



Facultad de Derecho y Ciencias Sociales

Gral. Roca, Río Negro

Tema:

**Prácticas adolescentes en las redes sociales:
¿cómo construyen su subjetividad
en el espacio virtual?**

Especialización en Comunicación y Culturas Contemporáneas

Lic. Julieta Espinosa

Tutor: Fabián Bergero

Fecha: 31 de mayo de 2018

“El escaso tiempo que los bárbaros dedican a los pensamientos ¿no os parece un sistema para prohibirse ideas que puedan generar idolatrías? Y ese modo de buscar la verdad de las cosas en la red, y que mantienen en la superficie con otras cosas, ¿no os parece una estrategia infantil pero precisa para evitar hundirse en el abismo de una verdad absoluta y fatalmente parcial? (...) Si pensáis en el tema, se trata de movimientos que podéis encontrar, todos, punto por punto, en los gestos de impaciencia de las vanguardias: lo que ocurre es que aquí se obtienen con un movimiento natural, no con un doble salto mortal de la inteligencia. (Estaré loco, quizá, pero de vez en cuando pienso que la barbarie es una especie de inmensa vanguardia convertida en sentido común).”

Alessandro Baricco (2007) “Los Bárbaros” (pág.151)

Agradecimientos:

A mi familia, por el apoyo y la tolerancia incondicionales.

A Fabián, por el acompañamiento y aliento constantes, por la entrega y generosidad.

A los docentes y gestores de esta Especialización que nos permite seguir perfeccionándonos
y compartiendo los caminos de la Comunicación.

A los compañeros y colegas que hicieron tan llevaderos los viajes y esfuerzos.

Índice:

Capítulo 1: INTRODUCCIÓN.....	pág.5
1.1. Palabras clave	pág.6
1.2. Objetivos.....	pág.6
Capítulo 2: MARCO TEÓRICO... ..	pág.7
2.1. Conectividad, redes y competencias transmedia.....	pág.7
2.2. Conceptos preliminares.....	pág.9
2.2.1. Subjetividad y tecnología digital en la sociedad postindustrial.....	pág.9
2.2.2. Convergencia tecnológica y cultura participativa.....	pág.11
2.2.3. ¿Redes sociales o comunidades empoderadas?.....	pág.12
2.2.4. Identidad virtual.....	pág.13
2.3. Vivir en las redes.....	pág.15
2.3.1. Comportamientos bárbaros:	
<i>Surfing y multitasking</i> y sistemas de paso.....	pág.16
2.3.2. Desigualdades de la sociedad líquida.....	pág.19
Capítulo 3: METODOLOGÍA.....	pág.23
3.1. Contexto general y específico.....	pág.23
3.2. Proyecto de trabajo.....	pág.24
3.3. Técnicas de campo etnográficas.....	pág.24
3.4. Sistematización de resultados.....	pág.26
3.5. Posibles obstáculos metodológicos.....	pág.27
Bibliografía.....	pág.29

Capítulo 1: INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación se propone indagar en las prácticas comunicativas (y, por ende, sociales y culturales) de los adolescentes de entre 16 y 18 años de la Escuela Secundaria de Río Negro (ESRN) N° 35 de Cipolletti (Río Negro) a través de las redes sociales que en su gran mayoría consumen a través de sus dispositivos móviles. Opté por este segmento poblacional porque, al decir de Peirone (2018), “son quienes más exploran su potencial y diversifican su aplicabilidad”, con menos prejuicios que otras generaciones más tradicionales, dando lugar a un “nuevo modelo cultural u orden social”¹.

Además, como lo demuestran distintos estudios como los que se exponen en diarios La Nación (2017), Perfil (2017) y Bergero (2018), las redes sociales (principalmente Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat y WhatsApp) son el medio de comunicación más utilizado por adolescentes de esa franja etaria y el entorno que más habitan: hasta un 60% de su tiempo y alrededor de 5 horas diarias. Son los y las jóvenes de entre 16 y 35 años quienes marcan las tendencias de un consumo intersticial, móvil y a-sincrónico (Bergero, 2018).

Entonces: ¿cómo construyen su subjetividad los adolescentes cipoleños ante semejante exposición en las redes, en un presente en que “la fusión entre el hombre y la técnica parece profundizarse, y por eso mismo se torna más crucial y problemática” (Sibila, 2005)? Ó, como afirma Colombo (2016), ¿“lo virtual y lo real son indivisibles en la vida humana contemporánea”? ¿Podemos considerarlos una suerte de “bárbaros” vanguardistas de nuestra actualidad en mutación (Baricco, 2007)? Ó, más bien, su comportamiento es consecuencia de una lógica consumista y capitalista en el marco de la “sociedad líquida” dominada por valores como la rapidez, el individualismo, la instantaneidad y el descarte (Bauman, 2000)?

En otras palabras, ¿cómo construyen los microrrelatos de su experiencia, su socialización, su percepción de realidad y su propia agenda cultural de actualidad a partir de la interactividad y la producción de textos, imágenes y videos que conforman su identidad como grupo social? Modos comunicativos “transmediáticos” (Scolari, 2013),

¹ Peirone, F.(2018): Mi realidad es aumentada, revista Anfibia. Ver artículo completo en:

<http://www.revistaanfibia.com/ensayo/mi-realidad-es-aumentada/>

“hipermediatizados” (Scolari, 2008), “intersticiales” (Igarza, 2009), en un contexto de entornos tecnológicos caracterizados por la “convergencia tecnológica” (Jenkins, 2006) que genera para estos adolescentes un territorio con espacios, entrecruzamientos y sentidos propios.

No sólo cambió la tecnología para comunicarse o ponerse en contacto, acceder a y compartir información y conocimiento, sino también el modo, el qué, el cuándo y el motivo de hacerlo. Se trata de una mutación, un cambio radical que da pie a otros mundos de sentido y hábitos posibles, que alcanza a todas las generaciones. Y se basa en dos ejes centrales: una idea distinta respecto a qué es la experiencia y un emplazamiento distinto del sentido en el tejido de la existencia. Citando nuevamente a Baricco (2007: 209): “(...) la superficie en vez de la profundidad, la velocidad en vez de la reflexión, las secuencias en vez del análisis, el *surf* en vez de la profundización, la comunicación en vez de la expresión, el *multitasking* en vez de la especialización, el placer en vez del esfuerzo”.

1.1.Palabras clave: técnica y tecnologías; convergencia tecnológica; subjetividad; Yo virtual; redes sociales; cultura participativa; narración transmediática; sociedad postindustrial

1.2.Objetivos:

- Identificar cuáles son las principales prácticas comunicativas que realizan los adolescentes en las redes sociales.
- Conocer sus principales motivaciones en estas prácticas.
- Determinar qué contenidos postean y comparten en las redes.
- Vincular dicho consumo con la oferta que la industria cultural expone en las redes.
- Analizar, estudiar, reconocer cómo los y las adolescentes construyen su subjetividad en tiempos de redes sociales.

Capítulo 2: MARCO TEÓRICO

2.1. Conectividad, redes y competencias transmedia

La extensión en el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y, en particular de las redes sociales desde la primera década del siglo XXI, como Facebook y Twitter, ha dado lugar a una socialización virtual en la que no sólo se comparten experiencias personales, en cualquier tipo de forma digital, sino también los temas que crean la agenda informativa, de debate y ocio de los usuarios que ya no ven en los medios masivos de comunicación tradicionales (radios, diarios y revistas, TV), la fuente única y privilegiada de comunicación de noticias, cultura general y entretenimiento.

Un estudio de la compañía “IMS Mobile in LatAm” publicado por el diario Perfil (2017)² determinó que del 68% de usuarios conectados a la web, los más jóvenes alcanzan un promedio de conexión móvil de 33 horas a la semana (casi 5 horas por día). Asimismo, se indicó que, en general, entre las actividades más comunes realizadas con el smartphome, se ubica el uso de redes sociales, actividad que realiza el 85% de los usuarios.

Acerca del consumo en redes sociales, en su sección de Tecnología, el diario La Nación (2017) se refirió al comportamiento global y también segmentado referidas a éstas. Así, ubicó a Facebook en primer lugar, con 2000 millones de usuarios; WeChat, con 1000 mil millones (en su mayoría chinos); seguida por Instagram, 800 millones; Twitter, 330 millones, y Snapchat: entre 180 y 200 millones.

En la misma nota, el diario se refirió a los resultados de una investigación realizada por Carrier y Asociados, un estudio profesional dedicado a la información y análisis de mercado con el foco puesto en el consumo y uso de productos y servicios vinculados a Internet, las telecomunicaciones, la informática y los medios digitales. En su blog “Comentarios”, Carrier (2017) da cuenta de que en Argentina, en promedio, una persona emplea en forma simultánea 3,4 redes sociales, entre las que se incluye a los grupos de Whatsapp.

Y también habla de las preferencias de los argentinos por las redes según rangos etarios, con una notoria participación de jóvenes y adultos menores de 33 años:

² Consultar en: <http://www.perfil.com/noticias/ciencia/los-argentinos-entre-los-mas-conectados-el-68-esta-online.phtml>

“Claramente, quienes participan de mayor cantidad de redes sociales son los más jóvenes, ya sean *millennials* (de 24 a 33 años) o *centennials* (menores de 24). Sin embargo, entre éstos se observan diferencias a la hora de identificar las redes que utilizan cotidianamente. Los *centennials* conforman el grupo etario que menos uso cotidiano hacen de Facebook, alrededor de unos 10 puntos menos que el resto. Se confirma así la percepción de que no usan tanto esta red como las generaciones previas. No obstante, sí es habitual que tengan cuenta”, apunta Carrier (2017).

Por otro lado, sobre la práctica con redes sociales, también refiere el proyecto “*Transmedia Literacy. Exploiting transmedia skills and informal learning strategies to improve formal education*”³, realizado por especialistas en Comunicación para el programa europeo H2020, que llevó tres años de producción y que tuvo como objetivo principal indagar acerca de lo que hacen los jóvenes con los medios, cómo lo hacen y cómo aprenden. En palabras de uno de sus realizadores, el semiólogo, investigador y comunicador Carlos Scolari (2018), la intención fue la de “investigar las prácticas colaborativas de los adolescentes en el ámbito de las narrativas transmedia (producción de contenidos por parte de jóvenes usuarios, cultura de fans, videojuegos, participación en redes sociales, etc.) y, sobre todo, las competencias transmedia (*transmedia skills*) que se están generando a partir de esas prácticas”.

De un relevamiento realizado en 8 países, sobre la base de 1.633 encuestas, 58 talleres, 311 entrevistas y la observación de 8 comunidades en línea, se concluyó, entre otras importantes cuestiones, que no todos los adolescentes tienen las mismas competencias y estrategias digitales. “En otras palabras: no existen los “nativos digitales” con un conocimiento innato avanzado de las tecnologías digitales” (Scolari, 2018). Y se elaboró, entre otras interesantísimas estrategias metodológicas de exposición de resultados que figuran en el sitio del proyecto, un “mapa de competencias transmedia”⁴ para dar cuenta de las prácticas que desarrollan en su ecosistema digital.

En esas prácticas, directamente relacionadas con las redes sociales, figuran las siguientes competencias: producción o uso, creación y modificación de lenguajes digitales gráficos y audiovisuales (incluyendo la codificación y decodificación de *software* y

³ Consultar en: transmedialiteracy.org

⁴ Puede verse en la sección *Teacher's kit* del proyecto, yendo a: <http://transmedialiteracy.upf.edu/es/transmedia-skills-map>

hardware); conocimiento y prevención de riesgos en Internet (*Netiquett*); *performance* en videojuegos, conocimiento de uso y transgresión de sus normas; gestión social en la participación de redes y comunidades de modo colaborativo o protagónico; gestión individual en la construcción de la propia identidad virtual; gestión de contenidos, búsqueda, selección y difusión de información en Internet; uso de TIC, conocimiento, evaluación y aplicación de éstas; competencia ética e ideológica, reconocimiento y descripción de implicancias legales y éticas de la producción y difusión del contenidos de los medios; habilidad interpretativa y narrativa transmedia.

Asimismo, como se desprende de la misma investigación, es posible detectar entre sus prácticas un intenso y profuso aprendizaje informal, sobre todo en comunidades de fans o las redes sociales, relacionado con el aprendizaje a través de la práctica, la resolución de problemas, la imitación/simulación de los otros, el juego, la evaluación y la enseñanza. Una gran gama de estrategias que sitúa a los/as adolescentes en una realidad la mayoría de las veces ajena a la formalidad de las instituciones que los alojan, como la escuela.

De hecho, uno de los logros del proyecto fue la de generar una serie de recursos didácticos (videos de experiencias, actividades prácticas realizadas, etc.) para que puedan ser aplicados por los docentes en las aulas y, de esta manera, “tender un puente entre el mundo externo e interno de los jóvenes” en su práctica con los medios actuales (Scolari, 2018)⁵. De esta manera, se pretende, no sólo colaborar con la práctica docente, sino también evitar la subestimación que muchas veces se realiza de los/as jóvenes como usuarios de Internet y dispositivos móviles, como si se trataran de elementos exclusivamente distractores y no provechosos para el aprendizaje individual y colectivo.

2.2. Conceptos preliminares

2.2.1. Subjetividad y tecnología digital en la sociedad postindustrial

Un primer concepto que es necesario aclarar para poder indagar sobre los comportamientos de estos usuarios adolescentes como nuevos sujetos culturales es el de subjetividad, entendida por Colombo (2017) como aquellas prácticas voluntarias e involuntarias de los individuos y supeditadas al contexto sociohistórico en que se instituyen. La subjetividad se compone de cualidades físicas, emocionales e intelectuales y

⁵ Es posible dar con estos recursos en la sección *Teacher's kit* del sitio del proyecto: <http://transmedialiteracy.upf.edu/>

está fuertemente relacionada con una forma de interpretar el mundo que es, a su vez, dependiente (aunque no de forma determinante) del grupo social de pertenencia con el cual el sujeto adquiere esquemas de percepción, apreciación y evaluación de la realidad.

Por otra parte, es importante definir qué es la técnica y la tecnología, y qué relación se establece con dichos sujetos en la actualidad. “Con el término ‘técnica’ entendemos tanto el universo de los medios (las tecnologías), que en conjunto componen el aparato técnico, como la racionalidad que precede su empleo en términos de funcionalidad y eficiencia. Con estas características, la técnica ha nacido no como expresión del ‘espíritu’ humano, sino como ‘remedio’ a su insuficiencia biológica” (como se cita en Colombo, 2017: 22). Así, hoy vivimos en la edad de la técnica, en oposición a la edad pre-técnica o pre-tecnológica, donde la técnica era un instrumento que se utilizaba para dominar a la naturaleza y no el ambiente del hombre y un fin en sí mismo como ocurre en la actualidad.

Es en este sentido que también se expresa Sibila (2005):

“Estaría llegando a su fin la prometeica edad del fuego, de modo que las herramientas y los combustibles característicos de la sociedad industrial serán reemplazados por otro tipo de instrumental y otras fuentes de energía. Estas nuevas modalidades son de inspiración electrónica y digital, y ostentan una capacidad de modelar las materias vivas e inertes de formas inusitadas”, señala Sibila (pág. 51).

Se trata, entonces, de un nuevo contexto dominado por la tecnociencia y el entorno digital. Y, asimismo, de un nuevo capitalismo postindustrial que conforma, a su vez, subjetividades inéditas que se vuelven preciadas mercancías en una espiral de consumo constante en todos los ámbitos de la vida social. Tal como lo afirma Sibila (2005): “El nuevo capitalismo se erige sobre el inmenso poder de procesamiento digital y metaboliza las fuerzas vitales con una voracidad inaudita, lanzando y relanzando constantemente al mercado nuevas subjetividades” (pág. 33). Subjetividades que, como veremos más adelante, configuran un nuevo Yo, el Yo virtual de las redes sociales (Colombo, 2017), que actúa en simultáneo con el Yo real físico o biológico, como consecuencia de estos flamantes “procesos de hibridación orgánico-tecnológica” (Sibila, 2017).

2.2.2. Convergencia tecnológica y cultura participativa

Desde que se instaló la Web 2.0 a comienzos del siglo XXI, la hipertextualidad, el intercambio, la producción, la digitalización y difusión de datos digitales por parte de los mismos usuarios, fueron procesos que se naturalizaron de tal manera en las sociedades informatizadas y conectadas, que hoy resulta casi imposible prescindir de ellos. En este contexto de tecnología comunicacional, se revalorizaron conceptos como el de “red/es” y “convergencia” “inteligencia colectiva”, entre otros.

“Con *convergencia* me refiero al flujo de contenido a partir de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación a través de múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, dispuestas a ir casi a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias del entretenimiento”, indica Jenkins (2006:14).

El autor otorga a este tipo de convergencia un fundamento cultural y social, antes que tecnológico, ya que opina que son los mismos consumidores los encargados de, mediante su participación e interacción, buscar nueva información y establecer conexiones entre contenidos mediáticos dispersos. De allí, la existencia de una “convergencia cultural” y una “cultura participativa” que da lugar también al término “inteligencia colectiva”, que Jenkins toma del teórico Pierre Lévy, y que hoy se vincula a estos nuevos fenómenos de interrelación personal y comunitaria que reflejan diariamente las potencialidades de las redes sociales.

"La inteligencia colectiva puede verse como una fuente alternativa de poder mediático. Estamos aprendiendo a usar ese poder mediante nuestras interacciones cotidianas en el seno de la cultura de la convergencia. Ahora mismo estamos empleando este poder colectivo principalmente a través de nuestra vida recreativa, pero pronto desplegaremos esas habilidades para propósitos más 'serios'", afirma Jenkins (pág.15).

Antes que redes, el mismo autor refiere a “comunidades de conocimiento”, aquellas que comparten y construyen conocimiento con intereses en común (como en el caso de los grupos seguidores y consumidores de series y videojuegos, por ej.), en constante

negociación entre unos y otros. Dicho conocimiento es construido de un modo particular a partir de lo que Jenkins llama “narración transmediática”, una suerte de nuevo modo de comunicar en la cultura participativa de la convergencia, que él sintetiza de esta manera: “Una historia transmediática se desarrolla a través de múltiples plataformas mediáticas, y cada nuevo texto hace una contribución valiosa y específica a la totalidad” (Jenkins, 2006: 101).

En redes sociales como Facebook y Twitter este fenómeno se observa claramente en las múltiples formas en que se muestra y se accede a los diversos contenidos, según la propuesta de cada usuario: redacción de texto, publicación de video o imagen que a su vez puede remitir o no a otra red (Youtube, Instagram por ej.), recomendación de hiperenlace, imagen propia o de otro sitio, invitación a jugar en red, etc.

2.2.3. ¿Redes sociales o comunidades empoderadas?

En su trabajo “La sociedad red: una visión global” Manuel Castells (2009), define a las redes como estructuras fundamentales de la vida que permiten conectar puntos o nodos por flujos de comunicación, y explica su modificación a partir de la irrupción de las TIC que conformaron lo que se conoce como “sociedad red”. Con este nuevo sentido, las redes se vuelven flexibles, adaptables y modificables, y tienen el poder de conectar y desconectar a quienes las habitan o, por el contrario, quedan fuera de ellas. Así, según el pensamiento de este autor, las luchas por el poder político, social y económico se libran en las arenas de las redes de Internet, que dan lugar a movimientos hegemónicos y contrahegemónicos.

En una entrevista que le realizara en 2015 el dirigente español de izquierda Pablo Iglesias para su programa “La Tuerka”⁶, Castells opina sobre el poder de las “redes personales” frente a las “redes nacionales” o estatales de las que la gente, según él, ya des Cree. Ante la deslegitimación de los Estados, las redes personales formarían parte de la necesidad de crear una nueva “institucionalidad abierta”. “El poder está en nuestras mentes y en la capacidad de comunicar con otros”, afirma y señala que hoy “la gente milita en los medios y en las redes de comunicación”.

Asimismo, Castells explica que hay ciertos elementos claves para vislumbrar el cambio político: dice que la gente está harta porque no cree, actúa emocionalmente y cree

⁶ Disponible en: https://www.youtube.com/watch?time_continue=17&v=dU-MD3NqmQ8. Última consulta realizada el 4 de abril de 2018, 21hs.

en lo que comparte. “Las ilusiones se pueden compartir por comunicación”, sostiene. Y señala que ese cambio político institucional todavía es incipiente y sólo puede hablarse de “principios de presencia institucional”, ya que para darse de un modo más contundente deberían conjugarse varios factores como la organización consciente de la sociedad, la intervención en los medios de comunicación y las redes sociales para vincularse con otros actores sociales.

La posibilidad de construir una nueva institucionalidad, pasa, entonces para Castells por “construir la red global-local por abajo que actúe a través de los sistemas de comunicación tradicionales y de redes sobre los espacios políticos institucionales y cómo todo eso funciona entre la gente de un país y la de otros”.

2.2.4. Identidad virtual

Desde un punto de vista meramente tecnológico, se puede decir que las redes sociales son plataformas o aplicaciones informáticas a las que se accede a través de cualquier dispositivo móvil (una computadora, tableta o desde un teléfono celular conectados a Internet). Pero además, y principalmente, es posible afirmar que son espacios digitales en los que se configuran “otros modos de ser” (Sibila, 2005) y “parte de la subjetividad contemporánea” (Colombo, 2017). Porque allí los sujetos desarrollan su vida cotidiana a través de un perfil virtual en el que vuelcan contenidos e informaciones. En este espacio virtual se darían otros tipos de representaciones donde los sujetos se (re)configuran subjetivamente.

“(…) el cuerpo humano, en su anticuada configuración biológica, se estaría volviendo obsoleto”, asegura Sibila (2005: 11). Imbuidos en la vorágine de la actualización tecnológica permanente, que suspende el contacto presencial (el “cara a cara”) y limita la circulación por espacios físicos y públicos tradicionales, los usuarios de TIC intentarían evitar de esta manera las distancias geográficas, las enfermedades e, incluso, la muerte (de hecho Colombo plantea la existencia de un Yo virtual inmortal⁷).

⁷ Para una mayor profundización de este tema, se puede leer su tesis de grado “La construcción del yo inmortal: una aproximación a la configuración de la subjetividad en el espacio virtual”, disponible en: http://comunicacion.sociales.uba.ar/?page_id=636

“Alejados de la lógica mecánica e insertos en el nuevo régimen digital, los cuerpos contemporáneos se presentan como sistemas de procesamientos de datos, códigos, perfiles cifrados, bancos de información. Lanzados a las nuevas cadencias de la tecnociencia, el cuerpo humano parece haber perdido su definición clásica y su solidez analógica: en la esfera digital se vuelve permeable, proyectable, programable”, sostiene Sibila (2005: 14).

En este novedoso estado del ser, se requiere de un avatar o un Yo que esté presente en la virtualidad permanentemente. Según da cuenta Colombo (2017), un avatar es una representación que puede tomar la forma de una imagen (ya sea una fotografía o un dibujo) que eligen los sujetos para presentarse en el espacio virtual. Un Yo virtual, en cambio, es una noción más general del individuo, que contiene marcas de su identidad, por ejemplo, en los vínculos que establece (las “amistades”), las preferencias, las opiniones o comentarios, la selección de texto e imágenes, aunque también los aspectos involuntarios, igual como sucede con el Yo real o aquel que presenta un cuerpo físico, biológico.

A su vez, estos espacios virtuales que construyen las redes son al mismo tiempo, por sus propias características de configuración, públicos y privados:

“(…) el espacio virtual es un ámbito privado en cuanto cada perfil pertenece a sujetos individuales y donde existen ciertas reglas que deben cumplirse para pertenecer, pero es también un espacio público en el que se establecen y jerarquizan vínculos, donde la información está disponible para quien quiera acceder a ella y en el que lo importante para cada individuo es mostrar ante el resto lo que él es”, señala Colombo (2017:4).

Esto, en ocasiones, puede generar un riesgo en las/os adolescentes que permanentemente suman contactos (conocidos y desconocidos en la vida real/física) en sus redes, sin cuidar aspectos de su privacidad que se comparten en ellas de modo público: imágenes, comentarios, datos personales, etc. Aspectos que pueden ser aprovechados por otros/as adolescentes para generar agravios reiterativos o *Cyberbullying*, e incluso delitos provocados por adultos malintencionados que, a través de un perfil falso, pueden acosar y hasta violentar a un/a menor, como sucede en los casos de *Grooming*⁸.

⁸ Para conocer más de estas problemáticas, consultar el siguiente sitio: <https://www.argentinacibersegura.org/>

2.3. Vivir en las redes

En una línea similar a Sibila (2005) y Colombo (2017), Boczkowski y Mitchelstein (2017) sostienen que “las redes han dejado de ser objetos para convertirse en entornos, donde estamos con los otros: no usamos las redes sino que *vivimos* en ellas”⁹. Y establecen una metáfora urbana con redes como Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat y WhatsApp, pensándolos como escenarios en los que transitamos, habitamos y experimentamos: Facebook como la avenida, Instagram como el desfile, Twitter como el kiosco, Snapchat como el carnaval y WhatsApp como el café.

Así, definieron a Facebook como “una amplia avenida, en donde interactúan las esferas de lo público y lo privado: los contactos van desde un familiar distante hasta una pareja romántica, pasando por colegas, amigos de la escuela primaria, o flirteos”. Además, en Facebook “la gente socializa; se escuchan -al pasar- noticias, se observa el mundo, se compran objetos y, a veces, se disfruta”.

A Instagram se la ve como un desfile, donde prima el exhibicionismo por su carácter casi exclusivamente visual, y donde “la presentación del yo tiene un estilo altamente estetizado y cuidadosamente construido”. Asimismo, su audiencia, menor que la de Facebook, incluye desde un amigo cercano hasta un famoso y se suelen excluir a familiares cercanos.

Según las mismas definiciones de los autores, Twitter adopta el carácter de un kiosco, una experiencia semi-pública donde los contactos establecidos no pertenecen usualmente al espacio privado. Su función principal es la difusión permanente de noticias de actualidad en 140 caracteres. Además, es espacio de humor y posteo no planeado, lo que la distingue de Facebook y Twitter.

La calificación de carnaval para Snapchat, red de preferencia de los más jóvenes, tiene que ver con “un lugar donde se va a socializar y disfrutar por momentos breves y efímeros, que no generan compromisos, a través de interacciones visuales, usualmente con

⁹ Basaron sus conclusiones en investigaciones del Centro de Estudios de Medios y Sociedad en Argentina, desde una iniciativa conjunta entre Northwestern University y la Universidad de San Andrés, para lo cual se llevaron a cabo 45 entrevistas en profundidad a jóvenes de 18 a 29 años, entre marzo de 2016 y mayo de 2017. La muestra incluyó a estudiantes universitarios o terciarios, deportistas, administrativos, profesionales, y empleados de comercio, entre otros perfiles.

el uso de máscaras, que disparan conversaciones”. Contrario a Facebook, Snapchat aparece como una red de público restringido, donde quienes forman parte de la misma son los pertenecientes al grupo más cercano del individuo. Así, opera como un lugar de “intimidad pública”.

Por último, Whatsapp es el café o “nodo central de las comunicaciones -y neurosis-diarias”, un lugar de divertimento y también de trabajo mediante el chateo. “Desde comunicación interpersonal puramente relacional hasta la participación en grupos donde se distribuyen responsabilidades y obligaciones, este servicio de mensajería alberga una intersección de mundos públicos, íntimos y privados que le han dado un carácter de red social cuasi indispensable en la vida de los jóvenes”. Según advierten Boczkowski y Mitchelstein (2017), esta red en particular parece ser la más usada las 24 horas del día, lo que podría tener afectaciones psicológicas aún poco evaluadas.

Las preguntas que guiaron estos estudios, van en concordancia con los objetivos de este trabajo de posgrado:

“¿Qué sienten y cómo interpretan los jóvenes argentinos su vínculo con las plataformas digitales? ¿Cómo presentan allí sus biografías, interactúan, arman estrategias, sostienen, negocian o desafían convenciones sociales, perciben dinámicas temporales, y desarrollan vidas online en un momento histórico en que decir *offline* será -pronto- obsoleto?”, se preguntan Boczkowski y Mitchelstein (2017).

Dichos autores concluyen, entre otras afirmaciones, con ésta que podría tomarse como una respuesta general a aquellas: “(...) cada red social llama a una construcción de la experiencia de vivir que es propia, y hay determinadas percepciones colectivas sobre cómo operan allí las variables temporales y qué modo de decir es habilitado técnica y socialmente por las funcionalidades en juego”.

2.3.1. Comportamientos bárbaros: *Surfing*, *multitasking* y sistemas de paso

Es posible también adoptar los términos de Baricco (2007) para referirse al perfil y al rol de los adolescentes en la actualidad, en cuanto a su comportamiento como usuarios de redes sociales y consumos *on line* en general. Así, podrían estar encarnando la figura de los “bárbaros”, una suerte de nueva especie amenazante que está cambiando la lógica y el

mapa del territorio cultural conocido hasta ahora. Una horda que avanza con el saqueo de aldeas preestablecidas y se aprovecha de sus restos y ruinas para construir otras nuevas, dotadas de singulares espacios y sentidos. Y paraliza a las especies que antes las gobernaban.

“Se trata de un aspecto importante: ahí se encuentra la base de uno de los tópicos que anida desde siempre bajo la superficie del miedo a los bárbaros: la idea de que ellos son la avidez contrapuesta a la cultura; la certeza de que se mueven por una hipertrófica, una casi inmoral, sed de ganancias, de ventas, de beneficio”, sostiene Baricco (2007: 46).

Tienen bien arraigados comportamientos naturalmente apropiados a los que recurren sin escrúpulos ni prejuicios más propios de otras generaciones que tomaban a la informática y la navegación por Internet como algo exclusivo de pocos, o como un tema aparte de o en paralelo a sus ocupaciones. Comportamientos como el *surfing*, o el *multitasking*, que modifican las maneras de aproximarse a la información, conocerla, aprenderla y difundirla.

El *surfing* proviene del deporte *surf /surfear*, que consiste en deslizarse y hacer giros en una ola, de pie sobre una tabla; la analogía en la realidad virtual de la web es la situación de quien “navega” (otra palabra tomada de la náutica) por enlaces y etiquetas (*links*) trazando una trayectoria que intenta completar determinado sentido; por ejemplo, un joven puede buscar el precio de un reloj pulsera en un sitio de compra venta *on line* en primer lugar y luego ir a los links para recurrir a más información o a otro modo de verla en otros espacios virtuales que permite la conectividad: videos, fotos, comentarios, origen de la marca, otras publicaciones similares, etc. El nuevo “hombre horizontal”, al decir de Baricco (2007).

“El punto exacto en el que dispara su diferencia es la valoración de lo que puede significar, hoy en día *adquirir experiencia*. Podríamos decir: *encontrar sentido*. (...) Es ahí donde se dispara esa idea suya de hombre horizontal, de sentido distribuido en la superficie, de *surfing* de la experiencia, de redes de sistemas de paso: la idea de que la intensidad del mundo no se da en el subsuelo de las cosas, sino en el fulgor de una secuencia dibujada en la velocidad, en la superficie de lo existente”, dice Baricco (2007: 55).

El *multitasking*, es una forma de *surfing* pero implica además estar realizando otras acciones tanto en el mundo virtual como en el físico. Es decir que, además de estar completando los conocimientos necesarios para tener una idea cabal del reloj del ejemplo anterior, el joven también estará actualizando las notificaciones de las redes sociales en las que participa, subiendo fotos, audios y videos del momento, chateando con amigos y su novia, mientras se alimenta y ve una serie en *Netflix*¹⁰. Es poco más que convertirse en un ser orquesta. Con una aparente baja atención en cada cosa. Haciendo de todo un poco, según la vieja lógica de aprehensión del saber. O, según Baricco (2007:118) demostrando “(...) una nueva idea de experiencia. Una nueva localización del sentido. Una nueva forma de percepción. Una nueva técnica de supervivencia (...) una nueva civilización”.

Aquí es donde el autor también incluye el concepto de “sistemas de paso”, que son los lugares adonde se dirigen los bárbaros para entrar y salir fácilmente de distintas situaciones que se encuentran a su paso, en la búsqueda de sentidos y experiencias. En esa dirección, privilegian el movimiento y la aceleración. Y todo aquello que no coincida con dichos estados, es modificado o “saqueado” por ellos. De esta manera, pueden transformar las viejas aldeas (el pasado, lo heredado), hasta convertirlas en sistemas de paso o crear otras nuevas, para sentirse en su propio hábitat.

Traduciendo el concepto a esta propuesta de investigación, podemos decir que, por ejemplo, si el esfuerzo y la profundidad son valores heredados de generaciones pasadas (que habitaban las viejas aldeas) como sentidos que son capaces de hacer llegar a metas deseadas, los bárbaros (o la mayoría de ellos) tomarán de esos valores sólo lo conveniente, lo que realmente haya dado resultado, incluso resultados ya dados, en pos de continuar con su trayectoria. Por ejemplo, según esta postura, no leerán un libro completo si los resúmenes del mismo que encuentran en la web contienen los extractos de contenido suficientes para rendir un examen teórico de Literatura. Obviamente que esto pone en cuestión el sistema de educación tradicional, que mantiene métodos anacrónicos en la

¹⁰ Según la definición de Wikipedia, Netflix, Inc. es una empresa comercial estadounidense de entretenimiento que proporciona mediante tarifa plana mensual *streaming* (flujo) multimedia (principalmente películas, series de televisión) y documentales bajo demanda por Internet y de DVD por correo, donde los DVD se envían mediante Permit Reply Mail. La empresa fue fundada en el año 1997 y tiene su sede en Los Gatos (California). Comenzó su servicios basado en suscripción en 1999.

enseñanza, con poca o nula adaptación a los nuevos lenguajes adquiridos por los jóvenes, pero esto es ya otro tema.

Sin embargo, para Igarza (2018), no es conveniente la estigmatización de las jóvenes generaciones, ya que esto puede llevar a serias equivocaciones. En cambio, es necesario pensarlos en la heterogeneidad, en cuanto a perfiles, estilos y proyectos de vida diversos. “No todos comparten la misma personalidad, el mismo grupo social o la misma etapa de vida”, asegura, y ejemplifica con jóvenes que sólo estudian, o que estudian y trabajan, que son padres o que estudian, trabajan y además son padres.

El autor además advierte sobre la correcta valoración que es necesario otorgarles, pues desde un punto de vista demográfico, constituyen un segmento poblacional importante. Sólo en Argentina, uno de los países con mayor cantidad de población joven en el mundo, ésta representa un 15.34% de la población total, es decir, casi 14 millones de personas. Y es ese grupo etario el que seguirá siendo joven de aquí a 20 o 30 años.

En todo caso, lo que los diferencia como conjunto frente a otras generaciones y formas de vida es, por un lado, la representación del bienestar. Según el autor, aparece un nuevo paradigma de este concepto que es el “bienestar subjetivo”, en detrimento del concepto de “bienestar social” de otras décadas. Se trata de un paradigma más ligado al acumular que al compartir, “algo mucho más intrínseco, mucho más de la persona”, señala Igarza (2018). Por otro lado, los/as jóvenes consideran de modo diferente el uso del tiempo. “Viven una economía de experiencia, consistente en: adquirir conocimientos, conocer nuevas culturas, lugares y personas, encontrarse y descubrirse”, afirma.

En suma, es posible que las principales diferencias entre generaciones (o entre viejas y nuevas aldeas) tengan que ver más con una cuestión de elecciones en los modos de ser y pensar sobre su ser y organización social, que con otras consideradas como excluyentes entre unos y otros. Como, por ejemplo, el uso de las tecnologías; como se dijo en un apartado anterior, existen diferentes intereses y competencias en su apropiación y aplicación. Y en esto también inciden factores de clase: más allá de compartir un mismo rango etario, generalmente son los estratos medios y altos los que tienen un mayor acceso y un mejor aprovechamiento de las TIC.

2.3.2. Desigualdades de la sociedad líquida

Desde su propio punto de vista, Bauman (2000) habla acerca de la época actual como de una modernidad líquida, un momento en el que el poder, la riqueza y el progreso están asegurados por fenómenos sociales muy diferentes a los que ocurrían durante la modernidad pesada o sólida anterior, aferrada a la expansión territorial, el volumen y progreso de las propiedades materiales, y el control del tiempo. En cambio, la velocidad (especialmente de las señales electrónicas), la supresión del espacio y tiempo en recorrerlo, la falta de compromiso y responsabilidad, la individualidad son características propias de esta era en que quienes dominan ponen en práctica una suerte de “poder extraterritorial” que se mueve (y también descarta) con mucha más facilidad.

En esta nueva relación de fuerzas, los usuarios de redes sociales, pueden sentirse libres de interactuar, expresar, difundir lo que creen necesario, aunque se encuentren atrapados en ese juego de poder y aunque, sabiéndolo, no lo crean verdaderamente influyente en sus decisiones, o en sus creencias de participación civil desde la virtualidad:

“(…) la posibilidad de que lo que experimentamos como libertad no lo sea en absoluto; que las personas puedan estar satisfechas de los que les toca aunque diste mucho de ser “objetivamente” satisfactorio; que, viviendo en la esclavitud se sientan libres y por lo tanto no experimenten ninguna necesidad de liberarse, renunciando a toda posibilidad de acceder a una libertad genuina”, asegura Bauman (2000:22).

Ahora, la participación ciudadana se habría transformado en una crítica del consumidor que puede sentirse o no satisfecho con los servicios (generalmente comerciales) que se le prestan de forma individual o privada. Bauman explica esta situación a partir del colapso de la idea de finitud de la vida de la modernidad anterior, reemplazada por la idea de instantaneidad y eterno presente, en un contexto de desregulación y privatización de las tareas de responsabilidad que ahora estarían en manos de los individuos y no de un Estado o una fuerza colectiva que los avale.

Quienes detentan el capital, encuentran una ventaja en esta batalla, ya que les resulta más fácil y conveniente moverse sin las ataduras físicas de la modernidad pesada, que incluían el contacto cara a cara con los trabajadores o explotados; ahora el capital es “extraterritorial, volátil e inconstante” y genera constantes estrategias de “fusión y

reducción”, que lo desentienden aún más de las posibles movilizaciones y negociaciones intentadas por los dominados. “El capital puede viajar rápido y liviano, y su liviandad y movilidad se han convertido en la mayor fuente de incertidumbre de todos los demás. En esta característica descansa la dominación de hoy, y en ella se basa el principal factor de división social”, expresa Bauman (2000:130).

Situación que hoy también podría trasladarse a la brecha entre los incluidos o los excluidos digitales, o entre quienes acceden a y conocen y manejan las tecnologías digitales y quienes no logran ni acceder o adaptarse a ellas, ni al creciente mercado de consumismo y obsolescencia precoz que las impulsa. Brecha tanto generacional como socioeconómica y cultural, que encuentra a los más jóvenes en un posible lugar de dominación frente a las generaciones anteriores:

“Cuerpos delgados y con capacidad de movimiento, ropas livianas y zapatillas, teléfonos celulares (inventados para el uso del nómada que necesita estar ‘permanentemente en contacto’), pertenencias portátiles y desechables, son los símbolos principales de la época de la instantaneidad. (...) El advenimiento de la instantaneidad lleva a la cultura y a la ética humanas a un territorio inexplorado, donde la mayoría de los hábitos aprendidos para enfrentar la vida han perdido toda utilidad y sentido”, afirma Bauman (2000:137).

Esta nueva sociedad civil está inmersa en una ciudad que exige el permanente contacto con extraños, sin que esto signifique dar a conocer la propia identidad ni los propios intereses, pensamientos o sentimientos. Una ciudad con códigos y lógica propios que va más allá de los anhelos y preocupaciones individuales de las personas que se mueven en diferentes esferas del espacio público, en gran parte predispuesto para el consumo privado. “La tarea es consumir, y el consumo es un pasatiempo absoluto e irremediamente *individual*, una cadena de sensaciones que sólo puede ser experimentada-vivida- subjetivamente” (Bauman: 2000; 105).

Las redes sociales, como la ciudad y los espacios públicos y privados que ésta genera (instituciones, plazas, shoppings, barrios cerrados), también son lugares con reglas particulares, distintas a la cotidianidad y la realidad física en general. Son territorios virtuales de consumo, de contacto con extraños, de simulación de la identidad, de evasión y entretenimiento. Y dan una falsa sensación de seguridad y libertad, de anonimato, de

experiencia y de comunidad, tal como se da en el mundo real. Bauman habla de los *shoppings*, pero el atributo que les endilga, bien podría trasladarse a las redes: “En suma, el viaje a los espacios de consumo es una viaje hacia una anhelada comunidad que, al igual que la experiencia de comprar, está permanentemente en otra parte”.

Así, en esta la sociedad líquida,

“(…) los vínculos y asociaciones tienden a ser visualizados y tratados como objetos a ser *consumidos*, no producidos; están sujetos a los mismos criterios de todos los demás objetos de consumo. (...) La precariedad de la existencia social provoca una percepción de que el mundo circundante es una superposición de productos para consumo inmediato. Pero percibir el mundo, incluyendo a sus habitantes, como un pozo de artículos de consumo transforma la negociación de vínculos humanos duraderos en algo extremadamente arduo”, concluye Bauman (2000: 73-174).

La analogía de lo que plantea este autor con las redes sociales se puede deducir de las distorsiones de sentido que éstas generan en algunas denominaciones. Por ejemplo, los mismos términos de “seguidor” o “amigo” para calificar a los contactos que se suman a las cuentas de cada usuario, remiten a una relación muy diferente a la que aquellos suponen; en general, salvo en contados casos, se trata de una acumulación de vínculos más bien efímeros u ocasionales que dan cierto posicionamiento jerárquico al usuario desde una cifra o cantidad, más que desde una significación determinante. De hecho, los/as adolescentes (aunque no exclusivamente ellos) suelen seguir y admirar a quienes toman el rol de líderes, en cualquier rubro y por el motivo que sea, en gran parte por el número de seguidores que tienen. Algo que la industria cultural suele captar y potenciar de inmediato a sus propios fines.

Capítulo 3. METODOLOGÍA

3.1. Contexto general y específico

A modo de perfilar el proceso de investigación del presente proyecto, está prevista para la concreción del mismo la utilización de distintas técnicas de indagación y recolección de datos dirigidas y no dirigidas, teniendo en cuenta no sólo la población que será objeto de estudio del mismo (los/as adolescentes de entre 16 y 18 años de la ESRN N°35 de la ciudad de Cipolletti, Río Negro), sino también el contexto institucional en que tendrá lugar la investigación, pues éste será el marco en el que se desarrollarán las actividades en función de los objetivos propuestos.

La ESRN N°35 es una escuela secundaria pública estatal ubicada en calle Los Pehuenes 1296, circundada por calles Los Castaños, Los Nogales y Paso de los Libres, y emplazada en el barrio El Manzanar, uno de los barrios céntricos más tradicionales y residenciales de Cipolletti al que se llega rápidamente desde la Ruta Nacional N°22 tomando por el acceso de Av. Toschi y girando en la primera calle principal (Los Arrayanes) hacia la derecha. Cuenta con una matrícula de unos 500 estudiantes entre el turno mañana y tarde, de 1ro. a 5to. año y un *staff* de unas 50 personas entre docentes, no docentes, auxiliares y directivos. Allí, los estudiantes pueden optar, a partir de 3er. año, por dos orientaciones: Ciencias Naturales (en el turno mañana) y Comunicación (en el turno tarde), cada una de ellas organizada de acuerdo a un plan de estudios diferenciado, con espacios curriculares específicos de la modalidad y otros generales, disciplinares e interdisciplinares.

Ediliciamente, la escuela cuenta con trece aulas, dos baños para estudiantes y dos baños para el personal, biblioteca, laboratorio, salas de artística y de video, salón de usos múltiples, secretaría, preceptoría, oficinas de dirección y vicedirección, gabinete de referentes TIC, kiosco y fotocopidora, cocina y patio interno. Es una institución de tamaño considerable, con casi 30 años de trayectoria en la educación cipoleña (se creó en el año 1989), de constante búsqueda de construcción de lazos con la comunidad a través de diversos proyectos sociales y culturales intra e interinstitucionales.

3.2. Proyecto de trabajo

En este contexto, se desarrollará un proyecto experimental de estudio de caso (Berganza Conde y Ruiz San Román, 2005), a los fines de estudiar las causas y los efectos subjetivos de la exposición de los/as adolescentes en las redes sociales y el uso que hacen de ellas. El proyecto será realizado en una modalidad de taller optativo para estudiantes de 4to. y 5to. año (con un muestreo aleatorio de dos cursos de ambos turnos y modalidades, es decir, cuatro en total) que podría llevarse a cabo en las horas libres, en sus mismos espacios áulicos, y una vez a la semana en contraturno (un día a la mañana y otro a la tarde, en un lugar de la institución a definir) para garantizar la presencialidad de los mismos. Esto de acuerdo, a su vez, a la disponibilidad horaria de la investigadora de este trabajo y a la autorización del proyecto por parte de directivos, padres y otras autoridades educativas.

De esta manera, se lograría darle entidad pedagógica para los/as mismos estudiantes que verían con más claridad la propuesta. El taller tendrá una extensión de un bimestre, bajo el tipo de metodología etnográfica a corto plazo (Scolari, 2018), con objetivos, actividades y pautas explícitas, muy claras y precisas para los/as estudiantes, las cuales serán constantemente avisadas y revisadas a modo de generar, a su vez, una autoevaluación de la propuesta.

Es decir, durante esos dos meses de duración del proyecto, se realizarán al menos dos encuentros con cada grupo (de 25 estudiantes aproximadamente cada uno), para poder observar y evaluar el impacto de las distintas actividades que se propondrán en el taller. Desde un punto de vista práctico, y a los fines de estudiar sus hábitos y competencias, las mismas estarán relacionadas con la exposición a diferentes redes sociales desde los dispositivos con los que cuentan los/as estudiantes (celulares, netbooks, tablets, PC, etc.), con conectividad. Por otro lado, para poder conocer y profundizar acerca de sus subjetividades (intereses, motivaciones, interpretaciones, etc.), se trabajará con métodos cualitativos como las entrevistas no dirigidas y los grupos de discusión.

3.3. Técnicas de campo etnográficas

Un modo de inicio de este taller será la realización de encuestas generales estandarizadas acerca del tipo de consumo e interés de los/as adolescentes en las redes. Se indagará (con preguntas abiertas, cerradas y de elección múltiple), acerca de cuestiones

como: ¿qué hacen estos/as adolescentes en las redes?, ¿qué redes emplean y con qué frecuencia?, ¿por qué y para qué las usan?, ¿a qué responden sus preferencias?, ¿cuál es la duración de su conectividad en ellas?, ¿desde qué dispositivos se conectan?, etc. De esta manera, se tendría una aproximación a sus hábitos y motivos en cuanto a las prácticas generales referidas al uso de redes.

Seguidamente, a partir de los resultados de los cuestionarios, se plantearán grupos de trabajo (experimentales y de control) para observar prácticas más específicas según sus preferencias y competencias comunicativas y transmedia (Scolari, 2018). Por ejemplo, se armarán grupos de: usuarios/as de videojuegos en red, seguidores de líderes de opinión, compradores on line, consumidores de noticias, seguidores de comunidades de series, sitios literarios, youtubers, etc. Las actividades tendrán su foco, en primera instancia, en compartir experiencias y conocimiento, y luego en la producción de estrategias grupales para exponer frente a los demás (por ejemplo: inventar un personaje para hacerse youtubers, con qué temática y performance, de qué manera conseguir seguidores e interactuar con ellos, etc.).

Dicha observación será participante (Guber, 2001), lo cual implica compartir algunas de esas prácticas para conocerlas y desarrollarlas desde su experiencia, del modo en que lo hacen en su cotidianidad. Todo ello, con el uso de celulares y netbooks propios de los/as estudiantes (y del colegio en los casos en que hiciera falta). En este sentido, uno de los obstáculos a sortear será la falta de conectividad del colegio, que sólo cuenta con una Intranet que podría servir para compartir algunos contenidos y realizar algunas acciones. Esto podría resolverse, en parte, con la conectividad móvil con la que cuentan los/as mismos estudiantes. O, también, con el diseño de actividades que podrían llevar a cabo de manera ubicua, es decir, en el momento y lugar que puedan hacerlas con sus dispositivos.

Asimismo, se realizarán entrevistas en profundidad y grupos de discusión (Berganza Conde y Ruiz San Román, 2005), de modo tal de poder influir en el conocimiento de aspectos de su subjetividad y conducta comunicativa en las redes (opiniones, sentimientos, motivaciones, etc) y de una manera informal, flexible y voluntaria, para dar lugar a una mayor libertad de interacción y a un mayor flujo de información que permita corroborar, reformular y elaborar hipótesis de trabajo. Como se trata de técnicas no dirigidas, las

preguntas irán surgiendo a partir de los objetivos de la investigación y también de los resultados de encuestas, observaciones y las mismas entrevistas.

Para las entrevistas en profundidad se elegirán al menos dos estudiantes por curso, de acuerdo a la mayor interacción que éstos demuestren en distintas redes, para indagar acerca de sus pensamientos, sentimientos, actitudes, intereses y autopercepciones como audiencias y prosumidores de redes. Esas entrevistas se realizarán durante el mismo procedimiento de interacción de los/as estudiantes con las redes en el taller, de modo tal de poder captar dichas reacciones de manera improvisada pero a la vez exploratoria, siempre sobre la base de los ejes centrales y objetivos de investigación del proyecto que guiarán la elaboración de las preguntas.

En cuanto a los grupos de discusión, éstos se armarán de acuerdo a la cantidad de subgrupos conformados según el tipo de redes a utilizar o actividades a realizar, de los cuales se elegirá a un integrante por grupo (alrededor de cuatro estudiantes por curso). Se procurará que estos sean de diferentes edad, sexo y clase social para lograr una mayor representatividad del conjunto de estudiantes participantes del proyecto. Cada entrevista grupal tendrá una duración de una hora y su objetivo será inducir a la producción de un discurso espontáneo sobre conceptos delimitados por la investigadora del proyecto.

En este sentido, se harán preguntas comunes como: ¿por qué prefieren una u otra red?, ¿cómo aprendieron a utilizarlas?, ¿qué contenidos son los que comparten y postean, y por qué?, ¿qué actividades realizan con más frecuencia y en qué momentos las realizan?, ¿qué opinan sobre lo que algunos adultos dicen de las consecuencias sobre el uso excesivo de estas redes (por ej.: distracción, desconcentración, alienación)?, ¿están de acuerdo con la calificación que se hace de ustedes como expertos en tecnologías o “nativos digitales”?, etc. La principal intención de generar estos grupos es evaluar el comportamientos de los/as adolescentes como un público particular de usuarios de redes, con características, prácticas e intencionalidades propias.

3.4. Sistematización de resultados

Los datos que figuren como resultados de la investigación deberán ser sistematizados con instrumentos diversos, tanto para evaluar conclusiones y logros de la misma, como así también para poder compartir los datos con la comunidad educativa de la

ESRN 35, a modo de devolución hacia esta institución. Un método posible es la sistematización y tabulación de encuestas y entrevistas de modo cuantitativo (estadísticas, gráficos, tablas, etc.) y cualitativo (cuadro comparativo de variables y categorías, descripción y narración de parámetros generales, etc.).

También es posibles desarrollar, a partir de los datos recabados en dichos métodos, un “mapa de competencias transmedia” (Scolari, 2018), similar al desarrollado en el proyecto *Transmedia Literacy* descrito más arriba, que permita representar las habilidades conocidas y aplicadas por los/as adolescentes en sus prácticas con redes y dispositivos. Asimismo, de poder darse un registro fílmico de las distintas instancias de investigación, se realizaría un informe audiovisual de los principales momentos de la misma que podría quedar como archivo escolar a ser compartido por los distintos actores institucionales que lo requieran.

A su vez, todos estos materiales podrán ser expuestos ante los/as estudiantes en alguna instancia posterior de encuentro que pudiera ser organizada con este fin, para lograr una autoevaluación y devolución de aquellos/as. Igualmente, con autorización de la institución, padres y autoridades correspondientes, se podría subir a la Plataforma de Educación del Comahue (Pedco), de la Universidad Nacional del Comahue, para ser consultados por colegas docentes, investigadores, estudiantes, etc. Incluso se podría diseñar un blog o algún tipo de plataforma que sirviera para relatar de manera transmedial el proceso y los resultados del proyecto.

3.5. Posibles obstáculos metodológicos

En la puesta en práctica del diseño metodológico descrito, es posible que surjan algunas dificultades por diversos motivos, además de la ya mencionada escasa conectividad. En primer lugar, la modalidad de trabajo y la selección de grupos a investigar; esto dependerá, como se dijo, de la organización personal e institucional y los permisos que se puedan conseguir para la realización del proyecto. Además, al tratarse de una actividad voluntaria, también estará condicionada por la predisposición y voluntad que demuestren los/as estudiantes participantes del taller.

Al mismo tiempo, al tratarse de un método de observación participante, en el que el investigador debe involucrarse de manera activa en las prácticas y subjetividades de los/as

adolescentes que las realizan, se pueden dar ciertos conflictos referidos a, por un lado, el muestreo de alumnos/as y, por otro, a la convivencia en el espacio virtual. Acerca del muestreo, será conveniente elegir estudiantes que no formen parte de los grupos habitualmente a cargo de quien escribe, de modo de mantener un vínculo de investigadora-investigados y no de profesora-estudiantes.

Al respecto de la otra cuestión, se puede dar una brecha cultural en el uso de redes entre adolescentes e investigadora cuando se pretenda estudiar su comportamiento en comunidades en línea, ya que es posible que el uso que hacemos de ellas sea diferente por una cuestión generacional (y de intereses o motivaciones) y también por las diferentes competencias tecnológicas y transmedia puestas en práctica. En este sentido, será parte de la experimentación ir realizando los ajustes (y aprendizajes) necesarios en la interacción virtual entre estudiantes e investigadora como usuarios de redes.

Bibliografía:

- Baricco, A. (2007). Los bárbaros. Ensayo sobre la mutación. Anagrama, Colección Argumentos. Barcelona
- Berganza Conde, Ma.R. y Ruiz San Román, J.A. Coord. (2005): Investigar en Comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación. Ediciones Mc Grow Hill/INTERAMERICANA DE ESPAÑA, S.A.U., Madrid.
- Bergero, F. (2018). El escenario digital. Documento pdf, pp 3-8
- Bauman, Z. (2000). Modernidad líquida. Fondo de Cultura Económica, Bs.As.
- Boczkowski, P. y Mitchelstein. E. (2017). Vivir en las redes. Revista Anfibia. Recuperado de: <http://www.revistaanfibia.com/ensayo/vivir-en-las-redes/>.
- Carrier, E. (2017, 27 de octubre). La red nuestra de cada día. *Comentarios*. Recuperado de <http://www.comentariosblog.com.ar/2017/10/27/la-red-nuestra-de-cada-dia/>
- Castells, M. (2009). La sociedad red: una visión global (1a. ed., 1a. reimpr.). Madrid: Alianza.
- Colombo, A (2017). La construcción del yo inmortal: una aproximación a la configuración de la subjetividad en el espacio virtual (tesina de grado). 1a ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires. Carrera Ciencias de la Comunicación. Libro digital, PDF. Recuperado de http://comunicacion.sociales.uba.ar/?page_id=636
- Guber, R. (2001). LA ETNOGRAFÍA.MÉTODO, CAMPO Y REFLEXIVIDAD, Grupo Editorial Norma, Bs. As.
- Igarza, R. (2009). Burbujas de ocio. Nuevas formas de consumo cultural. Buenos Aires. La Crujía.
- Igarza, Roberto (2018): Conferencia del Dr. Roberto Igarza (UNR-Argentina): "Objetos sociológicos poco identificados: Redescubriendo viejos conocidos". 10º Foro Internacional de Periodismo Digital y 5º Encuentro Internacional de Narrativas Transmedia. 25 y 26 de abril de 2018. SUM de la Facultad de Arquitectura (Riobamba 220 bis, Rosario, Argentina), Universidad Nacional de Rosario. Publicado el 3/5/18, como #Foro2018 | Dr. Roberto Igarza. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=wjRA1A7jxN4>
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

La Nación. (2017, 29 de octubre). Las redes sociales preferidas por los argentinos, según su edad. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/2076890-las-redes-sociales-preferidas-por-los-argentinos-segun-su-edad>

La Tuerka (2015, 14 de junio). Otra Vuelta de Tuerka - Pablo Iglesias con Manuel Castells (Programa Completo). Programa #34. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?time_continue=17&v=dU-MD3NqmQ8

Mieres, L.V. (2017). El uso de las redes sociales en adolescentes. Facebook, un medio a través del cual los adolescentes construyen identidades y vínculos. Tesis de grado de la Licenciatura en Comunicación Social, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales (General Roca, Río Negro), Universidad Nacional del Comahue. Libro digital PDF.

Peirone, F. (2017, 1 de agosto). Mi realidad es aumentada. *Anfibia*. Recuperado de <http://www.revistaanfibia.com/ensayo/mi-realidad-es-aumentada/>

Perfil (2017, 10 de junio). Los argentinos, entre los más conectados: el 68% está online. *Perfil*. Recuperado de <http://www.perfil.com/ciencia/los-argentinos-entre-los-mas-conectados-el-68-esta-online.phtml>

Patalano, M.F. (2017). Estudiantes allenses y redes sociales: un estudio exploratorio sobre prácticas y usos. Tesis de grado de la Licenciatura en Comunicación Social, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales (General Roca, Río Negro), Universidad Nacional del Comahue. Libro digital PDF.

Scolari, C.A. (2018, 19 de marzo). TRANSMEDIA LITERACY (I): ¿QUÉ HACEN LOS ADOLESCENTES CON LOS MEDIOS?. *HIPERMEDIACIONES*. Recuperado de: <https://hipermediaciones.com/2018/03/19/transmedia-literacy-i/>.

Scolari, C.A. (2018, 31 de marzo). TRANSMEDIA LITERACY (II): ¿QUÉ HACEN LOS ADOLESCENTES CON LOS MEDIOS?. *HIPERMEDIACIONES*. Recuperado de: <https://hipermediaciones.com/2018/03/19/transmedia-literacy-i/>.

Scolari, C.(2018) Conferencia: Dr. Carlos Scolari (UPF-España). "Transmedia Literacy: ¿Qué están haciendo los jóvenes con los medios?". 10º Foro Internacional de Periodismo Digital y 5º Encuentro Internacional de Narrativas Transmedia. 25 y 26 de abril de 2018. SUM de la Facultad de Arquitectura (Riobamba 220 bis, Rosario, Argentina), Universidad Nacional de Rosario. Publicado como #Foro2018 | Dr. Carlos Scolari por: Foro de

periodismo digital Rosario el 4/05/18..Recuperado de:
<http://www.youtube.com/watch?v=eMBfIrSCYkE>. Última consulta: 20/05/18, 12hs.

Sibila, P. (2005). El hombre postorgánico: cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales (1a.ed.). Buenos Aires. Fondo de Cultura Económica.

Sitio oficial de Argentina Cibersegura. Disponible en:
<https://www.argentinacibersegura.org/>. Última consulta realizada el lunes 28 de mayo de 2018, 20hs.