como un tercer lugar entre la tradicional internet y el mundo copresencial. Estas redes –comúnmente denominados “sitios de redes sociales”– son sistemas interconectados de usuarios que, a través de computadoras, tablets o smartphones, les permiten compartir información y servicios, mientras construyen perfiles públicos o semi-públicos con los que interactúan con sus grupos de contactos. Éstos son los recursos fundamentales para interactuar en redes sociales: chat; crear, editar e intercambiar imágenes y videos –video/photo-sharing–; twitear, comentar, dar “toques” y recomendar contenidos.

Los pioneros sitios de redes sociales comprendieron que debían adaptar la tecnología a las prácticas de los jóvenes, el segmento socio-etario más entusiasta para pasar una gran parte de su sociabilidad al entorno digital. De este modo, empezaron a desarrollar aplicaciones online que les permitían hacer lo que siempre han buscado a nivel social: crear o unirse a grupos que se parezcan a ellos. Esta nueva posibilidad, la de crear y formar grupos que piensen, sientan, experimenten y consuman de maneras similares entre sí, abrió la Web a millones de personas, que estaban más interesadas en sociabilizar con conocidos que en buscar información o conocer gente nueva a través de los primeros canales de chat que proveía, principalmente, el popular programa mIRC.

A partir de esta premisa y de la convergencia tecno-social que permitió el desarrollo de las TIC, los “sitios de redes sociales exitosos” empezaron a tener un crecimiento exponencial de sus usuarios activos como de su lugar dentro de internet, al tiempo que se popularizaban y “viralizaban” entre millones de jóvenes. Estas plataformas de sociabilidad múltiple son cada vez más fundamentales en “la nube”, a la que podemos definir como el conjunto de plataformas de comunicación, almacenamiento e intercambio de información que se mantienen online. Este conjunto de websites surgido en la internet 2.0, permite que un usuario de un sitio de redes sociales o de algún otro sitio de la nube digital –por ejemplo, Dropbox, Gmail, Tumblr o Flickr– pueda acceder al material que tiene online desde diversos dispositivos y lugares.

Ante la explosión de información que se dio con la distribución gratuita de contenidos digitalizados en la primera década de la Web (1992-2001) y ante la creciente masificación de los avances tecnológicos vinculados a internet, empezó a tornarse central el problema de cómo organizar toda la información que cada internauta tenía dispersa entre sus dispositivos de almacenamiento offline –cámaras de fotos, discos duros externos, ipods– y online –casillas de mail y redes sociales–. En este sentido, los sitios de redes sociales –la parte de mayor sociabilidad dentro de la nube digital–

fueron una respuesta tecnológica a la necesidad cultural de organizar la información para que esté fácilmente accesible en cualquier momento y lugar. En este sentido, no es casual que las plataformas de intercambio de información y comunicación –principalmente FB, Google, Youtube y Twitter– sean los lugares de internet más frecuentados en todo el mundo.

Los sitios de redes sociales tienen como principal característica permitir la puesta en red y sociabilidad de cada usuario con sus grupos de pertenencia identitaria, que suelen ser su familia y sus grupos de pares (amigos, compañeros de estudio y trabajo). La mayoría de los sitios de redes sociales sirven básicamente para sostener y solidificar relaciones offline preexistentes, en oposición a conocer gente nueva. Estas relaciones pueden ser débiles, pero suele haber algún elemento offline en común entre las personas que se hacen amigos a través de sitios de redes sociales. De este modo, estas plataformas organizaron y dieron respuesta a la necesidad de las “multitudes” de organizarse en comunidades virtuales. Las multitudes son un ámbito intermedio entre los individuos y los colectivos; una multiplicidad de singularidades que articula y organiza experiencias, ideas y emociones de modo múltiple y sin una unidad homogénea (Urresti, 2008).

Lo específico de dichos sitios no es la posibilidad de generar nuevos contactos, sino permitirle a los usuarios organizar y visibilizar sus preexistentes redes sociales. Y el único modo de pertenecer a la visibilidad online de las redes sociales de una significativa parte de las personas más significativas de cada usuario –es decir, que conforman sus redes sociales offline–, es ser usuario del mismo sitio de redes sociales. Este mapa de capital social o redes sociales offline es una de las inscripciones centrales que cada usuario articula sobre su identidad virtual. En el caso de los sitios de redes sociales, los perfiles identitarios se construyen a partir de las preguntas sobre datos básicos –nombre, edad, género, ciudad, país, ocupación, estado civil, pertenencia institucional, estudios, intereses y hobbies, que cada usuario completa al inscribirse. Es por esto que una significativa parte de los adolescentes construyen perfiles falsos, políticamente correctos o “perfiles-espejo” para interactuar online con sus familiares, docentes o autoridades, a la vez que mantienen perfiles más genuinos para relacionarse con su grupo de pares y potenciales parejas o amantes que surjan de la ampliación del círculo de contactos. En este sentido, el sitio de redes sociales que más ancla el perfil del usuario a la persona es FB, ya que recomienda de manera enfática poner como imagen de perfil una foto personal. En cambio, Twitter suele ser más permisivo respecto a la construcción y el desarrollo de perfiles. Así, las características de los sitios de redes sociales han permitido y alentado el desarrollo de una nueva forma

de presentación de sí mismos para los internautas, que se centra más en sus relaciones sociales significativas que en la persona como individuo.

Si bien la creación de perfiles de usuarios, la generación de listas de contactos, la adhesión a una institución y la búsqueda de conocidos eran posibles por separado, el primer sitio en articular estos elementos y denominarse “red social” fue la estadounidense SixDegrees.com (1997). Poco después surgieron otras como la coreana Cyworld (1999), la también estadounidense LiveJournal (1999), la sueca LunarStorm (2000) y la primera red social laboral, Ryze.com (2001) surgida en San Francisco. Friendster (2002) surgió para competir con el sitio de citas Match.com, que proveía un servicio pago para conocer personas a partir de intereses en común. Mientras los sitios de citas se concentraban en que los usuarios llegasen a conocerse entre desconocidos, Friendster fue la primera en basarse en el principio de que entre amigos-de-amigos se formarían mejores parejas que entre desconocidos. Éste fue uno de los principios básicos retomados por FB y puesto en el centro de su diseño (López & Ciuffoli, 2012). Poco después del surgimiento de Friendster, fue lanzado Orkut en Estados Unidos, con una interfaz sólo en inglés, pero rápidamente reapropiada por millones de brasileños que se convirtieron en el grupo de usuarios dominante y en el principal sitio de redes sociales de Brasil. En el año 2000, SixDegrees.com cerró al no lograr ser redituable. MySpace surgió en Los Ángeles en 2003 y un año después decenas de miles de adolescentes formaban parte de ella.

En esos años surgieron otras redes que se basaban más en el intercambio de contenidos que en visibilizar listas de contactos: videos (Youtube), perfiles laborales (Linkedin), música (LastFM), fotos (Flickr) o breves mensajes de texto (Twitter). Durante los últimos años del siglo XX y los primeros del XXI, los servicios de mensajería instantánea ICQ y Windows Messenger fueron las herramientas tecno-comunicativas por excelencia de la mayoría de adolescentes en el mundo.

Sin embargo, en los últimos años las culturas juveniles han abandonado plataformas como el MSN y en gran medida el mensaje de texto (SMS) por FB y Whatsapp y, en sectores medios urbanos, también por Twitter. Es en estos sitios en los que la mayoría de los adolescentes y jóvenes despliegan una significativa parte de su entretenimiento y comunicación. Esto incluso es válido para los adolescentes y jóvenes de sectores populares, que generan comunidad y ampliación de sus redes de contacto gracias a la utilización de las múltiples herramientas que proveen FB y Whatsapp.

## 6. Facebook: estudio de caso

FB es un sitio de red social cuyo nombre proviene del libro dado a los estudiantes al principio del año académico en algunas universidades de Estados Unidos, para ayudarlos a que se conozcan entre sí. Fue fundada en febrero del 2004 por Mark Zuckerberg, estudiante de la Universidad de Harvard, junto con sus compañeros de habitación universitaria. Inicialmente limitada a los estudiantes de esa universidad, rápidamente se expandió a otras universidades de élite norteamericanas. Unos meses después estuvo disponible para alumnos de colegios secundarios estadounidenses y al año siguiente ya se había abierto al público en general, siendo posible registrarse y participar del sitio si se cumple el único requisito de afirmar tener más de 13 años de edad y disponer de una dirección de mail o un número de teléfono celular. Con el fin de describir la plataforma, se presentan sus principales ítems. Este intento exploratorio de “mapear” el sitio resulta útil para avanzar en la comprensión de su masividad, en particular entre la población juvenil.

La cuenta de Facebook es lo único que alguien necesita para participar del sitio. Para crear una cuenta, debe ingresar un nombre —único dato obligatorio de la cuenta— y una dirección de mail propia o un número de teléfono móvil vigente para confirmar su identidad. De manera opcional, puede agregar foto de portada y perfil, teléfono, ciudad de residencia, barrio, ocupaciones actuales y anteriores, estado civil, intereses y actividades frecuentes. A través del buscador interno, el usuario puede rastrear a conocidos y enviarles solicitudes de amistad.

Hasta el año 2012, el perfil y el muro eran las dos secciones básicas de FB; el perfil contenía los datos personales y el muro era el espacio de interacción cotidiana. Si bien estas funciones fueron reemplazadas por la “biografía”, todavía muchos usuarios —y hasta la misma plataforma— siguen llamándolas “perfil” y “muro”, en parte porque dan cuenta con mayor precisión de sus particularidades: en el primer caso, la de ser el espacio en el que se diseña un “perfil” de usuario y, en el segundo, la sección en la que se realizan inscripciones para que sean vistas por quienes visitan el “muro”.

En los últimos años, el sitio puso más énfasis en que cada usuario tenga conciencia de la información que presenta, facilitando la edición y las opciones de accesibilidad de los contenidos personales. A mediados de 2014, FB lanzó una aplicación para chequear la configuración de privacidad de los contenidos publicados —imagen siguiente—. Con esta innovación, el sitio busca neutralizar las críticas que tiene en torno a esta problemática.

IMAGEN 1. CAPTURA DE PANTALLA DE FACEBOOK



En el 2012 se creó la función “biografía”, que integró el muro y el perfil en una sola página. La biografía es la sección en la que el usuario comparte y edita su información personal y su actividad reciente. Esta función almacena y jerarquiza la actividad de cada usuario, resaltando los hitos vitales, como cumpleaños, casamientos y otros hechos cruciales.

IMAGEN 2. CAPTURA DE PANTALLA DE BIOGRAFÍA DE FACEBOOK



El chat consiste en el intercambio de mensajes privados sincrónicos entre usuarios. Este servicio de mensajería instantánea es utilizado tanto entre amigos copresenciales como entre contactos desconocidos. Implica un grado mayor de intimidad que la interacción a través del muro o las publicaciones. Junto a cada contacto que se encuentra online, el sitio aclara si está conectado desde la Web o desde su teléfono móvil. Al igual que con los mensajes privados, FB guarda un registro de los chats, lo que permite un mayor monitoreo por parte de cualquiera que pueda “loguearse” en una cuenta ajena.

IMAGEN 3. CAPTURA DE PANTALLA DE CHAT DE FACEBOOK

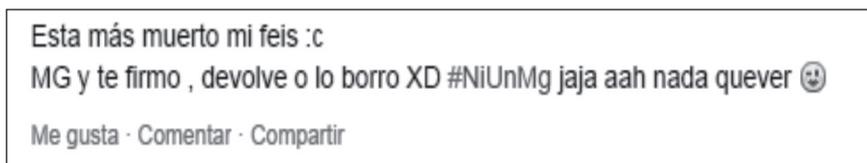


Ante cada publicación propia o ajena, es posible dejar un comentario o poner “me gusta” –en adelante se denomina MG, que es el modo en que miles de jóvenes aluden a esta función–. La función de los comentarios sirve para medir el feedback –el nivel de satisfacción– que obtiene una publicación. Al igual que con los MG, una publicación se considera “exitosa” si obtiene decenas de comentarios. FB “premia” este alto nivel de

feedback dándole un lugar preponderante en las columnas de noticias de sus contactos, lo que colabora para seguir aumentando su nivel de MG y comentarios.

La casilla de mensajes es la función más parecida al mail. Este servicio permite intercambiar mensajes privados diacrónicos entre usuarios. FB guarda un registro de los mensajes del inbox, lo que posibilita un monitoreo de cualquiera que pueda ingresar a la cuenta de otro usuario. La función “me gusta” –en adelante, se denomina MG, que es el modo en que miles de jóvenes de Argentina aluden a esta función– figura en la parte inferior de cada publicación. Este ícono tiene forma de una mano con el pulgar hacia arriba. Cumple una doble función: por un lado, sirve para dar muestras de satisfacción ante publicaciones propias y ajenas; por otro, para medir el feedback y el nivel de satisfacción que obtiene una publicación. Es el ícono más famoso de FB, con el que se lo reconoce internacionalmente, tanto dentro como fuera de internet.

#### IMÁGENES 4 Y 5. CAPTURA DE PANTALLA DE PUBLICACIÓN DE FACEBOOK



Lo que en un principio fue una red social de élites pronto se extendió a diversos sectores, que fueron apropiándose de la plataforma y generando nuevos usos y prácticas que no estaban predeterminados. En 2007, la red se convierte en la más popular para subir fotografías, con más de 83 millones de fotos diarias. Al año siguiente el sitio llega a las 7000 aplicaciones –con 100 aplicaciones agregadas por día– y en 2010 supera el medio millón de aplicaciones disponibles.

Uno de sus grandes méritos ha sido adoptar, en el momento necesario, los aportes más significativos realizados por otros sitios de redes sociales. Por ejemplo, la creación de perfiles personales articulados con la visibiliza-

ción de listas de contactos de redes como Friendster, el photo sharing de redes como Flickr, el video sharing de Youtube y el breve comentario de Twitter. Además, llamó “amigos” a los contactos; integró chat, juegos, imágenes y otras aplicaciones. Asimismo, creó ese espacio interactivo llamado “el muro”, interfaz que conecta de modo dinámico las actualizaciones de amigos por orden de importancia personal, orden generado automáticamente a partir de algoritmos similares a los que utiliza Google para indexar páginas web. No obstante, al igual que la fórmula de Coca-Cola, los algoritmos que utiliza FB continúan siendo secretos. Por ejemplo, ¿a través de qué mecanismos decide cuál es el contenido publicado por amigos que se muestra al ingresar?

Las críticas más importantes que se le realizan desde distintos lugares es que en el contrato que aceptan los usuarios, FB se adjudica la propiedad de todo el contenido subido por usuarios; a su vez, suele ser criticado por su ambigüedad en las reglas de privacidad, por ser invasivo con la publicidad y por vender a empresas datos personales de sus usuarios. Uno de los mayores riesgos de FB es que es la única plataforma —excluyendo a las de servicios de mail— que exige loguearse (entrar como usuario, ingresando los datos de mail y contraseña) para poder usarla. Mientras en Twitter uno puede acceder a los timelines de usuarios escribiendo su dirección en un buscador Web, en FB es necesario ser usuario de la red y loguearse. Esto genera un logueo automático del usuario que utiliza con frecuencia la misma máquina. A su vez, al salir de FB, por comodidad se tiende a no desloguearse, lo que permite un seguimiento o feed constante de la actividad online de cada usuario. Este es uno de los riesgos que mencionan diversos críticos de la plataforma: el de que FB controla cada vez un mayor volumen de información y privacidad de más de mil millones de internautas mundiales, y que esa información es pasible de ser vendida a empresas con fines desconocidos. Este riesgo también se menciona para el resto de las principales plataformas de internet, según nuestras búsquedas en Google, según los videos que miramos en Youtube, según las etiquetas que usamos en Twitter, según los asuntos que recibimos o enviamos en los mails y según nuestros MG y posteos en FB, los anunciantes pueden personalizar sus anuncios.

Si fuese un país, FB sería el tercero más populoso luego de China e India. A su vez, es el sitio web donde los adolescentes pasan más tiempo tanto en Estados Unidos, Europa y Argentina (Morduchowicz, 2012). La red social tiene más de un 30% de penetración en América Latina y la Argentina es el país donde es más popular (Internet World Stats, 2013). A nivel de intensidad de uso, mientras el promedio mensual a nivel mundial es de 5 horas, a nivel continental América Latina tiene el promedio más alto —7,5

horas— y Argentina lidera el ranking mundial con 10 horas mensuales por usuario (Comscore, 2013). Por otro lado, el horario de mayor conexión a FB entre los adolescentes es a la noche, dado que a la mañana y a la tarde suelen encontrarse en el colegio o en actividades extraescolares.

¿Por qué FB constituye para millones de personas la puerta de entrada a internet y su principal consumo tecno-comunicativo? Porque si el IE y Google fueron la puerta de entrada a internet durante la primera década de la Web, FB resulta la puerta de entrada de la segunda década y media. Este fenómeno puede explicarse, en parte, porque una de las claves de la plataforma es su destreza para bajar constantemente las barreras cognitivas, democratizando internet como espacio de subjetivación, al permitir que quienes antes no participaban en la Web comiencen a hacerlo. Dada la facilidad de uso del sitio, que se traduce en sus altos niveles de usabilidad, genera adhesión en una gran parte de los nuevos usuarios a internet.

De este modo, en los últimos años FB se ha convertido en el único sitio donde conviven millones de personas con edades, disponibilidades temporales, recursos socio-económicos, alfabetizaciones y situaciones cognitivas diferentes. En este sentido, cumple una función democratizadora, permitiéndole a millones de usuarios el ingreso, la “ciudadanía virtual” y el sentimiento de pertenencia. Sin embargo, como en todo espacio común, se generan estrategias que buscan la integración con los otros a partir de similitudes, y a su vez otras que aspiran a distinguirse a partir de la diferencia. Ambas —inclusión y distinción— tienen los mismos objetivos: valoración, respeto, amistad, seducción, deseo, popularidad y amor.

¿Qué formas de comunicar promueve FB? La arquitectura de participación posibilita ciertas prácticas de los usuarios y no otras; es así que la red social integra herramientas, usuarios y prácticas que la precedieron, lo que genera una síntesis que deviene en nuevas interfaces y entornos de interacción. Podemos subdividir a FB según sus géneros comunicativos más relevantes: 1) Comunicación interpersonal; 2) Juegos; 3) Difusión noticias; 4) Buscador de contactos o conocidos (amigos, contactos copresenciales, familiares, famosos, parejas y ex parejas); 5) Perfil; 6) Fotos; 7) Motor de búsqueda de contenidos asociado a contactos. La red social puede ser pensada como un conjunto normativo de distintas instituciones culturales, que conforman sistemas de orientaciones, expectativas y convenciones sobre los límites y códigos de gran parte de la sociabilidad contemporánea. De este modo, al circular a través de su interfaz gráfica en distintas pantallas y dispositivos operados por subjetividades en formación, los adolescentes, funciona a su vez como una matriz de percepción social, un modo de organizar la experiencia cotidiana y de “estabilizar” los imaginarios juveniles.

Al mismo tiempo, a través de la multiplicidad de herramientas gratuitas que ofrece en línea, FB brinda soluciones fáciles de usar y de interfaz amigable a cualquier adolescente que posea acceso a un dispositivo con internet. Incluso estas herramientas son ofrecidas a los potenciales anunciantes adultos, a los que les promete –a diferencia de medios como la televisión que le muestran los avisos a todos (modo broadcasting)– una publicidad personalizada, gracias a los datos de los usuarios que posee, mostrándoles el anuncio sólo a los que vivan en la zona y hayan manifestado intereses o ejecutado acciones (por ejemplo, clicar MG) en contenidos afines al producto ofrecido.

Así, FB se vuelve una extensión de nuestro cuerpo y mente, dado que una significativa parte de la identidad y corporalidad adolescente se deposita allí. Este efecto de inmersión y actuación se realiza con la combinación de la interacción textual, estética-visual y de elementos indiciales, como las fotos, los emoticones, las funciones de etiquetado y “me gusta”, que configuran este espacio que es, al mismo tiempo, virtual y presencial, público y privado.

De manera similar a como los adolescentes creen que toda computadora implica conexión a internet (si no, es defectuosa) o los niños creen que toda pantalla es táctil (si no, está rota), una significativa parte de los adolescentes tiende a creer que internet se condensa básicamente en FB y Youtube. De este modo, asocian Google a búsquedas escolares y laborales, mientras que utilizan FB y Youtube como buscadores personalizados y sistemas operativos de la Web.

El posicionamiento de FB, como buscador semantizado y personalizado de la Web, se da básicamente porque lo que les interesa a los adolescentes suele estar allí: sus antiguas, presentes y futuras relaciones sociales significativas y periféricas, y la información ligada a ellos; sus amigos y amigas; sus potenciales parejas, amantes y nuevas amistades; su familia, sus conocidos, sus compañeros de estudio y trabajo; sus vecinos; las personas que conocen o de las que se acuerdan; las que ven a través de otros medios de comunicación. Así, la plataforma social ha revolucionado internet durante el último lustro al “personalizarla”, volviéndola básicamente un lugar de continuo entretenimiento gratuito en red y de búsqueda, encuentro y sociabilidad con contactos que tienen distintos grados de amistad, familiaridad, historia e interés entre sí. Todas estas herramientas que provee FB de modo accesible, contribuyen significativamente para que se haya vuelto el sitio de internet más usado por la mayoría de los jóvenes y adolescentes.

¿Qué sistema de recursos les provee FB a los más de mil millones de usuarios que la utilizan en su cotidianidad? ¿Qué necesidades satisface?

Si de la necesidad surge la demanda, lo primordial es satisfacer esa necesidad. Y es ahí cuando aparecen los usos. En este sentido, no es casual que la mayor parte de los usuarios, y a su vez los más activos, sean adolescentes, que son quienes más necesidades logran cubrir a través de las herramientas gratuitas y amigables provistas por la red social.

Uno de los puntos fuertes de FB es su altísimo nivel de usabilidad. A diferencia de Google, que propone un buscador de cualquier tema y a millones de usuarios suele resultarles dificultoso encontrar información útil de modo ágil, FB es claro en sus propuestas y también en sus promesas: encontrar a las personas de las que uno quiere hacerse amigo, que suelen ser las personas significativas o atractivas para el usuario; enviar solicitudes de amistad y, a partir de ahí, empezar a usar el resto de las herramientas de sociabilidad y construcción identitaria que propone el sitio.

## CAPITULO III

### *Las redes sociales como ámbito de intercambios múltiples*

Todo aquel que accede con frecuencia a internet puede, de manera fácil y gratuita, tener una cuenta en FB. El crecimiento de esta red social en la Argentina ha sido vertiginoso: en 2009 contaba con sólo 40 mil usuarios, en 2010 logró 12 millones y actualmente cuenta con 23 millones. En la Argentina la red social más popular está tan presente en la vida cotidiana que, según la percepción de algunos jóvenes, Facebook e internet son términos intercambiables. Allí, los usuarios disponen de un espacio de publicación propio como la “biografía”, para compartir sus intereses, gustos o estados de ánimo con los “amigos”, mediante la puesta en común de textos, imágenes y otros recursos digitales. Además, pueden comunicarse y conversar con sus amigos a través de la mensajería instantánea o diferida. De esta manera, la red social más conocida y popular se nos presenta como un servicio amigable, abierto e igualitario.

No obstante, en el marco complejo de la sociedad contemporánea, cada sujeto, cada grupo social, se apropia de la tecnología que tiene a su alcance de acuerdo a sus condicionamientos y necesidades. En efecto, las formas de uso de FB son diferentes para un adulto empresario, una joven profesional o un adolescente de sectores populares. Cada uno de ellos se encuentra inserto en una singular red de relaciones enmarcadas en diferentes espacios de sociabilidad y pertenencia. De acuerdo a sus códigos generacionales y a sus posiciones disímiles en la estructura social, entienden de modo diferente, por ejemplo, qué mensajes deben ser compartidos de forma pública y cuáles deben preservarse en el ámbito privado. A su vez, cada uno de ellos cuenta con diferentes trayectorias de vida y proyecta distintos horizontes de expectativas, desde los cuales

organiza sus prácticas cotidianas, busca relacionarse con sus pares, entabla vínculos de pareja y se inscribe en determinadas instituciones.

## 1. Formas de sociabilidad en las redes sociales: recursos, entretenimiento y colaboración

Los adolescentes contemporáneos utilizan internet y las redes sociales para satisfacer diversos aspectos de sus vidas cotidianas. Los espacios de encuentro y sociabilidad como los clubs, la escuela, los bailes, los bares, la “esquina”, se articulan y conviven de manera compleja con las dinámicas y los nuevos espacios provistos por las TIC. Como se observa en el cuadro, las principales valoraciones de los adolescentes respecto de internet son las siguientes:

1. *Comunicarse*: las aplicaciones del chat, los muros, los mensajes privados, la publicación y comentarios de fotos, la función “me gusta”, los grupos de interés y los comments.
2. *Ser valorados por los amigos y el círculo de contactos*: las funciones MG y “dar un toque”, los comments, las firmas en el muro, la cantidad de amigos, las palabras de apoyo y los emoticones.
3. *Mantenerse informados sobre sus temas de interés*: diversas apps como el monitoreo de la actividad de perfiles ajenos, los feeds de noticias y usuarios, la búsqueda de contactos y los links a contenidos de la Web.
4. *Entretenerse*: las múltiples aplicaciones, los juegos y la multimedia.

| ¿Qué es lo que más valoras de internet? | Sexo  |       |       | Edad Agrupada |            |            |
|---|-------|-------|-------|---------------|------------|------------|
|   | Total | Varón | Mujer | 11-12 años    | 13-14 años | 15-17 años |
| Que me comunico con mis amigos          | 70%   | 66%   | 75%   | 64%           | 74%        | 73%        |
| Que me informa                          | 47%   | 48%   | 47%   | 49%           | 47%        | 46%        |
| Que me entretiene y divierte            | 37%   | 37%   | 36%   | 42%           | 36%        | 32%        |
| Que me ayuda a pasar el tiempo          | 24%   | 28%   | 20%   | 27%           | 21%        | 24%        |

| ¿Qué es lo que más valoras de internet?                     | Sexo  |       |       | Edad Agrupada |            |            |
|---|-------|-------|-------|---------------|------------|------------|
|   | Total | Varón | Mujer | 11-12 años    | 13-14 años | 15-17 años |
| Que me acompaña   | 20%   | 21%   | 20%   | 20%           | 24%        | 17%        |
| Que me enseña cosas   | 17%   | 19%   | 15%   | 17%           | 21%        | 14%        |
| Que trata los temas en profundidad                          | 12%   | 9%    | 17%   | 11%           | 9%         | 16%        |
| Que puedo hablar con mis amigos de algunos temas            | 12%   | 10%   | 14%   | 9%            | 13%        | 13%        |
| Que puedo investigar mucho más                              | 11%   | 11%   | 10%   | 9%            | 8%         | 14%        |
| Que puedo escuchar música                                   | 8%    | 10%   | 7%    | 9%            | 6%         | 10%        |
| Que me hace mas popular con los chicos/as                   | 8%    | 6%    | 9%    | 7%            | 10%        | 6%         |
| Que me permite entender lo que pasa en la ciudad/país/mundo | 6%    | 8%    | 5%    | 5%            | 6%         | 7%         |
| Que puedo conocer gente nueva y me hago nuevos amigos       | 6%    | 6%    | 5%    | 4%            | 6%         | 7%         |
| Que puedo bajar música                                      | 3%    | 4%    | 3%    | 2%            | 6%         | 3%         |
| Que puedo creer todo lo que dice                            | 3%    | 5%    | 2%    | 5%            | 2%         | 3%         |
| Que puedo ver videos y películas                            | 3%    | 3%    | 2%    | 3%            | 2%         | 2%         |
| Que puedo hablar de mi                                      | 2%    | 1%    | 2%    | 2%            | 3%         | 1%         |
| Que puedo decir cosas de mi que no puedo personalmente      | 1%    | 1%    | 2%    | 1%            | 2%         | 1%         |

Fuente: Knack consultores, 2013

En particular, en FB los adolescentes encuentran un alto nivel de satisfacción tecno-comunicativa: según expresan, se sienten “como en casa”. Las causas de este fenómeno son diversas. Por un lado, la gratuidad y fácil accesibilidad que provee este tipo de plataformas. Por otro lado, los sencillos pero sofisticados procesos cognitivos que implican sus funciones centrales, que amplían el rango de usuarios posibles hasta casi un segmento universal de personas. A su vez, influye el “hecho social” de que la mayoría del grupo de pares frecuenta este ubicuo “lugar/no-lugar”

y obliga, desde sus acciones y temas de conversación, a cada usuario en particular a formar parte de la red social para no sentirse “afuera”. De este modo contradictorio, los adolescentes, que asocian autonomía a conectividad, logran una significativa parte de la libertad que ansían tener respecto de los adultos.

Ahora bien, los modos diversos de apropiación de las redes sociales por parte de los jóvenes, se pueden observar no sólo en los usos dentro de la red sino también desde la forma de acceso: de acuerdo a la cantidad de equipos en el hogar o la tenencia o no de dispositivos personales (Morduchowicz, 2008; Winocur, 2009). Las estadísticas muestran que, si bien la gran mayoría de los jóvenes urbanos dispone de un teléfono inteligente, no todos tienen una conexión constante a internet en su dispositivo móvil o en el hogar. Esto incide sobre el uso, dado que aquel que se conecta a internet únicamente cuando capta una red con internet abierta, en una plaza, en la escuela, en las inmediaciones de un comercio o en un cibercafé, no puede participar de la inmediatez con que se suceden las novedades de sus amigos y contactos, o de la instantaneidad de las conversaciones con los compañeros de escuela, del trabajo, o con una posible pareja. Así, algunos usuarios sólo pueden conectarse a la red social en “diferido”, cuestión que puede ser insignificante para ciertos asuntos pero fundamental y crítica en otros. Entre los adolescentes, la circulación de rumores sobre amoríos entre los amigos de la escuela, las fotografías de las salidas del último fin de semana o las selfies de los compañeros son cuestiones que hacen a la sociabilidad diaria. Esto provoca que la velocidad y la calidad de la conexión generen una suerte de distinción social, en cuyo centro se encuentran los conectados de forma constante y en la periferia los que disponen de una conexión intermitente o de baja velocidad. Naturalmente, para poder ubicarse en ese centro se requiere habilidad en el manejo de los dispositivos y las plataformas en red –habilidades que la mayoría de los jóvenes tienen incorporadas, como parte de la generación de “nativos digitales”–, pero fundamentalmente se necesita dinero para pagar un abono de internet móvil de calidad.

Además de relacionarse con amigos y desconocidos, los jóvenes usan Facebook para jugar, cuestión que se ha incrementado en los últimos años, etapa en que la red social ya ha incorporado grandes cantidades de personas y ahora necesita retenerlas. Videojuegos exitosos como Candy Crush, Farm/Ville, Angry Birds, entre muchos otros, captan la atención de los jóvenes en sus tiempos muertos, en los múltiples momentos de espera que generan las grandes ciudades, en el transporte público o en filas de los trámites de diversa índole (Igarza, 2009). Estos juegos, adaptados para los dispositivos móviles, parten de niveles de complejidad muy bajos y aprove-

chan al máximo la tecnología táctil o touch. Además, brindan la posibilidad de ser retomados con posterioridad, aspecto que genera una continuidad acorde al surgimiento imprevisto de estos intersticios ideales para los “pasatiempos digitales”. Por último, los videojuegos se tornan más atractivos al imbricarse con el entramado de relaciones de la red social, que hace del juego individual una experiencia compartida con una comunidad de contactos conectados a la distancia: algunos juegos, por ejemplo, informan al usuario que un “amigo” ha obtenido un mejor puntaje que el propio.

En ocasiones, los adolescentes reconocen que los juegos se les tornan adictivos y los hacen descuidar de otras responsabilidades. “Te distrae de las cosas importantes”, dicen en repetidos casos y entre esas cuestiones mencionan las tareas escolares, la recreación al aire libre, el trabajo y las relaciones familiares o con amigos. Para ellos, la distracción es susceptible de convertirse en algo más grave cuando se torna “vicio”. Los videojuegos “se te hacen un vicio”, declaran. Similar al efecto hipnótico de pérdida de la dimensión temporal que produce en ciertos casos la TV, los dispositivos digitales, incluso siendo interactivos, parecen generar algo similar en los nativos digitales. En este sentido, es preciso destacar que las pausas que antes las personas se tomaban para descansar del estudio o el trabajo —realizando actividades como conversar, escuchar radio o música, ver televisión o una película, entre otras cosas— ahora se realizan en gran medida con estos dispositivos. De esta manera, hoy trabajo, estudio, juego y vida social tienen lugar frente a la pantalla.

## **2. La presentación de sí: entre el anonimato y la exhibición**

La tenencia de un equipo propio y de una conexión continua a internet también repercute sobre la constitución identitaria de los jóvenes en los entornos virtuales; tanto para la personalización de los equipos y perfiles en red, como para los diversos modos de presentación de la persona. A diferencia de los adultos, los jóvenes habitan FB con absoluta naturalidad y vuelcan allí no sólo información personal, sino el conjunto de elementos con los cuales se identifican. Construyen un relato de sí mismos utilizando la fotografía como componente clave. Así, cargan sus perfiles de usuario con selfies, una especie de autorretrato digital, a través del cual hacen presentes sus rostros y sus cuerpos en el avatar incorpóreo de los entornos virtuales. Los teléfonos inteligentes actúan como herramientas fundamentales para ese tipo de prácticas. Actualmente, más allá de su carácter ritual y conmemorativo, las fotografías amateurs son tomadas de manera

individual para autorretratarse en cualquier circunstancia y lugar: en soledad (en los hogares, en la calle) o en grupos (en la escuela o espacios de encuentro nocturno). Luego, los jóvenes editan estas fotografías con software específicos para retocar aspectos de la imagen personal o, a modo de juego, para hacerlas más atractivas a sus observadores. Esto hace de las fotos un producto cada vez más maleable que se va distanciando de su carácter indicial clásico. Esta práctica de autorretratarse, cuyo antecedente local puede remitirse a los *floggers* (Goszczyński, 2008), hoy se ha generalizado con las redes sociales.

Además de las fotografías autorreferenciales, los dispositivos digitales y móviles han ampliado el repertorio de lo fotografiable, permitiendo el registro de circunstancias imposibles de fotografiar, en tiempos de tecnología analógica. Todo joven que dispone de un teléfono inteligente lleva siempre consigo su propia cámara de fotos. Por eso, además de la selfie típica, entre las fotos individuales existen otros géneros que se comparten en Facebook, como la “foto book”. Son fotos presentadas en serie que exhiben el “jugar a ser modelo”, común en la adolescencia femenina. En el hogar, en la habitación, la cocina, el baño, frente al espejo, la cámara de fotos registra escenas de dicho juego. Luego, las redes sociales posibilitan “poner a prueba” esa exploración (Basile & Linne, 2014). De esta manera, las adolescentes –en menor medida, también los varones– “testean” el nivel de reconocimiento y aprobación de su corporalidad poniendo a disposición de sus pares –y de una audiencia imaginada, pero invisible–, las fotografías tomadas, en busca de la aprobación mediante los “me gusta” y los comentarios adicionales.

Las fotos colectivas también se han multiplicado. Es amplio y variable el repertorio de fotos que se pueden ubicar dentro de esta categoría. Pero las características novedosas que incorporó la tecnología móvil digital son varias. Primero, las fotografías pueden ser tomadas en múltiples situaciones, tales como en la escuela, en la calle, en un shopping, o en una plaza. Casi toda circunstancia puede convertirse en situación fotografiable (al menos, las restricciones que impiden fotografiar ya no provienen de limitaciones técnicas). Segundo, el costo casi nulo de cada fotografía digital permite la toma espontánea así como la experimentación. A su vez, habiendo tanta cantidad de fotografías y al ser tan fácil tomarlas, el “momento fotográfico” deja de ser un ritual y pierde solemnidad; en este sentido, cada fotografía pierde atractivo, disminuye su valor específico.

Entre las fotos grupales que abundan en FB, se destacan las de salidas nocturnas. La nocturnidad, como espacio temporal principalmente gobernado por los jóvenes, tiene actualmente esta nueva posibilidad de auto-registro, en la vía pública y en locales nocturnos. Estos registros,

posteriormente publicados en red, conforman una versión amateur de las revistas del tipo *Caras* o *Gente*: cómo estaba vestido tal, con quién se lo vio esa noche a tal otro, cuánto se disfrutó tal fiesta. Pero en este caso con una audiencia conformada por una comunidad de íntimos, un conjunto de amigos y conocidos, y un resto indefinido de espectadores desconocidos.

Cabe destacar que no todos los que poseen cuentas en FB se exhiben en igual cantidad y detalle mediante fotografías propias. Nuevamente aquí se producen distinciones: el modelo dominante de belleza impone sus patrones y determina quiénes son dignos de mostrarse públicamente en las redes sociales y quiénes no. En términos comparativos, los jóvenes se muestran más que los adultos, los delgados más que los obesos y así sucesivamente. Por su parte, la publicidad, uno de los principales motores de la reproducción de los modelos de belleza, deja en claro la relación entre belleza y clases dominantes que luego cala en las subjetividades: se prioriza la tez blanca, el cuerpo esbelto y los rasgos occidentales. Dentro de ese marco existe una gran variabilidad. Tanto mujeres como varones adoptan elementos estéticos de modelos deportivos, de modelos clásicos, de vedettes u hombres musculosos, y de los múltiples “estilos juveniles” y sus propuestas alternativas, que incorporan tatuajes, piercings, tinturas y cortes de pelo no convencionales.

Además de las diferencias en cuerpo y apariencia, las distancias de clase social se expresan en otros aspectos de la presentación de sí. A grandes rasgos, cada uno exhibe aquello que tiene para mostrar: los jóvenes de sectores medios presentan, en ocasiones, formas objetivadas de capital cultural tales como libros, cuadros, discos, etc.; otras veces ostentan sus signos de distinción que indican capital económico, como fotos de viajes internacionales, institutos prestigiosos a los que pertenecen, ropa de marca, grandes piscinas. Los jóvenes de sectores populares, más o menos informales, sobre todas las cosas muestran su cuerpo, en tanto capital propio de la edad y, en comparación, su capital más valorado socialmente. Con frecuencia, el fondo, el escenario que las fotos retratan, expresa la clase social de origen con más precisión que la apariencia y los cuerpos. Al mismo tiempo y más allá de la clase social, se observa la presencia constante de dispositivos electrónicos en las fotos de autopresentación de los jóvenes. Esto indica la apropiación de tales objetos en tanto emblemas de identificación generacional.

Ahora bien, muchos optan por no mostrar sus cuerpos. Ellos deben presentarse ante sus contactos mediante otros elementos complementarios. Aquí, cabe aclarar que FB desalienta el anonimato: la red social sugiere a sus usuarios explícitamente que utilicen su “nombre verdadero”, el del “carnet de estudiante, de conducir o de la tarjeta de crédito”. A su vez,

cuando FB considera que debe chequear la “autenticidad de la cuenta” (por ejemplo, en el caso en que un usuario ingresa a la red desde un país que no es el habitual), solicita a éste que identifique los rostros –fotografías de perfil– de varios de sus amigos. Si el usuario no vincula el nombre con la fotografía, la cuenta se bloquea. Aun así, como es frecuente, las prácticas de los usuarios no se corresponden con lo esperado por la red social: las investigaciones muestran que los adolescentes ingresan a la red antes de la edad permitida –13 años– o ingresan sin el aval de sus padres, declarando una edad superior. También ocurre que crean más de una cuenta, es decir, perfiles duplicados para vincularse con distintos amigos o para distinguir las relaciones de amistad de las familiares, escolares o laborales. Usan seudónimos o apodos y, en algunos casos, crean perfiles “falsos” para indagar y recabar información de las relaciones y contactos de otros usuarios, conocidos o desconocidos.

### **3. Amigos, contactos y grupos ampliados**

El núcleo de las relaciones que se establecen en FB proviene de los grupos de pares, es decir, de un pequeño grupo de amigos de edad similar que se frecuentan cara a cara, que establecen vínculos afectivos, de confianza e intimidad. En ocasiones, estos grupos también utilizan los grupos cerrados de WhatsApp como forma de comunicación (conversaciones, mensajería instantánea, intercambio de fotos e hipervínculos). Una novedad de FB, en este sentido, es la posibilidad de poner en común de forma sencilla las redes de relaciones de cada miembro del grupo. Desde el punto de vista social, esto fortalece la posición de cada uno, al socializar su red de contactos. En este sentido, la red social se asemeja a un club al que sus socios concurren con sus familias para relacionarse, jugar, hacer deportes y, en ocasiones, armar parejas.

Desde ese primer grupo se expande una constelación de vínculos que cada usuario comparte con el conjunto. Hacia ese conjunto, luego, se dirigen las publicaciones: fotos propias o con amigos, fotos de salidas y vacaciones, música, videoclips, noticias de interés, pequeñas reflexiones, estados de ánimo. En esos ámbitos compartidos los jóvenes y adolescentes buscan reconocimiento y aceptación: intercambian likes, comentan fotos o frases, se etiquetan entre sí y se recomiendan música. Si bien en un primer momento pareciera que amigos y desconocidos comienzan a mezclarse en un ámbito común de carácter “público”, donde toda la privacidad se manifiesta y exhibe, ajustando la mirada se observa, en cambio, que cada sujeto comparte su entramado de pertenencias enraizadas en su clase social de origen y las instituciones por las que transitan.

Por tal motivo, en el marco de las redes sociales, es insuficiente hablar de la exhibición de la intimidad (Sibilia, 2008) sin considerar las formas múltiples en que los jóvenes y adolescentes administran la visibilidad de sus publicaciones compartidas. Ya pasó bastante tiempo desde que los floggers se sorprendían al descubrir que sus padres habían visto sus fotos provocativas publicadas en internet. Como se planteó en el capítulo anterior, las plataformas cambiaron y las prácticas de los usuarios también: de hecho, en FB, muchos de los cambios en la configuración de la privacidad fueron llevados adelante por la compañía a partir de las exigencias de los propios usuarios (Ciuffoli y López, 2012). Hoy en día los jóvenes utilizan las herramientas de configuración de la privacidad de manera compleja, para determinar qué contenidos pueden visualizar cuáles de sus contactos. Agrupan a sus amigos de acuerdo a distintos niveles de visibilidad, determinan los destinatarios de publicaciones específicas, entre otras maniobras. En este contexto, nuevamente cabe preguntarse si los jóvenes exhiben su intimidad, a quiénes y con qué motivaciones.

La investigación muestra que los jóvenes en FB atraviesan una experiencia de aprendizaje. En un comienzo, al abrir sus cuentas, suelen agregar a conocidos y desconocidos de forma compulsiva. Con el tiempo, algunas malas experiencias (peleas con amigos o parejas, contactos desconocidos que molestan, adultos acosadores) los alertan sobre la importancia de la regulación de la visibilidad de sus publicaciones. Para ello, muchas veces resuelven sus inquietudes con prueba y error; otras, recurren a los consejos de sus pares; por último, buscan la intervención de los adultos. En pocos casos indican que les ha servido alguna charla o taller escolar sobre el cuidado de la privacidad. Para ellos, el aprendizaje “de par a par” es el método más habitual y efectivo.

Este método es el mismo que utilizan en los foros online, cuando necesitan sortear dudas respecto del uso de software específicos o trucos de videojuegos. En la red, el aprendizaje colaborativo se lleva a la práctica de forma espontánea, sin mucha premeditación. Simplemente, quien tiene una duda busca la opinión compartida por otro usuario que ya ha pasado por el mismo problema y ha decidido socializar su experiencia en la red. En este sentido, además de los foros, los video-tutoriales –en los que predomina el registro oral/visual– publicados en Youtube son paradigmáticos. Sin ser expertos, los usuarios elaboran pequeños videos caseros donde muestran a la audiencia imaginada el “paso a paso” para resolver los más diversos problemas: desde un truco de un videojuego o el *crackeo* de un software privativo, hasta la receta de una tarta de manzana. En esta práctica colaborativa de producción y socialización del conocimiento, Wikipedia se presenta como un ejemplo paradigmático. En un plano más general, el hecho de

que cualquier usuario pueda contribuir con su aporte a la enciclopedia más voluminosa de la historia, hace tambalear la legitimidad de la transmisión tradicional de conocimientos y sus sistemas institucionalizados.

Ahora bien –retomando nuestro desarrollo– decíamos que los jóvenes aprenden progresivamente a regular la visibilidad de sus publicaciones en FB. Esto no significa que, luego de algunas malas experiencias, los adolescentes y jóvenes dejen de compartir sus imágenes, opiniones e información personales con un conjunto “amplio” de contactos. Una manera de comprender cómo circulan estos elementos en esta red social es interpretando, desde el punto de vista de los actores, la complejidad que subyace a la categoría “amigos”. En efecto, los jóvenes comparten contenidos con distintos tipos de amigos, de acuerdo a sus motivaciones y a las circunstancias que los interpelan.

En este sentido, el primer círculo está compuesto por los amigos íntimos, entre los que, en ocasiones, participan algunos familiares. Se trata de un espacio compartido que puede ser pensado como un refugio, un espacio común donde cada uno comparte fotografías, gustos, apreciaciones y estados de ánimo en un ámbito de confianza afectiva. En cierto modo, a través de las recomendaciones de sus amigos, filtran y procesan de forma selectiva el cúmulo inabarcable de contenidos disponible en la Web. Para esa dinámica, el círculo de pocos y conocidos puede ser cerrado. Así, muchos jóvenes utilizan FB bajo la condición “sólo amigos”.

El segundo círculo responde a necesidades de apertura hacia la otredad, hacia gente nueva y diferente. La socialización de la red de contactos permite que esta apertura comience desde lo cercano: así empiezan a relacionarse los “amigos de los amigos”, cuyos intereses pueden concordar con los propios. Éstos pasan a convertirse en “amigos en común”, categoría exitosa que los adolescentes mencionan frecuentemente cuando se indaga de qué manera agregan nuevos contactos a su red. Explican que aquellos usuarios que tienen muchos “amigos en común” son usuarios de confianza: “por algún motivo mis amigos los han aceptado”. Por esta vía, los jóvenes pasan de tener cincuenta “amigos” a tener doscientos. Rápidamente multiplican sus cadenas de contacto a partir de los “amigos en común”.

Al ampliarse la cantidad de amigos, crece el nivel de visibilidad de las propias publicaciones. El uso de la red se torna menos personal e íntimo y adquiere un carácter más lúdico. La sociabilidad y el intercambio de contenidos se vuelven más intensos. El primer microcosmos de conocidos comienza a erosionar sus límites. Concretamente, este nivel de apertura puede relacionarse con la configuración de FB, “amigos de amigos”. Aquí, las miradas de personas “no tan conocidas” se incorporan a los “espectadores supuestos” que cada uno configura en su imagina-

rio. ¿Qué hacen los jóvenes frente a esta nueva situación? Nuevamente hay muchas respuestas posibles: están quienes son más extrovertidos y continúan publicando para todos por igual; otros deciden organizar sus contactos en categorías, para tener un cierto control sobre quién puede observar las publicaciones; otros se convierten en simples observadores y publican cada vez menos; algunos deciden reducir su cantidad de amigos y retornar al grupo de los cincuenta más cercanos.

Para la etapa de apertura hacia el mundo que los adolescentes y jóvenes atraviesan, en la cual van dejando atrás los modelos y las seguridades de la infancia, internet se presenta como un abanico de referencias infinito. La virtualidad multiplica los canales de acceso a esos mundos posibles: en internet se crean comunidades virtuales que constituyen espacios de sociabilidad, encuentro, interacción e intercambio de bienes culturales. Así, los usuarios pueden vincularse sin demasiado compromiso a esos grupos de afinidad y estar al tanto de lo que allí ocurre. En este sentido, los grupos y los contactos de FB funcionan como “sistemas de recomendación”, a los cuales ellos se vinculan para obtener el beneficio de acceder a determinados contenidos de interés seleccionados por otros y, a su vez, ser parte de un repertorio de gustos y preferencias compartidas. Desde este punto de vista no es de importancia la particularidad “personal” de los miembros del grupo: todos participan del grupo en calidad de aficionados a un universo compartido, a una comunidad imaginaria de pertenencia.

Para aquellos cuyos gustos y preferencias se distancian del orden de lo masivo, las redes sociales funcionan como una herramienta de vinculación de gran potencia. En ese sentido, las redes sociales aproximan, entrelazan y habilitan espacios comunes para quienes quieran acercarse mutuamente bajo cualquier consigna, por más específica que sea. Quien por sus preferencias estéticas o culturales se halla “raro” o diferente en su barrio o en su pueblo, en las redes sociales encontrará a la distancia a otros similares. En este sentido, los grupos minoritarios, las subculturas juveniles o las identificaciones tribales se fortalecen y potencian, dado que logran aglutinar a sus aficionados geográficamente dispersos y difunden sus eventos y bienes culturales de preferencia (Urresti, 2008). Aquí, el grupo de pares originario comienza a ser relativizado frente a otros modelos posibles.

En tercer lugar se presenta un nivel de visibilidad que se expande más allá de los límites estimados por el usuario. Son los casos en que la configuración de la privacidad se halla en estado “público”, haciendo posible a cualquier usuario visualizar los contenidos compartidos y publicados. Esto es útil para los jóvenes que quieren difundir sus propuestas artísticas, culturales, políticas, intelectuales, o sus iniciativas comerciales o productivas. Pero existen otros que, sin esas características, buscan expandir su visibi-

lidad a partir de mostrarse a sí mismos como el propio objeto de las publicaciones. No es arriesgado asociar estas prácticas a la lógica televisiva de las personalidades de la farándula, en la que convertirse en figura pública es un fin en sí mismo. En estos casos, la exhibición del cuerpo adquiere un lugar clave. La presentación de sí se vuelve cada vez más estetizada, en una retroalimentación constante entre mayor visibilidad del usuario y mayor cantidad de amigos, comentarios y likes. Entre los adolescentes de clases bajas esto se denomina “hacerse popu” –popular– y existen grupos de FB específicos donde se reúnen usuarios predispuestos a “agregarse” como amigos, con el sólo fin de aumentar su mutua visibilidad.

En este nivel máximo de visibilidad los riesgos son mayores, ya que cualquier “desconocido” con malas intenciones encontrará vía libre para ingresar a la red de este usuario. Sucede que algunos adolescentes, en su búsqueda de popularidad, pierden registro del cuidado de su intimidad y su privacidad, y comienzan a publicar fotografías de sus cuerpos en las que se exponen cada vez más, a cambio de la aceptación masiva de su público a través de cientos de likes y comentarios favorables. En ocasiones, esto se debe a la búsqueda de un reconocimiento no obtenido en otros espacios: en el hogar, en la escuela, en el barrio. En estos casos, nuevamente, los adolescentes de sectores populares son los más vulnerables.

#### **4. Seducción y búsqueda de pareja**

En esta búsqueda de reconocimiento, de mostrarse para gustar, la seducción y la búsqueda de parejas, estables o efímeras, no ocupan un lugar menor. Los jóvenes se presentan ante los otros exhibiendo las fotografías de sí mismos que consideran más atractivas, a la espera del feedback de su comunidad de pares. Tanto las imágenes como los textos personales convocan a la participación del otro mediante los “me gusta”, las “firmas” –comentarios– de muros y los emoticones, que van cargando de sentido a las publicaciones personales, asignándoles carácter de bellas, atractivas y deseadas, o de indiferentes y no efectivas. En ciertos casos, esta dinámica es explícita entre los adolescentes, como por ejemplo en las fotos de “duelos” estéticos, donde dos amigas o amigos posan para que los espectadores los califiquen. Estos montajes de fotos personales buscan específicamente la comprobación de los adolescentes como cuerpos deseados. Habitualmente, acompañan a las fotos textos tales como “¿Quién es más lindo/a?” o “¿Del 1 al 10, cuánto me dan?” (Basile & Linne, 2013).

Por otra parte, FB define ciertas categorías para describir la situación sentimental, en este orden: soltero/a, tiene una relación, prometido/a, casado/a, es complicado/a, tiene una relación abierta, viudo/a, separado/a,

divorciado/a. Cuando el usuario modifica su estado sentimental, este se publica inmediatamente como novedad en el muro de sus contactos. Estos cambios de estados civiles o sentimentales funcionan como manifestación pública del comienzo o el fin de una relación o, en otros términos, de estar o no disponibles para la seducción y la búsqueda de pareja de modo abierto. Cuando se publica que un amigo o amiga ha empezado o terminado una relación, esto suele suscitar un gran flujo de comentarios que motorizan por un tiempo la sociabilidad dentro de sus grupos de amistades. Desde otro ángulo, algunos jóvenes expresan que la publicación de estas “situaciones sentimentales” ayudan a la vigilancia multilateral y el monitoreo horizontal entre los pares.

Entre los adolescentes heterosexuales de sectores populares, las mujeres se concentran, por un lado, en la búsqueda de un varón que cumpla con las expectativas de compromiso, actividades, proyectos y atracción necesarios, y por otro, en volverse mujeres fatales con un alto grado de autonomía respecto de la exclusividad que demanda una pareja monogámica. Por su parte, los varones se concentran en la búsqueda y seducción de contactos femeninos con las que explorar la sexualidad, así como también aspiran a conseguir una pareja estable, una chica que sea “fiel, cariñosa, romántica y familiar”. Para esto, a través de la multimedia y vía chat, mensajes privados y publicaciones ajenas y propias, generan mensajes ingeniosos o románticos, bajo el formato de textos, fotos, memes, videoclips y animaciones.

Desde el punto de vista de las percepciones de los adolescentes, la búsqueda de pareja en FB conlleva tanto ventajas como desventajas. Por un lado, valoran que les permite conocer aspectos del otro antes de decidir encontrarse: “podés conocerlo y verlo antes de encontrarte en persona”; “conocés todo sobre ellos”; “el Face muestra todo lo que te gusta y así uno se conoce mejor”. Por otra parte, rescatan de las redes que les ayuda a construir su propia imagen: “podés mostrarte distinto a los demás”. Asimismo, resaltan que “es más fácil” conocer gente por este medio; que les genera mayor grado de desinhibición para comunicarse y establecer vínculos: “capaz que te conocés mejor”; “cuando lo vas conociendo podés tener mejor comunicación”; “tal vez le podés decir cosas que si la tenés enfrente no te animarías”. También señalan que aprenden comunicándose y observando la comunicación de los otros: “te enseñan estrategias y te dan “tips” para hablar con otras mujeres”; y que pueden conocer personas de distintos barrios y ciudades: “la posibilidad de conocer gente de lugares lejanos”.

Ante la pregunta sobre las desventajas de conocer a una pareja por FB, las mujeres presentan más preocupaciones que los hombres. En las redes sociales, el “otro”, principalmente el otro desconocido, puede mentir acerca de algunos aspectos importantes de su identidad: edad, lugar de re-

sidencia, sexo, estado civil y aspecto. Con respecto al lugar de residencia, se observan dos actitudes. Por un lado, el ocultamiento, ya que dicho dato es una referencia fuerte que puede obstaculizar la posibilidad de construir una relación; los barrios de bajos recursos y estigmatizados, aquellos que portan un sentido negativo, no suelen estar presentes en los “perfiles” de los adolescentes, lo cual provoca una incertidumbre en las expectativas ajenas. Pero ese ocultamiento del lugar de residencia no es una característica exclusiva del uso de las redes, sino que es una práctica generalizada en los sectores populares, que racionalmente evalúan los costos y beneficios que acarrea la presentación de dichos datos estigmatizantes.

En cuanto a las desventajas mencionadas, mientras las mujeres adolescentes de sectores populares poseen miedos que llegan a relacionarse con la integridad física (“puede ser un violador”; “te pueden robar”), los varones expresan miedos vinculados a la pérdida de autonomía (“si tenés novia te controla todo lo que hacés en *Face*”; “perdés tu libertad porque te controlan todas las publicaciones”). Estos aspectos problemáticos de la red de redes y de las redes sociales tienen su contracara favorable: la vigilancia multilateral es la capacidad de cualquier usuario de las TIC de ser observado y de comunicarse par a par, y también de observar y transmitir lo observado a decenas, cientos o miles de internautas. Sin embargo, este temor ha empezado a aparecer también de manera recurrente en los muros de mujeres adolescentes de sectores populares. Ellas y ellos coinciden en que a través de este medio no es posible conocer de verdad al otro (“nunca lo vas a conocer muy bien”), en que el otro puede ausentarse a la cita pactada (“te puede dejar plantado”), o ser alguien muy distinto a la identidad que construye en la red social (“no sabés quien está realmente del otro lado y qué intenciones tiene para con vos”; “no saber cómo es en realidad y arrepentirme”; “por *Face* es una persona y cara a cara es otra”). Al mismo tiempo, la creación de identidades “falsas” permite efectuar búsquedas, publicaciones, denuncias, difusiones y comentarios en la Web sin la necesidad de que la identidad “oficial” quede adherida a estas acciones. Esto vuelve a internet una superficie que permite desplegar niveles únicos de experimentación y de libertad de expresión para que los usuarios expresen contenidos diversos.

Así, para los adolescentes esta plataforma es una herramienta imprescindible para buscar pareja aunque, a su vez, posee sus riesgos y desventajas, dado que lo que se construye allí constituye una performance que no siempre coincide con la identidad copresencial deseada. A continuación, sintetizaremos algunos puntos para realizar un contrapunto entre los modos de búsqueda de pareja clásicos y las nuevas formas que se desarrollan a partir de las interacciones en la red.

1. El acceso es libre y gratuito, sólo basta tener una cuenta en Facebook y que sean aceptadas las solicitudes de “amistad” enviadas. Allí, la plataforma funciona de forma continua, sin interrupciones, como un espacio para dejar mensajes a usuarios específicos o al conjunto de los contactos. En tanto la comunicación es en su mayor parte diferida, no es necesario que se encuentren activos en la red, el emisor y los receptores de los mensajes simultáneamente. Por lo tanto, quien desea iniciar una conversación, realizar un comentario, dejar un like puede hacerlo en cualquier intersticio del día.
2. La presentación ante los otros no requiere de la habilidad con el protocolo cara a cara, ni tampoco del manejo de la gestualidad y del cuerpo en escena. Así, la práctica de mostrarse ante los demás cuenta con la posibilidad de realizar un trabajo lento, meditado, selectivo, por ejemplo, en la elaboración y compartido de fotografías de la propia persona, así como en los comentarios.
3. El acercamiento a los desconocidos es uno de los aspectos más novedosos. Por medio del compartido de las cadenas de contactos –amigos de amigos– es más sencilla la aproximación a otros, que rápidamente pueden contactarse, y una vez aceptada la solicitud de amistad, es posible elaborar una idea de los gustos y preferencias, de su grupo de amigos, etc. Luego, el chat funciona como una instancia intermedia entre la comunicación diferida y el encuentro cara a cara. En el chat se reintroduce cierta incertidumbre de la comunicación espontánea. Rápidamente, un usuario puede obtener un panorama general de los gustos y preferencias de un desconocido a la distancia.
4. Para los más tímidos, en especial, la posibilidad de comunicación previa es una ventaja. La interacción en la red social facilita la prueba y el error sin la presión de la situación cara a cara. Se produce así cierta desinhibición provocada por el pseudo anonimato de las interacciones. A su vez, una gran ventaja para los menos desenvueltos en las relaciones interpersonales es la posibilidad de realizar cierto aprendizaje, mediante la observación de las actitudes, publicaciones y comentarios de otros compañeros más atrevidos. En este sentido, la red social funciona como instancia de socialización, dado que cada adolescente aprende, observando las prácticas de sus pares, cuáles son los códigos y modelos a seguir exitosos en la búsqueda de pareja.

5. Para ser una persona destacada en la red social es preciso tener un alto nivel de visibilidad. Los adolescentes saben muy bien cómo se logra ello: “firmando” muros ajenos, pero sobre todo teniendo muchas “firmas” –comentarios o likes– y menciones de otros. Es por ello que los adolescentes buscan permanentemente lograr esa visibilidad, y para ello convocan a sus pares a que dejen su firma en el muro propio. Esto se produce, por lo general, en forma de intercambio: *tu me firmas y yo te firmo*.
6. El paso al encuentro cara a cara contiene un alto riesgo. No sólo en el sentido del engaño mediante las identidades falsas y las posibilidades de peligro concreto, sino también por la alta posibilidad de que la persona encontrada no se corresponda con las expectativas generadas en la red. En este sentido, la gran capacidad performativa que posibilita la red, capacidad que los adolescentes valoran y explotan al máximo, conlleva un revés importante: la posibilidad de desilusionarse frente al otro en un encuentro cara a cara. En otras palabras, FB facilita enormemente el “primer acercamiento”, pero a su vez, hace más difícil el quiebre de la tensión en el encuentro cara a cara, cuestión que declaran los adolescentes cuando expresan el temor a “no saber quién es en realidad”.

Sobre esta cuestión, los adolescentes van afinando la mirada: suelen distinguir entre los usuarios activos y “reales”, a los que definen como los que tienen fotos donde están etiquetados por otros, y los sospechosos de ser *trolls*, potenciales criminales o “estar metidos en algo raro”. Así, intentan identificar tanto a quienes ocultan su identidad para desarrollar actividades clandestinas y socialmente mal vistas –como la infidelidad, el *bullying*, el espionaje y el spam–, como a aquellos con actividades definitivamente ilegales, como el robo de datos, las estafas, los abusos y la pedofilia.

## **5. Relaciones intergeneracionales: el complejo lugar de los padres y los docentes en las redes sociales**

En el marco de esta apertura a nuevas relaciones, seducción y presentación desinhibida de sí mismos, los jóvenes corren riesgos, en especial los más chicos. Frente a ello, los adultos intentan intervenir en pos de su cuidado y protección. Ahora bien, cabe preguntarse si saben los adultos qué hacen los adolescentes en las redes sociales, hasta dónde comparten los padres los espacios de encuentro virtual como FB con sus

hijos. Por otra parte, es preciso indagar si los profesores se preocupan por estos temas y si, por ejemplo, utilizan las redes sociales con sus alumnos. Nuevamente las respuestas adquieren claridad al especificar los sujetos, es decir, delimitando cuáles jóvenes, cuáles adultos, en qué contextos sociales y en qué entramados institucionales.

Se ha subrayado en numerosas ocasiones la brecha generacional entre nativos e inmigrantes digitales. En esta línea, la generación de los mayores estaría alejada de los dispositivos digitales y las plataformas virtuales por una carencia en las habilidades y saberes para utilizarlos. Pero ese primer momento ha perdido claridad y actualmente la situación no se explica únicamente por esa dicotomía: mientras algunos adultos utilizan con gran familiaridad estas herramientas, otros se encuentra en un punto intermedio y un último grupo se mantiene aún alejado de la tecnología digital. En estas diferencias influye el grupo de edad, dado que, por ejemplo, los adultos jóvenes son parte de la generación de nativos y es probable que hayan ingresado a FB antes que sus hijos. También influye la clase social, no sólo por una cuestión económica de acceso a equipos y conectividad, sino también por una cuestión de hábitos de uso de las TIC, relativos a las prácticas laborales. En este sentido, es necesario considerar que probablemente un albañil, un plomero o un gasista, está menos habituado al uso de las TIC que un empleado administrativo o un profesional cuyo trabajo diario se desarrolla, en buena medida, frente a una computadora. Los adultos mayores, por su parte, están más alejados de los códigos generacionales de los jóvenes y adolescentes, pero sin embargo, disponen de tiempo libre para experimentar, como los más chicos.

En general los jóvenes perciben que cada vez hay más adultos en FB. Por un lado, familiares: padres, tíos, abuelos; por otro lado, profesores, pero también preceptores, bibliotecarios, entre otros agentes de la educación. Ciertamente aquí también influye la clase social. Por ejemplo, un padre, en una buena posición económica, que decide para sus hijos la institución educativa adecuada, selecciona el club más pertinente para el deporte, el tiempo libre y la recreación, y se preocupa por los ámbitos nocturnos a los que ellos asisten; este padre que, en cierto modo, delimita las fronteras del universo de relaciones sociales de sus hijos, no estaría tan dispuesto a despreocuparse por la zona en la que se desarrollan las relaciones virtuales, cuyos límites son, al menos, confusos. Hará lo posible por aproximarse a esos entornos, hablando con otros padres y maestros sobre la cuestión en reuniones del colegio, conversando con sus hijos o directamente enviándoles una "solicitud de amistad".

Por su parte, los adolescentes de sectores populares, según expresan, se sienten poco controlados y a su vez, desestiman los riesgos que

internet y las redes pueden ocasionarles. Sin embargo, en ocasiones sus padres llevan a cabo sus propios métodos, aún con un débil conocimiento de las TIC. Por un lado, recortan el dinero que sus hijos les piden; saben que sin dinero es más difícil comunicarse con los teléfonos, vía mensajes de texto o WhatsApp: en estos casos sus hijos tendrán que ir a la caza furtiva de una red wifi sin contraseña o buscar al compañero de escuela que tenga internet en el teléfono móvil y desde allí, vía bluetooth, compartir internet a las netbooks. Otras veces, los padres exigen a sus hijos que estén siempre disponibles para ser localizados y atender a un llamado de sus padres. En los casos más estrictos retienen los dispositivos: esconden el celular o la netbook. Pero también ocurre que, lentamente y en comparación con años atrás, van incorporándose al mundo de Facebook.

En los dos casos los adolescentes, por la etapa de la vida que transcurren, buscan autonomía. Dentro de los hogares demandan una habitación propia u otros elementos que son vehículos de autonomía, por ejemplo, un automóvil, una netbook, un teléfono inteligente y dinero para los gastos diarios. En particular, los adolescentes de sectores populares —que en general carecen de habitación propia—, encuentran en los dispositivos y entornos digitales ámbitos amistosos para volcar su música favorita, sus videoclips favoritos, las imágenes de sus ídolos predilectos y, a su vez, intercambian todos esos gustos y preferencias con sus pares y otros nuevos contactos que se van presentando. Así, encuentran en FB una suerte de “habitación virtual”.

Respecto de la presencia de las escuelas y los profesores en Facebook, la cuestión también es muy variada. Incide el equipamiento tecnológico y la conectividad de las escuelas, cuestión siempre desigual según el sector social. La incorporación de las TIC en los ámbitos educativos es un proceso incipiente, que se ha plasmado en políticas públicas. En las escuelas, las iniciativas de los docentes son dispares. Cuando se utiliza FB, lo más frecuente es el trabajo con grupos por curso, en los cuales tanto docentes como alumnos se incorporan como miembros. Allí, los educadores publican consignas y materiales digitales que complementan sus trabajos áulicos. Por lo general, estos usos se manifiestan en casos excepcionales: los dispositivos tecnológicos continúan siendo vistos por los docentes como elementos de dispersión, para comunicación y juegos. En este sentido, muchas veces los docentes deciden continuar con las formas tradicionales de enseñanza.

En líneas generales, se observa que, en comparación con años atrás, las familias y la escuela están cada vez más presentes en FB. Por un lado, esto hace de la red un lugar menos riesgoso, donde los adolescentes pueden contar con el acompañamiento, protección y supervisión de los adultos. ¿Qué hacen los jóvenes y adolescentes frente a esta nueva situación?

Como es de esperar, desarrollan nuevas estrategias para correrse de la mirada adulta e institucional que comprime sus necesidades expresivas y relacionales. Por un lado, adquieren una habilidad cada vez más sofisticada para gestionar al público susceptible de observar sus publicaciones. Por ejemplo, organizan a los “amigos” en grupos con distintas configuraciones y, así, determinan la visibilidad de publicaciones de textos o imágenes específicas. FB ofrece algunas categorías predeterminadas para ello: favoritos, familia, conocido. Por su parte, Google+, funciona directamente con esta lógica de organización de contactos, bajo el nombre de “círculos”.

En otros casos los jóvenes administran varias cuentas en FB a la vez. Crean varias cuentas y en un perfil se relacionan con amigos, en otro con familiares, en un tercero con compañeros del trabajo. Hay casos en que utilizan hasta una decena de perfiles con los que interactúan en la red social y experimentan posibles identidades nuevas, algunas en relación a qué cosas es posible hacer para un varón o mujer dentro de la red social. Por ejemplo, ¿qué fotos y qué imágenes de afectividad y corporalidad pueden publicar siendo varones o mujeres? ¿Cuánto desnudo se acepta socialmente? ¿Qué le gusta más a “la sociedad” o a “mi comunidad”? En los casos más extremos deciden abandonar y dar de baja su cuenta en la red social.

En suma, frente a la presencia cada vez más fuerte de los adultos, los jóvenes y adolescentes comienzan a resolver sus necesidades de sociabilidad y comunicación mediante otras estrategias. Entre ellas, el uso de otros servicios y plataformas virtuales: un poco de WhatsApp, un poco de Twitter, Pinterest, Instagram, posiblemente Tinder. En general, no cierran sus cuentas de FB, sino que, para sus usos cotidianos FB cambia de función. La red social es percibida como un espacio menos autónomo y horizontal que antes, y se torna un ámbito cotidiano más serio y formal, donde se relacionan con familiares, profesores de la escuela y, los más grandes, con compañeros del trabajo. Esto se observa en las percepciones de los preadolescentes que, sin la experiencia previa, van ingresando a distintos espacios de encuentro virtual. Ven en FB el espacio donde sus madres publicaron las fotos de ellos soplando las velitas de sus últimos cumpleaños y sospechan que, quizás, no sea justamente ése el ámbito para explorar nuevos horizontes.



## CONCLUSIONES

El entorno de la comunicación digital y en él, la internet, la red de redes, se ha ido renovando permanentemente desde su existencia reciente en materia de herramientas, prestaciones y contenidos de la más diversa especie. Este proceso de crecimiento y expansión de la oferta de bienes informacionales y servicios, de contenidos y herramientas ha tenido su correlato en la adición permanente de un número creciente de nuevos usuarios, lo que representa el movimiento de difusión tecnológica más explosivo del que se tenga noticias. En efecto, desde su apertura al acceso público en 1992, internet ha venido creciendo año a año hasta consolidarse de modo definitivo en distintas regiones del mundo –en principio, los países centrales– y también en nuestro país. Con sus diversas ofertas de información, entretenimiento, encuentro social y comunicación interpersonal, internet despliega un amplísimo abanico de posibilidades y constituye una tentación ineludible para satisfacer cualquier tipo de curiosidad, desde la más modesta y corriente, hasta la más sofisticada e inusual.

Internet es el producto de una colaboración inesperada entre polos concentrados de propiedad y recursos –sea en la forma de las grandes empresas tecnológicas, laboratorios privados, universidades e institutos de investigación de punta–, pero también de la acción de usuarios anónimos y emprendedores individuales o de baja escala que conjugan sus ocurrencias e iniciativas y las someten al espacio virtual para que otros las utilicen y las aprovechen. El número creciente de usuarios, la ilimitada comunidad de navegantes, con sus múltiples intereses, gustos, saberes, es un terreno fértil para la multiplicación y hasta incluso para la potenciación. El resultado: herramientas que florecen, flujos que aumentan, intercambios que proliferan y en ese terreno, muchas empresas que explotan del día a la noche, muchos consorcios que se fortalecen y prosperan.

Internet es un canal múltiple en constante evolución, con una capacidad de innovación que se renueva periódicamente: tanto en el nivel de hardware, de software, así como en el de los contenidos, las ofertas cre-

cen y se multiplican con una velocidad inédita. Esto se debe en parte a una demanda que se consolida, asume, reclama y se apropia de innovaciones, lo que genera un mercado fértil para numerosas ramas de una industria que amplía y diversifica la oferta de bienes electrónicos y aparatos con las más diversas prestaciones, renueva permanentemente soluciones de software con las que intervenir en el mundo digital y produce contenidos que se despliegan en la red.

Ahora bien, uno de los elementos más importantes de internet consiste en la capacidad que sus herramientas generan para que los usuarios comunes se apropien de parcelas que aprovechan para sus propios fines. Es lo que coincide con lo que se ha llamado internet participativa o social, etiquetada como Web 2.0, y que se basa fundamentalmente en el contenido producido por los usuarios. Esta característica es la que ha desencadenado el proceso de crecimiento astronómico que registra la web y que la convierte en un universo tan variado. Como vimos, esto sería imposible sin el carácter amistoso de las tecnologías digitales y su permanente invitación a generar y publicar materiales personales, producidos de modo amateur.

La simpleza con la que las herramientas digitales facilitan la publicación de contenidos, hacen de internet un terreno liberado para que toda iniciativa expresiva, persuasiva, informativa o comercial encuentre su espacio y pueda, al menos potencialmente, ser compartida con otros. En este sentido, internet ha abierto un espacio de comunicación interpersonal con conocidos y especialmente con desconocidos, que no tiene parangón con otros medios o tecnologías anteriores. Si cualquier usuario puede volcar textos, imágenes, videos, archivos de sonido o lo que pueda producir a la red, es claro que hay cada vez más instancias de publicación especialmente dispuestas para los anónimos, que así pueden exponer parte de su privacidad mediante la circulación virtual de aspectos de su vida subjetiva, situación casi remota con otras tecnologías de la comunicación. Así, la esfera privada, la imagen íntima, la confesión personal, el punto de vista propio frente a cuestiones públicas, van ganando espacio en la red y más que nada entre los sectores de adolescentes y jóvenes, que hacen de estas prácticas una marca de identidad en la medida en que están buscando su lugar en el mundo y son objeto de la mayor inquietud sobre sí mismos.

Este tipo de exteriorizaciones, especialmente cuando vienen de los jóvenes, tiene una inusual capacidad de activar voces de alarma, pues si bien puede tener manifestaciones violentas, sexistas o racistas, algo que sucede marginalmente, abre también un terreno en el que el control de la intimidad se debilita y se convierte en material de consulta tanto para conocidos como para desconocidos, con todas las consecuencias

que ello puede generar entre adolescentes y niños, que ingresan en las redes sin cuidar demasiado las consecuencias de su acción. La alarma resuena cuando los contenidos muestran más de la cuenta, cuando la desinhibición engendra comunicaciones demasiado descarnadas, cuando la apertura parece incontrolable.

Sin embargo, en el funcionamiento mismo de la red, con sus múltiples herramientas y aplicaciones, hay conductas que se orientan a controlar la comunicación y restringir aperturas demasiado comprometedoras. Con el tiempo, tanto los usuarios como las aplicaciones y los servicios que suscriben, van menguando la exposición de la intimidad y van generando protocolos de control que evitan los desbordes. Los padres mismos, aunque estén distantes, aprenden a aconsejar a sus hijos, a seguirlos y eventualmente a controlarlos, por dentro o por fuera de la red para que las decisiones de hoy no dejen marcas sin retorno. También los maestros y docentes en general van aprendiendo a manejarse en las redes y establecen filtros con el fin de mantener las distancias frente a sus alumnos, colegas y directivos. Estos cuidados, hay que reconocerlo, muchas veces surgieron por el ejemplo de las desgracias ajenas. No correr la suerte de otros es un aleccionador de peso.

De todas maneras y más allá de los controles, que aumentan, las nuevas generaciones de adolescentes se abren a la vida con inquietudes propias y una experiencia que tienen que hacer ellos mismos, no siempre solos, pero de acuerdo con sus inquietudes, habilidades y errores, de los cuales aprenderán o no para futuras actuaciones. En este terreno, la búsqueda de autonomía sigue siendo una pulsión lo suficientemente fuerte como para que los adolescentes se adentren en la red para encontrarse con sus propios límites, algo tan peligroso como inevitable. Del mismo modo sucede con la búsqueda de los otros, la seducción, la sexualidad y el amor, poderosos incentivos para lanzarse a la red y procurar en ella los contactos que faciliten cumplir con esas ansias. La red es el espacio en el que se ofrecen los canales para satisfacer las inquietudes y las búsquedas, algo que afecta especialmente a los adolescentes y a los jóvenes, lo que constituye un verdadero cautivamiento, tan atractivo como el objeto que lo moviliza.

Internet también cumple con la necesidad de la evasión, palabra vieja y bastante poco valorada, pero que alude a ese momento de distracción, de pausa, de salida lateral frente a las obligaciones, sean del estudio y la escuela, sean del trabajo o de la familia. El entretenimiento en su sentido más peyorativo se relaciona con esa pequeña cantidad de aire que disuelve, divierte, desvía y que permite que las actividades vuelvan a rearticularse. El juego electrónico, la entrada en FB, el chequeo de un pequeño

video que se viraliza en YouTube, son algunas de las pequeñas tretas de las que se vale el multitasking o la atención fragmentada que estimulan las tecnologías 2.0. En este terreno también la red de redes es poderosa e invita permanentemente a la pausa, algo que cuando se extiende demasiado tanto preocupa a los padres, los jefes o los educadores.

La sociedad en la que vivimos tiene como característica subir exigencias de atención, concentración y rendimiento. Es verdad que el trabajo físico agobiante tiende a mermar en comparación con otros tiempos, cuando la mayoría de la población se agotaba muscularmente. En nuestros días esto se reduce a grupos cada vez más pequeños, pero en contrapartida aumenta el número de aquellos que reciben un stress creciente por el lado de la exigencia intelectual. Cada vez son más los que estudian más años, aumentan los empleos en servicios donde la interacción con diversos factores –información, clientes, proveedores, etc.– se hace más acelerada y congestionada, lo que se resume en jornadas que agotan otras dimensiones de la vida de los estudiantes y los trabajadores, con la consabida andanada de consecuencias negativas para la salud y para la dinámica de las relaciones personales. En un contexto semejante, no es casual que los entretenimientos jueguen en ese límite tan complejo en el que tienden a la baja de las barreras cognitivas, como dicen los discursos especializados, lo que en otros términos implica exigencias intelectuales menores. Jugar por jugar, basta con mirar un medio de transporte en hora pico para comprobarlo, enviar mensajes cada vez más breves, consumir microcontenidos casi efímeros, son síntomas de una época nerviosa donde los adolescentes y los jóvenes conectados hacen de protagonistas.

En estos días también, la evolución reciente de muchas herramientas y las rutinas de los usuarios han comenzado a inclinar la balanza sobre muchas de las dudas que se desencadenaron cuando irrumpió masivamente internet y algunos de sus sitios, servicios y aplicaciones emblemáticas. Hace quince años, cuando apareció el chat y las identidades fingidas, muchos pensaron que era el fin de la autenticidad y el origen del desdoblamiento permanente de los sujetos, un tipo de identidad virtual que reemplazaría para siempre al viejo y querido sujeto moderno, neurótico y problemático aunque fiel a su documento. Otra de las grandes dudas surgía en torno al amor y a la irrupción de las relaciones virtuales, donde las tecnologías parecían sentar las bases para juegos de seducción casi perversos, en los que distintos narcisistas voyeuristas se contemplarían a la distancia en un universo libidinal sin cuerpo ni tacto. También abundaban las profecías que competían por ser abanderadas del pesimismo, para las cuales se perdería el hábito de la lectura, se debilitaría el mundo tan apetecible de los libros y a la larga habría una Babel de iletrados alfabéticos,

aunque muy duchos en la visita impenitente de plataformas multimediales. O más recientemente, con invenciones como las redes sociales o los sitios personales de publicación de fotos, gracias a las cuales la intimidad, la antigua, la recatada, la burguesa, desaparecería arrasada por el colosal espectáculo del yo, con sus prácticas exhibicionistas que despertaron tanta alarma entre los educadores y sus guías espirituales.

Cada vez queda más claro que las tecnologías digitales acompañan las urgencias de los sujetos y entran en un diálogo con ellas, dando como resultado paisajes que se amoldan en parte, alteran lo existente en otras, pero que también se reconfiguran cuando esos sujetos, usuarios, prosumidores cambian por circunstancias que son ajenas a las redes, condición esta última que suele ser ignorada por los estudios sobre las comunicaciones digitales, muy centrados en el canal de la comunicación y sus posibilidades, muy poco atentos a las condiciones de vida de los usuarios. Así, va quedando claro que lo virtual se inclina hacia lo que llamaríamos, un poco burdamente, lo real: los sujetos siguen refiriéndose a sí mismos en términos bastante tradicionales y en continuidad con las tradiciones pre-digitales, las identidades virtuales no reemplazan a las reales, ni los amores en red descorporizan las relaciones erótico-sentimentales, así como tampoco desaparece la lectura, ni los libros, ni el periodismo, ni mucho menos la defensa de la intimidad. Que algunos límites se hayan desplazado o que algunas instituciones hayan cambiado, tiene que ver en parte con la comunicación digital, aunque también con los procesos sociales que funcionan como medio ambiente y contexto de esta gigantesca y cambiante conversación multimodal, multicanal y multimedial.

Los usuarios están allí para recordarnos que los procesos de comunicación digital son procesos eminentemente sociales y se desarrollan en el territorio que plantean las necesidades de los sujetos en los distintos momentos de su vida, de acuerdo con las relaciones cara a cara, mediadas o imaginadas que plantean con los demás. En ese terreno de interacciones inestables, fugaces o repetidas es que cobran su sentido las herramientas digitales y sus diversas utilidades. Los adolescentes y los jóvenes tienen allí un conjunto de recursos con los cuales amplían territorios de interacción y búsquedas que tienen más que ver con su edad y sus inquietudes, factores decisivos para comprender la dinámica de los gustos y las preferencias que se van a manifestar luego como adopción de herramientas del mundo digital.

Volvemos así a los llamados nativos digitales, o dicho a nuestro modo, a las jóvenes generaciones que se han abierto a la vida en un mundo comunicacional dominado por las tecnologías digitales. En este cierre que-remos volver sobre ese punto, que también ha sido tan controversial entre

los especialistas en el rubro. Al principio de su aparición, la categoría de nativos digitales se usaba de un modo entusiasta por parte de los evangelizadores de las que entonces se llamaban “nuevas tecnologías de la información y la comunicación”, las famosas NTICs. Con esa categoría, a su vez, se dejaba en claro que del otro lado de la frontera estaban los migrantes digitales, los adultos, todos los adultos que no eran adolescentes, una bolsa bastante grande en la que entraban todos aquellos que habían crecido en entornos de comunicación analógica y adoptaban con dolor y por obligación esas maravillosas novedades que cambiarían al mundo.

Pero el tiempo pasó y las críticas arreciaron sobre el cuasi concepto, que sufrió impugnaciones diversas entre educadores, capacitadores y especialistas en tecnologías digitales, que planteaban que los adultos no eran iletrados digitales sólo por ser adultos y que si bien los nativos tenían ventajas en un plano, en otros mostraban carencias asombrosas, que además les restarían horizontes de desarrollo en el propio campo de las tecnologías digitales. En suma, la brecha no era tal; tampoco se podía hablar de generaciones ya que no todos los jóvenes son nativos digitales, muchos no acceden a computadoras ni cuentan con conexión, y en contrapartida, muchos adultos tampoco son migrantes pues se integraron muy tempranamente y de modo exitoso a las nuevas comunicaciones en danza. También hubo otros argumentos, de tipo demográfico, que anunciaron la muerte de los migrantes digitales como una cuestión de reemplazo vegetativo de la población mayor por la menor; así, con el tiempo, todos se reunirían en un tipo de experiencia común, en el que sin distinciones de generación serían igualmente diestros en el manejo de estas formas de comunicación.

El tiempo por supuesto pasó y muchos de esos argumentos y temores se fueron resolviendo. Por ejemplo, las tecnologías dejaron de ser “nuevas”, en la medida en que fueron envejeciendo y quedaron sólo como tecnologías de la información y la comunicación. También los nativos crecieron y muchos de los migrantes se nativizaron, al superar la cantidad de horas de interacción con medios digitales en desmedro de los analógicos. Para muchos, comenzó la era de la concordia general entre las generaciones respecto de la comunicación contemporánea y sus diversos usos. Los nativos fueron cambiando de denominación y se convirtieron en *bárbaros*, *generación Y*, *generación Z*, *pulgarcitos*, *postalfa* y tantas otras, recibiendo la adjetivación correspondiente a un intento por nominar aquello que parece escapar de la gran concordia, casi un síntoma de que hay algo que no funciona cuando se mira a esas generaciones más jóvenes respecto de lo que sucede con las mayores, en este caso ya digitalizadas, ya nativizadas.

Pero el síntoma pide cierta prudencia respecto al descarte veloz de categorías y al típico “ahora esto es así”, tan presente entre los que se dedican a estudiar estos ángulos del mundo. Es verdad que la categoría nativos digitales parece no tener demasiado lugar en un mundo donde las tecnologías ya son parte de la vida cotidiana de todas las poblaciones conectadas, la mitad de la humanidad, casi el cien por cien de las sociedades desarrolladas y la inmensa mayoría de las emergentes. Pero antes de terminar y liberar a nuestros lectores, nos gustaría recordar que el “espíritu” de los nativos vuelve a reverdecer cada vez que vemos niños y adolescentes que se enganchan con asombrosa facilidad en las nuevas aplicaciones, en los nuevos dispositivos, en los nuevos contenidos a los que acceden, generando la sorpresa de sus adultos cercanos, algunos de ellos sendos nativos digitales convertidos en señores y señoras bien sucedidos, tan sorprendidos como los abuelos, migrantes digitales ya irre-  
dimibles, todos con las bocas abiertas frente a tanta destreza irreflexiva y vital. Es verdad, hay que decirlo: han muerto los nativos digitales. ¡Larga vida a los nativos digitales!



## BIBLIOGRAFÍA CITADA

- Basile, D. & Linne, J. (2013). "La discoteca virtual. Búsqueda de pareja en adolescentes de sectores populares a través de Facebook" en *Razón y Palabra. Primera Revista Electrónica en Iberoamérica Especializada en Comunicación*, 85.
- Basile, D. & Linne, J. (2014). "Adolescentes y redes sociales online. El photo sharing como motor de la sociabilidad" en *Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, Cuaderno 53*, págs. 17-27.
- Berger, P.y T.Luckmann. (1986). *La construcción de la realidad social*. Buenos Aires, Amorrortu.
- Castells, M. (2001). *La galaxia internet*. Barcelona, Areté.
- Castells, M. (2002). *La era de la información: economía, sociedad y cultura: la sociedad red*. México, Siglo XXI. 3 vols.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid, Alianza.
- Comscore (2013). *Analytics for a Digital World*. Disponible en: [www.comscore.com](http://www.comscore.com).
- De Certeau, M. (1996). *La invención de lo cotidiano. Artes de hacer*. México, ITE-SO.
- Feixa, C. (2003). "Del reloj de arena al reloj digital. Sobre las temporalidades juveniles" en *Jóvenes. Revista de Estudios sobre Juventud*. Año 7, Nro. 19, México DF, julio-diciembre de 2003
- Goszczyński, L. (2008 ). "Hacia los usos adolescentes del fotolog: vía –¿libre?– para la presentación de sí" en Urresti, M. (Ed.) (2008) *Ciberculturas juveniles*. Buenos Aires, La Crujía .
- Himmanen, P. (2003). *La ética hacker y el espíritu de la era de la información*. Barcelona, Destino.
- Hobsbawn, E. (1995). *Historia del Siglo XX*. Barcelona, Crítica.
- Igarza, R. (2009). *Burbujas de ocio*. Buenos Aires, La Crujía.
- Internet Society (2014). *Internet Society. Global internet Report 2014. Open and Sustainable Access for All*. Disponible en: [http://www.internetsociety.org/sites/default/files/Global\\_internet\\_Report\\_2014.pdf](http://www.internetsociety.org/sites/default/files/Global_internet_Report_2014.pdf)

- Internet World Stats (2013). Disponible en: <http://internetworldstats.com>.
- Knack Consultores (2013). *Consumos culturales de jóvenes*. (mimeo) Buenos Aires.
- López, G. y Ciuffoli, C. (2012). *Facebook es el mensaje. Oralidad, escritura y después*. Buenos Aires, La Crujía.
- Mannheim, K. (2002). "El problema de las generaciones" en *REIS*, Nro. 62, Madrid.
- Margulis, M. y M. resti. (1996) "La juventud es más que una palabra" en Margulis, Mario y otros. *La juventud es más que una palabra. Ensayos sobre cultura y juventud*. Buenos Aires, Biblos.
- Mead, M. (1970). *Cultura y compromiso*. Buenos Aires, Granica.
- Morduchowicz, R. (2008). *La generación multimedia: significados, consumos y prácticas culturales de los jóvenes*. Buenos Aires, Paidós.
- Morduchowicz, R. (2012). *Los adolescentes y las redes sociales*. Buenos Aires, FCE.
- Piscitelli, A.(2009) *Nativos Digitales. Dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de la participación*. Buenos Aires, Santillana.
- Prensky, M. (2001). *Digital Natives, Digital Immigrants*. ([www.marcprensky.com](http://www.marcprensky.com))
- Prince, A. y Jolías, L. (2011). "Etapas de la inclusión digital en Argentina: difusión y adopción de TIC" en Thill, E. (2011). *Modelo social de la Agenda Digital Argentina: inclusión digital para la integración social 2003-2011*. Buenos Aires, Jefatura de Ministros, Presidencia de la Nación Argentina.
- Rheingold, H. (2004). *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social*. Barcelona, Gedisa.
- Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires, FCE.
- Tapscott, D. (1999). *Creciendo en un entorno digital*. Bogotá, Mc Graw-Hill.
- Tenti, E. (2003). "Socialización" en Altamirano, C. (comp.) (2003) *Términos críticos. Diccionario de términos de sociología de la cultura y análisis cultural*. Buenos Aires, Paidós.
- Toffler, A. (1980). *La tercera ola*. Bogotá, Plaza y Janés.
- Urresti, M. (Ed.) (2008). *Ciberculturas juveniles*. Buenos Aires, La Crujía.
- Urresti, M. (2014). "La comunicación digital y las políticas del estado como intervención cultural" en Margulis, M.; Urresti, M. y H. Lewin (Eds.) *Intervenir en la cultura. Más allá de las políticas culturales*. Biblos, Buenos Aires.
- Wikimedia.org (2012). Disponible en: <http://wikimedia.org>
- Winocur, R. (2009). *Robinson Crusoe ya tiene celular*. México, Siglo XXI.
- Wittgenstein, L. (1988). *Investigaciones filosóficas*. Crítica, Barcelona.





Desde su apertura al acceso público en 1992, internet ha venido creciendo año a año hasta consolidarse de modo definitivo en distintas regiones del mundo incluyendo a nuestro país. Con sus diversas ofertas de información, entretenimiento, encuentro social y comunicación interpersonal, la red despliega un amplísimo abanico de posibilidades que constituyen una tentación ineludible para satisfacer cualquier tipo de curiosidad, desde la más modesta y corriente, hasta la más sofisticada e inusual.

Este libro busca aportar elementos que sean significativos para comprender la relación entre las jóvenes generaciones y el vasto universo de las comunicaciones digitales. Para ello se desarrollan distintos temas orientados a tal fin: en primer término, la situación generacional frente a las innovaciones tecnológicas y comunicativas; en segundo lugar, la historia de las tecnologías digitales y sus diversas etapas de evolución hasta el presente; finalmente, las formas en las que los jóvenes de la Ciudad de Buenos Aires -con énfasis en los sectores populares- se apropian de las redes sociales y las utilizan de acuerdo con sus intereses y urgencias más inmediatas.

ISBN 978-987-1309-18-4



9 789871 309184