

Jóvenes y Facebook: socialidad mediada e interacciones sociales

Introducción

Con el uso creciente de internet entre los jóvenes, sus interacciones y sus procesos comunicacionales se han venido modificando y estableciendo nuevas formas de socialidad en sus ambientes familiares y de amistad. El *Facebook* como una de las redes sociales más utilizadas en este sector de la población, ha crecido en su uso como espacio de relación y se ha convertido en un sitio promotor de vida social. Tanto, que para muchos jóvenes participar en una red social es parte esencial del pertenecer a la cultura juvenil. Las redes sociales son medio para que los jóvenes llenen los vacíos sociales para estar juntos cuando no es posible. Si bien comparten tiempo en la escuela, en otro tipo de lugares o en sus hogares, las redes sociales suponen un entorno menos estructurado y vigilado, donde los jóvenes pueden relacionarse y compartir su tiempo libre.

En este capítulo exponemos el contexto de una sociedad caracterizada por un crecimiento en el uso y consumo de medios de comunicación tradicionales y los denominados nuevos o tecnología de información y comunicación, en las actividades cotidianas, es ahí donde los nuevos y viejos medios de comunicación se entrelazan en las relaciones de los sujetos actuales para redefinir los espacios de trabajo, de diversión y de manera particular los de convivencia social. En la medida que los niños y jóvenes van haciendo del consumo de internet una práctica cotidiana, algunas generaciones de adultos se van incorporando a su uso y aplicación, y otros en definitiva, morirán desconociendo uno de los aparatos generadores de cultura más grande y sofisticado en la historia contemporánea.

En la tendencia de desaparición de las generaciones de adultos con desconocimiento de estas formas de comunicarse pero sobre todo de interrelacionarse, estaremos hablando de un tipo de socialidad en transición. Es decir las condiciones de hacernos y ser humanos en la contemporaneidad, cambiarán hacia nuevas formas de interrelacionarnos, el conocimiento del otro y la forma en que nos imitamos para ser nosotros, en relación con ellos, modificaran nuestras interacciones y formas de relacionarnos.

En este trabajo expondremos los primeros acercamientos a las formas más básicas de interrelacionarse de los jóvenes en este nuevo espacio denominado redes sociales en internet. Abordaremos las maneras en que los jóvenes reproducen prácticas de sociabilidad propias de los entornos cara a cara y las diversas formas en las que la estructura de *Facebook* las altera y modifica. Mediante un estudio realizado con jóvenes usuarios en esta plataforma, que incluye observación de muros y fotografías, así como entrevistas cualitativas nos aproximamos a los mundos sociales juveniles centrándonos en las prácticas dominantes de esta edad, tales como el desarrollo de la amistad y las relaciones con la familia y a las características principales de sus formas de interactuar en entornos mediatizados.

Atendiendo al objetivo de comprender los procesos mediante los cuales se lleva a cabo la socialidad en línea, en esta investigación presentamos las interacciones que los jóvenes llevan a cabo a través de *Facebook* mediante relatos y conductas observadas de los sujetos de la investigación. El análisis incluye tanto los aspectos discursivos como los contenidos de la apropiación, es decir, qué se dice sobre el uso de *Facebook* y cómo es llevado a cabo en la práctica. Se tomaron como sujetos de estudio jóvenes escolarizados que viven en Jalisco, entre 14 y 18 años, que fueron contactados e invitados a participar quienes tuvieran una cuenta en *Facebook*.

La etapa de observación de las cuentas en *Facebook* consistió en un análisis de 300 publicaciones en el muro y de 300 fotografías e imágenes publicadas por los jóvenes dueños de las cuentas. Las entrevistas semiestructuradas se realizaron por medio del chat de *Facebook*. Una de las ventajas de este tipo de entrevistas es que son efectuadas dentro de un entorno virtual que les es conocido y cómodo. Además de que la no presencia de cuerpos en el sentido físico, contribuye a dis-

minuir la vulnerabilidad cuando se habla de ciertos temas. Estos jóvenes son hábiles usuarios de formas de comunicación mediada que para ellos son tan reales y significativas como la cara a cara. Por ello, consideramos importante adentrarnos en una metodología puramente virtual, que contribuya al entendimiento de los códigos y reglas en las interacciones que se llevan a cabo en entornos mediatizados, pero también de sus limitaciones.

La socialidad como explicación del cambio social en las interacciones juveniles

La sociedad en términos explicativos concretos, se refiere a la forma en que los seres humanos se agrupan, se comunican, interrelacionan e interactúan. La sociedad caracterizada por ciertos elementos que la constituyen y la explican desde modelos teóricos, refiere cambios en las formas de asociación entre los seres humanos que definen nuevas formas de relacionarnos. En algunas ocasiones estas formas emanan de la realidad misma y, en otras, son fruto de propuestas definidas por organismos internacionales o autores clásicos muy influyentes. Así existen diferentes modelos de sociedad donde la mercancía, la información o el conocimiento son el elemento fundamental que explica o define formas de asociarnos y ser sujetos de ese tipo de sociedad, las condiciones, espacios y maneras de comunicarnos e interactuar se modifican o se adaptan y en algunos casos conviven diferentes expresiones de lo social.

Estas maneras de acercarnos, adaptarnos o construir la sociedad, como género humano a los estilos de sociedad se le ha denominado socialidad. Las explicaciones micro/macro, acción/estructura, individualismo/holismo o más filosóficamente sujeto/objeto, pueden quedar de alguna manera explicados en dos niveles de duplicidad de la socialidad: el primero en la distinción -y la interacción conflictiva- entre el individuo presocializado y el socializado, es decir entre nuestro *I* (yo) y nuestro *Me* (mi) para expresarlo en términos de Mead (1967). El otro nivel se refiere a la distinción y a la ya compleja interacción, entre nuestro *Self* socializado –el cual incluye al primer nivel, ese que relaciona y enfrenta al *I* y al *me*– con nuestro entorno social objetivo (Navarro, 2002).

El primero y segundo nivel han sido explicados por varias teorías de las ciencias sociales; el primer nivel, estudiado desde las teorías de las interacciones hasta las de la acción social (De George Herbert Mead

hasta Talcott Parsons), y en el otro nivel, autores con teorías macro que se han convertido en básicas para la explicación de lo social como Auguste Comte, Carlos Marx o Max Weber por mencionar sólo algunos.

Las primeras incorporan explicaciones inherentes a la construcción de lo social y las segundas, al estilo de lo social. Por ejemplo, en el primer nivel, la teoría de la socialización ayuda a explicar la relación conflictiva entre el individuo social y su entorno sociocultural (Ibarra, 2003). Esta forma de interactuar entre el individuo y su entorno, de acuerdo con idiosincrasias en todas las especies humanas y desde las primeras sociedades hasta las actuales, se ha reconocido como algo inherente en la forma de relacionarnos como especie humana.

En el segundo nivel, la forma de socialidad se refiere a un tipo de vínculo social, establecido por medio de relaciones de otro tipo, como por ejemplo para Marx las condiciones productivas, para Durkheim las formas religiosas y para Weber las ideologías políticas, constituyen el caldo de cultivo en donde los sujetos se ven condicionados de manera conflictiva a adaptarse o reconvertir sus formas de interactuar socialmente. Sin embargo, sólo por comentar un caso desde una teoría, para Marx el desarrollo de las fuerzas productivas ha conducido a una contradicción fundamental entre la naturaleza humana y las circunstancias de la alienación del sistema social capitalista. Estas circunstancias de enajenación conducen a un entorno social sobre el cual los individuos carecen de control.

Aun cuando no hemos podido librarnos del yugo de la economía capitalista, sabemos que se han venido dando cambios en las formas de interactuar de los individuos de esta sociedad, entre otras cosas, por la supremacía de algunos elementos culturales actuales sobre otros, últimamente los medios de comunicación, la información, el conocimiento, las tecnologías o la ciencia han definido nuevas formas de relacionarnos.

Es en la conformación de grupos sociales donde se observan estas nuevas interacciones, es en el proceso de sociabilidad donde los sujetos demuestran las capacidades para pertenecer o de instituir formas estables más o menos organizadas de comunicación, entre otros.

La sociabilidad se refiere propiamente a la característica de la especie humana de vivir en sociedad, y al origen de la misma. La sociabilidad es un hecho de experiencia común. Lo social aparece como una característica que implica pluralidad, unión y convivencia.

En este trabajo queremos entender el contexto en el que se está transformando la sociedad y el proceso de socialidad contemporánea en los grupos de jóvenes, ya que es en este grupo donde se presentan de alguna manera los primeros cambios en la sociabilización, es decir en las formas de relacionarse, comunicarse e interactuar.

Entender a los jóvenes desde un enfoque sociocultural es ir más allá de las determinaciones y cambios biológicos que marcan las diferentes etapas en la vida de un ser humano. Distintas sociedades tanto primitivas como modernas han segmentado a los grupos de edad de diversas maneras y organizado la transición de la infancia a la vida adulta de formas muy variables.

La juventud tal y como se conoce hoy en día, es una invención de la posguerra que ha venido acompañada de cambios como: la organización productiva de la sociedad, la oferta, el consumo cultural y el discurso jurídico. Desde principios de la década de los noventa se observan diversos cambios que han tenido un fuerte impacto en los jóvenes: la mundialización de la cultura por vía de las industrias culturales, los medios de comunicación y las tecnologías de la información, el individualismo y la deslegitimación de las principales instancias de representación y participación. Estos elementos han traído transformaciones en la forma en que los jóvenes perciben la política, el futuro y el espacio, mediante una priorización de la vida cotidiana y donde el barrio o el territorio han dejado de ser el epicentro del mundo (Reguillo, 2004). Aunados a estos cambios ha sido común una disminución de la relevancia que tenían las instituciones de la familia, la escuela y el trabajo, para la orientación de la acción de los jóvenes y la construcción del futuro.

Además el acceso tardío al empleo, el alargamiento del tiempo de estadía en casa de los padres y el alargamiento del periodo de escolarización, hace que el joven adopte pautas de identidad fomentadas más en las actividades que se realizan en el tiempo de ocio que en las obligaciones de las instituciones y del mundo formal.

De este modo, de acuerdo con Rodríguez (2009) la tecnologización y masificación de los medios de comunicación constituyen nuevos escenarios al desvanecimiento de los referentes tradicionales para los jóvenes. Las innovaciones mediáticas han hecho posible nuevas formas de socializar, incrementando las posibilidades de relacionarse y trayendo consigo un desanclaje temporal y espacial de la experiencia. En este sentido,

los espacios del devenir cotidiano y algunas formas de sociabilizar toman relevancias como nuevos referentes en el mundo de vida de los jóvenes.

Además, el nacimiento del *teenage market*, ha creado un espacio de consumo destinado a la juventud que ha devenido como uno de los grupos crecientes con capacidad adquisitiva, independientemente de las problemáticas que enfrenta para incorporarse al mundo laboral. Así pues, aspectos como el consumo mediático y tecnológico, la ropa, el peinado y las preferencias musicales, se constituyen en aspectos básicos de las orientaciones y en medios esenciales de exploración de las identidades tanto individuales como de los distintos grupos de jóvenes.

En este sentido, nos aproximamos a la juventud como una categoría sociohistórica construida, que nace como producto de los acuerdos sociales y que al mismo tiempo es productora de contextos específicos y por ende de interacciones sociales nuevas.

Sociedad mediatizada

En estos momentos, la propuesta del modelo de sociedad del conocimiento, con las ideas y prácticas de la globalización y el desarrollo del capitalismo han transformado la naturaleza de las concepciones de socialidad y sociabilidad en las interrelaciones más básicas de la sociedad actual, sobre todo en los principales entornos socioculturales, tales como los familiares, los educativos, los del trabajo, los del ocio, pero sin duda los mayores efectos esperados son en la vida cotidiana en general de los sujetos.

La infraestructura y las tecnologías de información y comunicación son los instrumentos que han potencializado a los medios de comunicación tradicionales, que mediante publicidad persuasiva, imponen propuestas de significados y estilos de vida. Esta oferta cultural, amplia y variada para diversos públicos, ligada a la transformación de los medios de comunicación en una sociedad mediatizada (De Moraes, 2007) y a la difusión masiva de la informática, la telemática y los medios audiovisuales, ha significado mayor flexibilidad en los procesos de consumo educativo y cultural, generado una nueva visión del mundo, con nuevos conceptos, significados, valores y nuevas pautas de comportamiento sobre todo en las nuevas generaciones (Ibarra, 2009).

Sin embargo los cambios más profundos que se observan en esta sociedad en transición son; por un lado, la revolución de la información

y por el otro, la instauración de la mediatización. Estos constantes y rápidos cambios se inician con la transformación en los usos de los medios de comunicación tradicionales junto con la computación, la informática, internet y la telefonía celular, en sistemas de comunicación múltiple. Dentro del contexto de mediatización los medios devienen en territorios para encontrar sentido, en donde se deposita poder y se da un proceso de desterritorialización de significados (Ibarra, 2011).

La mediatización se refiere al proceso mediante el cual las prácticas cotidianas y las relaciones sociales son históricamente determinadas por la mediación de las tecnologías y medios de comunicación, alterando incluso las posibilidades históricas de la comunicación humana y reorganizando no sólo las relaciones entre las organizaciones de medios y sus públicos, sino entre todas las instituciones sociales (Lundby, 2009).

Las nuevas tecnologías multimedia junto con la aplicación de la televisión han generado elementos que han constituido la denominada cultura mediática (Rincón, 2006) que generaliza en la sociedad un gusto, una sensación de placer, un procedimiento colectivo, que expresa una sensación de pertenecer a algo, y de compartirlo con otros, es una cultura que se caracteriza por ser más de afectividades, que de contenidos y argumentos; es decir, una cultura en donde se crea una generación de entretenimiento, utilizando una filosofía *light* (*idem.*) que no es otra cosa más que, una vida instantánea, un mundo globalizado, banal, enfocado en compras y en la nueva era, una vida de fantasía, de momentos, sin futuro, ni pasado, sólo el aquí y el ahora.

La comunicación en esta sociedad, produce mediatización en donde la imaginación juega un papel importante en los medios de comunicación actuales, porque además de desarrollar una tecnología que cubre las necesidades de comunicación del hombre, instaura nuevas necesidades, como las ficticias, creándolas, recreándolas y solucionándolas en el momento de poner al alcance del público el grado de comunicación que en la actualidad tenemos; surgen nuevas formas de comercio, de trabajo y de relaciones sociales familiares, educativas y personales, nuevas formas de interacción mediatizadas (Orozco, 2007).

Dentro del contexto de mediatización existe la construcción de una red de significación colectiva de carácter público, que convierte a los medios en nuevos territorios para encontrar sentido, en donde se deposita un poder y un proceso de desterritorialización de significados que

se interpretan de diferente manera por cada sujeto y se interiorizan en cada uno; lo que Castells (2008) llama una autocomunicación de masas, que es una red horizontal de comunicación interactiva que conecta lo local con lo global en un tiempo determinado –autismo electrónico– creando un sentido de pertenencia con algunos grupos sociales como lo es el *chat*, el *messenger* y el *blog*.

Estos cambios afectan casi todas las esferas de la vida social, institucional y cultural. Así pues, la mediatización puede ser entendida como parte de un número de meta-procesos como la globalización, la individualización y la comercialización (Lundby, 2009). En palabras de Vizer

Las TIC construyen y constituyen nuevas formas, nuevos espacios y tiempos de relación social, nuevas formas institucionales, nuevas categorías de aprehensión de la experiencia personal y social, nuevas dimensiones de la cultura (2007: 52).

En la actualidad la tendencia es que las relaciones humanas se virtualicen en escenarios de mediatización en donde las interacciones están mediadas por dispositivos teleinformacionales. Para Dênis Moraes «Las tecnointeracciones ejercen una acusada influencia en los patrones de sociabilidad y en las percepciones de los individuos» (2007: 24). Debido a esto, la formación de estos tejidos virtuales requiere un análisis profundo sobre sus potencialidades, es decir, sobre su capacidad de promover dinámicas participativas y difusiones más descentralizadas de la cultura, la información y el conocimiento.

Si aún hoy en día las escuelas, las familias y los grupos de pares, son los actores más importantes para socialización de los niños y la gente joven, actualmente ninguna de éstas pueden ser entendidas sin tomar en cuenta el rol de los medios tradicionales y las tecnologías, deberíamos pues hablar de instituciones, relaciones e interacciones sociales mediatizadas.

Interacciones y construcción del sí mismo en entornos mediatizados

Las interacciones son esenciales para la vida social. Diariamente las personas desarrollan de manera continua pequeñas interacciones que se realizan de formas rutinarias y habituales, pero no por ello son insignificantes y azarosas, muy por el contrario descansan sobre una

fuerte organización cultural. El estudio de estos microprocesos ayuda a entender los métodos por los cuales las personas operan y cómo las microactividades construyen y dan forma a las macroestructuras. Así pues, en la interacción no sólo se mantiene el orden social del aquí y el ahora, sino que se transforman y solidifican los elementos que forman las tradiciones, las instituciones, la opinión pública y la construcción de la socialidad.

Erving Goffman en su libro *La presentación de la persona en la vida cotidiana* (1997) analiza la organización social de los encuentros cotidianos como un orden de fenómenos sociales con normativas específicas. Estos momentos, aparentemente intrascendentes detentan enormes consecuencias en tanto que conducen las maneras de decir o hacer de los otros, muestran nuestras percepciones y aspectos identitarios, y en definitiva reproducen o transforman las pautas culturales.

Así pues, para este autor la acción micro detenta sus propias reglas del juego y para entenderla hay que descender al orden de la micro-interacción. Además, cada interacción que realizamos constituye un sistema de actividades cuya materia fundamental es siempre una acción recíproca puesto que en ella nos comprometemos en trabajos de cuidado de la imagen, presentación ante el otro, interpretación y control del entorno.

De este modo, el individuo busca ejercer control sobre su propia acción y sobre la relación que establece con los demás. Este proceso es posible gracias al «sí mismo» que posee toda persona. Para el interaccionismo simbólico se define como la capacidad que tienen las personas de interaccionar consigo mismos, es decir, la persona deviene en objeto para ella misma, pero también se da gracias a la interacción que la persona establece con los demás. De acuerdo con esto, la persona observa y evalúa su acción, y la modifica en función de este proceso.

Al individuo en situación de interacción le interesa controlar la conducta de los otros, especialmente el trato con el que le corresponderán. Este control se logra influyendo en la definición de la situación que los otros formulan, así cuando un individuo se muestra ante otros moviliza su actividad de modo que transmite la impresión que a él le interesa transmitir. Además, las definiciones de situaciones proyectadas por diversos participantes deberán armonizar lo suficiente para que no se produzca una abierta contradicción. Esto se logra reprimiendo sentimientos sinceros inmediatos y transmitiendo opiniones que se espera

los otros encontraran por lo menos temporalmente aceptables, generando así un *modus vivendi* interaccional (*idem.*).

En entornos mediatizados como las redes sociales, se altera el proceso de gestión de las impresiones ya que no existen cuerpos en el sentido físico, lo cual oscurece la información identitaria que está típicamente inscrita en el cuerpo y la presencia de información que hace a una persona visible a otros, además los actos interactivos del manejo de la impresión se complican debido al limitado *feedback* social del entorno. Para existir en estos contextos las personas deberán realizar actos explícitos para representarse a sí mismos y crearse una fachada personal a través de la creación de perfiles.

Estos y otros entornos en internet han dado lugar a preguntas de investigación sobre su uso entre los jóvenes. Cuestionamientos tales como si estos sitios se utilizan para experimentar con identidades distintas o desarrollar nuevas maneras de expresarla y, si se busca apoyo social y romance con extraños, o con familiares y amigos. Sobre este punto, danah boyd (2008) explica que los jóvenes eligen mostrar un sí mismo idealizado o presentar una faceta de su identidad que no muestran normalmente en espacios públicos, sin embargo, pocos generan representaciones completamente desconectadas de sus experiencias diarias. Además, estos sitios están fuertemente ligados a las relaciones sociales que los jóvenes establecen en el ámbito *offline*, por lo que lo *online* y lo *offline* se mezclan y complementan de maneras complejas dando lugar a formas de interaccionar específicas.

Si bien para Goffman las interacciones sociales surgen toda vez que los individuos se encuentran en presencia física inmediata, el concepto ha venido siendo trabajado para tratar de situarlo en entornos virtuales. Sobre este aspecto, danah boyd (2010a) introduce el término de «audiencia invisible» para designar al proceso mediante el cual los usuarios de las redes sociales imaginan el público al cual irá dirigido un mensaje determinado, dado que no siempre es posible saber con precisión a quienes llegará y a quienes no. Personas de diversas profesiones han tenido que manejar audiencias invisibles. Actores y periodistas que producen contenidos para las cámaras, el micrófono o la prensa escrita, se presentan así mismos ante las audiencias imaginándola.

Así pues, actuar para una audiencia imaginaria ayuda a manejar la naturaleza invisible de las mismas. Los estudios de audiencias han sig-

nificado información valiosa ya que ayudan a las personas a medir sus actuaciones y aunque no representan al total del público el *feedback* que proporcionan ha sido muy útil. De igual manera, algunos periodistas deciden actuar para aquellos que proveen un *feedback* explícito, evitando pensar de manera intencional en aquellos que están ahí pero son invisibles.

La importancia de conocer la audiencia radica en que es así como se determina lo socialmente apropiado, dejando pues en claro que la audiencia es indispensable en el proceso de conocer el contexto social de las interacciones. Sin la información sobre la audiencia a menudo es difícil saber cómo comportarse y mucho menos ajustar el comportamiento con base en las reacciones de los otros. Los mensajes en los sitios de redes sociales, que toman forma de comentarios en el muro, fotografías y videos principalmente, responden a este proceso de imaginar la audiencia, con la finalidad de evaluar si el comportamiento es socialmente apropiado o interesante.

Finalmente, se entiende que la creación de un perfil es un modo de gestión de la impresión que requiere a los jóvenes considerar cómo pueden ser vistos esos perfiles y cómo serán interpretados. Los perfiles son ambas cosas, representaciones de un individuo y espacios para la interacción social y es esta doble caracterización la que se aborda en este estudio.

La sociabilidad en los contextos juveniles

Diversos autores se han referido a cambios en las formas de sociabilidad en donde se observan relaciones más individualizadas, flexibles y mediadas. Han sido explicadas por conceptos como individualismo en red (Castells, 2001), socialidad electiva (Maffesoli, 2009) y sociabilidad selectiva (Matsuda, 2005).

El individualismo en red responde a la transición que va de las relaciones primarias, constituidas por la familia y la comunidad, a las relaciones secundarias que están sustentadas en la asociación, a las terciarias que están centradas en el yo. Las relaciones terciarias dan paso al surgimiento de un nuevo tipo de vínculo social que se basa en las relaciones elegidas y no en las impuestas por las limitaciones geográficas. De ahí que las nuevas sociabilidades se constituyan en espacios que se organizan alrededor de la conexión y no de la localización.

Dicho modelo de sociabilidad es visto, por un lado, como el triunfo de la libertad de elección de los individuos, y por el otro, como el causante de la disolución de la participación ciudadana y de las instituciones tradicionales como la familia (Castells, 2001).

Por su lado, Mafessoli propone llamar socialidad electiva a las prácticas asociativas en donde lo que prevalece es el hecho de estar juntos, más que un objetivo por alcanzar. Denuncia que la insistencia en la deshumanización y el desencanto del mundo moderno, ha impedido ver las redes de solidaridad que constituyen la socialidad. Para este autor, en cada época predomina un determinado tipo de sensibilidad «un estilo que especifica las relaciones que entablamos con los demás» (2009: 145). Así pues, para esta época tocaría un estilo que privilegia la dimensión afectiva o sensible, dando lugar a agregados efímeros, indefinidos y particularmente intimistas.

Otros autores han llamado sociabilidad selectiva a los cambios experimentados en las relaciones interpersonales. Mediante la observación del uso de los teléfonos móviles en los jóvenes japoneses, se concluyó que éste incrementa la posibilidad de patrones más selectivos en las relaciones sociales. Además de que permite mantener una conexión con personas que se han vuelto socialmente distantes, las personas pueden desarrollar sus redes basadas en la atracción personal e intereses mutuos. A pesar de dar la impresión de que los jóvenes contactan grandes números de personas a través del teléfono celular, observaron que lo hacen regularmente con sólo diez personas y que estos pocos seleccionados, generalmente son provenientes de la escuela, lo cual ha sido caracterizado como «comunidades íntimas de tiempo completo» tendencias que están vinculadas a patrones de selectividad y elección (Matsuda, 2005).

En las sociedades mediatizadas, se observa que incluso los patrones de sociabilidad tienden a cambiar durante el curso de la vida. Para los jóvenes, la amistad tiende a estar vinculada a espacios compartidos y actividades, en donde las oportunidades de verse serán relativamente frecuentes. Sin embargo, diversos tipos de intercambio por medios tecnológicos constituyen una importante forma de conectividad, coordinando y sincronizando las actividades de encuentro de los grupos de pares. Por ejemplo, Licoppe y Smoreda (2006) explican que los estudiantes de secundaria utilizan las posibilidades de los teléfonos celula-

res y de los chats para comunicarse después de la escuela, interacciones que devienen en formas más individualizadas y selectivas que las cara a cara en los espacios escolares. Conforme los años pasan las actividades comienzan a divergir y es probable que los amigos se muevan geográficamente generando la tendencia a extraer unos pocos privilegiados del grupo más amplio de pares. Cuando dichos eventos que ponen distancia entre los amigos tienen lugar, el uso de formas mediadas de comunicación puede ser crucial.

Volviendo al primer patrón de sociabilidad arriba mencionado en donde las personas comparten espacios y actividades suficientes, característico de la etapa de la juventud, se da una forma de comunicación en la cual hay una proliferación e intercambio de mensajes coordinando las actividades. Esto forma un terreno adecuado para el modo particular de sociabilidad mediada «siempre en presencia». Esta sociabilidad consiste en llamadas y mensajes cortos en donde actores que están cercanos geográficamente, están en contacto constante. De acuerdo con los autores, este patrón se observa más extendido entre jóvenes debido a que su vida social y su uso diversificado de medios de comunicación son terrenos adecuados para este tipo de práctica (Licoppe y Smoreda, 2006).

Estas formas de comunicación constante, lejos de reconstruir experiencias compartidas mediante el recuento de largos eventos sucedidos en el día o durante la semana, son envíos de pequeños mensajes expresivos que proveen sensaciones y reacciones a eventos o emociones. La repetición de estos mensajes cortos tiene la función de mantener el vínculo, ya que en la medida en que esta presencia en la distancia es continua, más tranquilizador se vuelve para las personas implicadas en una relación.

Las redes sociales: espacios de intercambio entre la vida pública y la vida privada

Cuando se habla de sitios web de redes sociales y de la forma en que los jóvenes los apropian a su vida cotidiana, uno de los cuestionamientos que surgen es el de la reconstitución de las esferas de lo público y lo privado que cada vez se encuentran más separadas de los escenarios físicos y más entramadas a las tecnologías de comunicación y los flujos de información, cambiando constantemente y desdibujando

los límites. Para Thompson es necesario entender la relación entre público y privado en un mundo saturado por medios que están cambiando los rasgos de la vida social, política y personal:

Hay algo de nuevo en que lo público y lo privado se transforman cada vez más en dominios controversiales, sitios en los que se lucha por la información y el contenido simbólico, que amenazan con escapar del control de los individuos particulares. También hay novedad en la forma en que nuestras vidas hoy se desenvuelven en un entorno donde la capacidad de revelar y ocultar, de hacer las cosas visibles y de evitar que los demás lo hagan, es mucho más difícil de controlar creando un escenario permanentemente inestable en el cual las filtraciones, las revelaciones y divulgaciones son siempre capaces de perturbar los planes más definidos (2011: 41).

En el universo virtual se da una apertura de confesiones con las descripciones más detalladas sobre las rutinas de las personas. Paula Sibilia (2009) al observar la expansión de narrativas biográficas en diversos medios e internet, rescata la importancia de la estructuración de la vida como un relato y la conformación del sujeto en el lenguaje ya sea escrito, audiovisual o multimedia. Para ella las nuevas narrativas autorreferenciales que parecen enfatizar al propio autor-protagonista-narrador «aquelpreciado personaje que se llama yo» que si bien son relatos que se desprenden de las experiencias reales del sujeto, terminan teniendo efectos en el propio personaje, lo que ella llama un efecto-sujeto. Así mismo, observa una intensa sed de realidad, en donde el foco se desvía de las grandes personalidades para enfocar a la gente común «un apetito voraz que incita a consumir vidas ajenas y reales» (2009: 41) trayendo consigo un desplazamiento de la intimidad, causado por la curiosidad creciente por aquellos ámbitos que solían considerarse de la vida privada.

Hoy en día se observa como en lugar de la práctica de introspección que intenta mirar hacia adentro, se incita lo opuesto, es decir, mostrarse hacia fuera. La misma autora se pregunta sobre la pertinencia de un diario íntimo en el contexto actual, a lo que responde diciendo que si bien los nuevos relatos autorreferenciales presentan vestigios de la antigua voluntad de retener el tiempo, es difícil realizar esa apuesta en un época tan desmemoriada, viciada de lo instantáneo y vertiginosamente sin tiempo.

Estas nuevas modalidades autobiográficas en internet pueden ser entendidas por un lado, como una continuación de la antigua práctica de introspección propia del diario íntimo que aprovecha las posibilidades ofrecidas por las nuevas tecnologías, y por el otro, como escenarios para llevar a cabo la práctica de la confesión; de modo que estaríamos ante lo que autores como Bauman (2007) denominan los usos confesionales de internet. Para este autor, la fascinación que ocasiona el intercambio de información personal no puede ser explicada solamente por factores propios de la edad. Al contrario, en una «sociedad confesional» como la de ahora, se ha convertido en una virtud exponer públicamente aspectos que antes permanecían en el ámbito de la vida privada. De acuerdo con esta idea, la red no constituye un terreno para la construcción de relaciones confiables, muy por el contrario, la red es vista como un atajo que conduce al plano de la fantasía, la aceptación social y del «hacer creer».

En este punto coincidimos con Sibilia cuando considera insuficientes las tentativas de explicar los fenómenos de exposición de la intimidad en los medios y tecnologías contemporáneas como mero narcisismo, voyerismo y exhibicionismo. Propone entonces pensarlos como un conjunto de alteraciones más radicales y profundas que afectan las formas de constituir las subjetividades, entendidas como los modos de ser y estar en el mundo.

Hoy en día la linealidad del tiempo se ha perturbado, se vive en fragmentos de tiempo que llevan el sello de lo real. Los mensajes mínimos nanoblogs o microblogs, evidencian la tendencia de los relatos cada vez más «instantáneos, presentes, breves y explícitos» (Sibilia, 2009: 158). En esta mutación se involucra otra forma de experimentar la temporalidad y nuevas formas en que los sujetos se experimentan a sí mismos.

A este respecto danah boyd (2008) en el estudio prácticas de jóvenes en sitios web redes sociales y las tensiones entre lo público y lo privado, va más allá en el intento de entender cómo es que pensamos estos dos ámbitos y qué significa para los jóvenes vivir en entornos públicos. Si bien los jóvenes utilizan las configuraciones de privacidad para mantener peligrosos extraños alejados, la verdadera batalla por la privacidad se juega con aquellas personas que ellos conocen (padres, maestros, tíos, etc.) y que representan figuras de autoridad. Así pues,

en una sociedad en red la privacidad estará determinada principalmente por el control del significado de la información y por el control del acceso al contenido.

Los jóvenes perciben la intimidad de manera distinta a sus antecesores, piensan en términos de lo que pueden ganar si hacen determinados contenidos públicos, al contrario de lo que podrían perder. La contradicción observada en las concepciones de los jóvenes de los sitios de redes sociales como espacios íntimos que al mismo tiempo son públicos, trae consigo cuestionamientos sobre en qué medida esto está transformando o sólo reforzando las prácticas y patrones de sociabilidad tradicionales de los entornos no mediados.

Facebook y otros sitios de redes sociales en internet

Las plataformas de redes sociales en internet constituyen nuevos géneros de una serie de herramientas, servicios y aplicaciones, que permiten a las personas interactuar unos con otros mediante el uso de tecnologías en red. Estas herramientas permiten conectar a las personas a través del tiempo y el espacio, y alteran las formas en las que tiene lugar la comunicación, la información, la colaboración y la organización social.

El interés de los usuarios por construir redes sociales a partir de sitios web puede verse reflejado en la rápida proliferación de nuevas plataformas para todas las edades y gustos. Así pues, vemos que hay cientos de sitios de redes sociales en internet, que atraen a millones de usuarios y que soportan un gran rango de intereses y prácticas. Mientras que la mayoría de sitios tienen como objetivo el mantenimiento de relaciones sociales preexistentes, existen otras basadas en conectar a extraños con base en intereses compartidos, puntos de vista políticos o determinadas actividades.

Un sitio de redes en internet puede ser definido como un servicio basado en la web, que permite a los individuos construir un perfil público o semipúblico, que articula una lista de otros usuarios con los cuales se comparte una conexión y ver la lista de conexiones propias y de otros hechas dentro del sistema (boyd y Ellison, 2007).

Antes de unirse a un sitio de red social se le pide al individuo llenar una serie de preguntas, el perfil del usuario se genera usando las respuestas a estas preguntas. Además, la mayoría de los perfiles solicitan subir una foto de perfil y proveen a los usuarios de un mecanismo para

dejar comentarios en los perfiles de otros, así como una herramienta de mensajería instantánea similar a la del correo de internet. Lo que hace a estos sitios de redes sociales únicos es que permite a los usuarios articular y hacer visibles sus redes sociales.

De acuerdo con boyd y Ellison (2007), los sitios de redes sociales más significativos en la historia debido a la gran influencia e interés que despertaron en el mundo de los negocios, la cultura y la investigación han sido *Friendster*, *Myspace* y *Facebook*. *Friendster* es un sitio de red social diseñado para llevar a cabo citas entre amigos de amigos. Su popularidad se expandió en grupos sociales urbanos, hombres gays y bloggers (boyd y Jeffrey, 2006). Creado en 2002, fue en 2003 que se observó un verdadero crecimiento exponencial y para el 2004 el sitio estaba dominado por individuos que vivían en Singapur, Malasia y Filipinas. En la medida en que *Friendster* comenzó a ser más popular, se enfrentó a dificultades técnicas y sociales. La creación de perfiles falsos representando celebridades, instituciones o conceptos, fueron considerados como fuera de los propósitos del sitio de redes sociales y por lo tanto se decidió eliminarlos. Situación de la que más adelante otras redes como MySpace tomarían ventaja.

MySpace nace en Santa Mónica en 2003 para competir con sitios como *Friendster*, *Xanga* y *Asian Avenue*. Uno de los grupos más notables que atrajeron a los usuarios a *MySpace* fueron las bandas de indie-rock, expulsadas de *Friendster* por no cumplir con las regulaciones de los perfiles. Las bandas de indie-rock de Los Ángeles comenzaron a crear perfiles en *MySpace* y los promotores locales los utilizaban para ofrecer pases VIP para los clubes populares. *MySpace* se diferenció por permitir a los usuarios personalizar sus perfiles, creando así una generación de fondos y diseños únicos.

Los jóvenes comenzaron a unirse en forma masiva a *MySpace* en 2004, la mayoría se registró porque quería contactar con sus bandas favoritas o por recomendación de miembros mayores de la familia. A diferencia de los primeros usuarios, la mayoría de estos jóvenes nunca estuvieron en la red *Friendster*. Un dato importante es que *MySpace* se vio en la necesidad de cambiar su política para permitir la entrada de menores de edad.

Facebook es creado en febrero de 2004 cuando un estudiante de Harvard llamado Mark Zuckerberg lanza el sitio web llamado *The Facebook*

que ayudaría a la comunidad de Harvard a conectarse entre sí. En 24 horas mil personas ya tenían una cuenta en *Facebook* y un mes después la mitad de los alumnos de la Universidad de Harvard ya habían creado un perfil. Posteriormente se amplió el servicio a otras universidades como Stanford y Yale, y en 2005 el nombre fue acotado a *Facebook*.

Diferente de otros sitios de redes sociales en internet, *Facebook* fue diseñado para sostener distintas redes de estudiantes. Nace como un sitio web únicamente de la Universidad de Harvard, tan es así que para convertirse en un usuario era obligatoria una dirección de correo de la institución. Incluso después, cuando otras universidades comenzaron a unirse a *Facebook* era requisito tener cuenta de correo electrónico de las instituciones. En 2005 *Facebook* se expande para incluir estudiantes de preparatoria, profesionales y eventualmente a cualquiera que así lo deseara.

A diferencia de las primeras comunidades *online* y foros públicos de discusión en internet, los sitios de redes sociales están organizados alrededor de personas no de intereses. De este modo, estructurados como personales, los sitios de redes sociales funcionan situando al individuo en el centro de su propia comunidad.

Las relaciones sociales de amistad y familia en Facebook

El uso de las redes sociales reproduce, transforma o magnifica e incluso problematiza, algunos aspectos de las relaciones sociales de los jóvenes. Especialmente se destacan aquellas relaciones que son características de la vida social de los jóvenes como el desarrollo y mantenimiento de la amistad, y las relaciones con adultos, especialmente familiares y maestros.

A medida que los sitios de redes sociales como *Facebook* han venido emergiendo como lugares centrales de encuentro entre los jóvenes, se observa que las prácticas dominantes en el sitio son aquellas impulsadas por la amistad y que se llevan a cabo con la finalidad de «pasar el rato».

Por otro lado, si bien se enfatiza el rol de la tecnología en la vida de los jóvenes, estas prácticas son contextualizadas dentro de una discusión más amplia que incluye el discurso y opiniones de los mismos jóvenes, sobre las dinámicas familiares y escolares al respecto de *Facebook*, internet, las computadoras y otros dispositivos móviles, debido a

que la familia y la escuela son contextos fundamentales en las formas en que se estructura el uso de las redes sociales. Por ello analizamos cómo padres y maestros negocian la incorporación de la tecnología en la vida de las generaciones jóvenes.

Amistad, reciprocidad y estatus

El sitio *Facebook* provee a los jóvenes de herramientas para la interacción con los pares, más allá de las barreras físicas que se imponen a sus actividades cotidianas. Estos sitios son incorporados a las prácticas de amistad en contextos cotidianos, dando soporte a relaciones sociales centradas en la reciprocidad y negociación de estatus.

Para los jóvenes contemporáneos, la institución educativa, las actividades extraescolares y la cultura del consumo, son fuertes influencias en la constitución de las relaciones de amistad. Entornos públicos como las redes sociales ayudan a articular las relaciones resultantes de pertenecer a estas instituciones y a expresar de formas públicas consumos y prácticas.

Los jóvenes de este estudio se unen a las redes sociales debido a que sus amigos lo utilizan. Por ejemplo, Wolfy, 14 años, dice utilizar *Facebook* «porque la mayoría de mis amigos se conectan ahí y es la única forma de hablar». Cuando se le preguntó a Naty, 15 años, que tan importante es para ella permanecer comunicada con sus amigos en *Facebook* respondió que «mucho» ya que considera que «es su vida social». Al enfatizar que es la única forma de hablar Wolfy expresa pues una percepción de dificultad para reunirse o comunicarse con el grupo de pares, dificultad que se considera es propia de los adolescentes en una edad en la que sus actividades son vigiladas y restringidas por adultos. Naty por su lado, expresa las formas en que *Facebook* es apropiado como medio principalmente para sociabilizar, percibido por los mismos jóvenes como factor importante en como configuran su vida social.

Aunque la densidad en el número de contactos que pueden tener en *Facebook* varía considerablemente, es indudable que esta práctica tiene una función importante en el manejo del estatus. Esto se evidencia en la percepción que los jóvenes tienen sobre las personas populares como aquellas con grandes cantidades de amigos en *Facebook*. Cuando se les preguntó si se consideraban populares, respondieron que no mucho e incluso mostraron desinterés hacia el tema, argumentando que eso les

daba igual; sin embargo, casi todos coincidieron en que una persona popular es aquella a la que se le publica constantemente en el muro y tiene muchos amigos. Diego, de 18 años, comentó al respecto «pues mira, yo no sé cómo considerar la popularidad desde mi punto de vista, de más chico fui popular pero no sirve de nada». Además, bajo esta idea de la poca utilidad de la popularidad Diego ha decidido eliminar a más de 3 000 contactos de su cuenta en *Facebook*, personas a las que no conocía y de las que únicamente aceptó la solicitud de amistad, así como también a personas que en un momento conoció pero con las que dejó de hablar y convivir. Con todo y esto, Diego tiene actualmente 1 905 contactos.

Los jóvenes reconocen la importancia de ser popular por el número de contactos en *Facebook*, pero toman distancia de estas prácticas, mediante la no aceptación o eliminación de personas desconocidas. Diego es parte de esta postura crítica compartida entre algunos muchachos, entre aquellos que aceptan solicitudes de extraños con la pretensión de verse más populares y buscar la atención de los demás.

Por otro lado, las categorías sociales juegan un papel importante en los mundos sociales que estos jóvenes habitan. En este sentido, categorías tales como chicos «normales», «ñoños», «freaks», «fresas», «nacos», así como otras más agresivas comúnmente utilizadas para referirse las mujeres como «gatas» y «zorras», se asocian y se determinan mediante gustos, prácticas y actitudes. Es así que a través de comportamientos diversos, tanto *online* como *offline*, los jóvenes luchan por posicionarse a sí mismos dentro o fuera de algunas de estas categorías. Un ejemplo de esto son los comentarios en el muro de *Facebook* (figura 1), en dos informantes, hombre 14 años y mujer 15 años, estudiantes de secundaria.

Durante este análisis se observó que las categorías sociales más agresivas utilizadas entre los jóvenes por lo general, se dirigen hacia las mujeres. En este sentido, aunque *Facebook* es utilizado mayormente para preservar la armonía y reafirmar las relaciones entre los jóvenes, también reproduce dinámicas de una violencia más simbólica que se insertan en contextos amplios de participación y aceptación de identidades grupales, que se evidencian a través de los discursos que se van conformando en la plataforma.

Sucede que aunque la gran mayoría de las veces los contextos y razones por las que se publica un comentario no son muy claros para

Figura 1. Posicionamientos juveniles ante categorías sociales en el muro de Facebook



algunos usuarios, sobre todo los adultos, si son en cambio historias y conflictos compartidos entre los amigos cercanos o el grupo de pares que conviven en ámbitos escolares.

Si bien, podríamos decir que estas prácticas son propias de los mundos sociales juveniles, aquí lo que interesa hacer notar es la función de Facebook como medio de expresar los posicionamientos de los jóvenes ante estas categorías sociales de maneras públicas y colectivas, importantes factores a la hora de que las personas se relacionan entre sí.

Por un lado, el hecho de que los comentarios en el muro de Facebook persistan (a menos que sean borrados) hace posible la comunica-

ción asincrónica, sin embargo, esta misma persistencia plantea nuevos desafíos cuando los comentarios y conversaciones se leen fuera del contexto original en el que fueron producidos. Por tanto, la persistencia y la pérdida del contexto del contenido, es una de las características que hace que *Facebook* reproduzca y sobre todo magnifique, dramas y conflictos que los jóvenes enfrentan en sus grupos de pares en interacciones cara a cara y además una de los factores que vuelve compleja la relación de los jóvenes con adultos dentro de los sitios de redes sociales, ya que las publicaciones pueden ser fácilmente sacadas de contexto y mal interpretadas.

El espíritu de reciprocidad es común en la mayoría de grupos de pares adolescentes que se han observado. Dado que las redes sociales cambian las diversas formas en que se negocia y expresa públicamente la amistad, se observa como sobre todo en las interacciones entre mujeres asistimos al uso del corazón, de la frase «te amo» y de apelativos como «chiquita», «hermosa», y otros más, como formas de mostrar afecto (figura 1). Otra de las maneras de ser recíproco es mediante la contestación de comentarios y del uso la aplicación «me gusta». Mientras que algunos sólo lo hacen para ser agradables, otros se muestran realmente preocupados por recibir comentarios y «me gusta» como respuesta a lo que publican. Cuando se le preguntó a Reyes, 14 años, en qué ocasiones utiliza la aplicación dijo «cuando me dicen Reyes likea mi estado» y explicó «jaja si es que a veces me dicen Reyes dale like a mi estado y yo, bueno y ya, ja ja y cuando me gusta pues desde q lo veo x decir frases o desmadre q hice con amigos».

Además, el uso de narrativas visuales y orales también ayuda a los jóvenes en estas tareas de muestras de afecto recíprocas. La utilización de frases retóricas sobre la amistad son muy comunes entre las jóvenes «Amigas para toda la vida, locas pero con estilo» y «echas la una para la otra» son algunos ejemplos (figura 2). Hay también algunas fotografías editadas con frases hechas por ellas mismas, con la intención de fortalecer y mantener el lazo de la amistad como lo demuestran las siguientes imágenes que son ampliamente exhibidas, circuladas y recirculadas en la web.

Si bien los mundos sociales de los jóvenes no son tan simples y estereotipados como los representados mediáticamente, es indudable que se lleva a cabo un proceso de apropiación complejo de contenidos

Figura 2. Narrativas sobre la amistad en fotografías e imágenes publicadas en Facebook



mediante las plataformas como *Facebook*, que juegan un papel significativo en las formas en que se construyen las relaciones y las identidades de los jóvenes. Los contenidos más recurrentes en las cuentas de *Facebook* son aquellos relacionados con la cultura pop estadounidense de las series televisivas y películas, en el caso de las mujeres, y de las figuras del futbol y personajes de videojuegos y caricaturas para el caso de los hombres. De acuerdo con nuestro estudio, las formas en que se expresan estos consumos en el sitio web son en primer lugar, mediante fotografías y, en segundo lugar y mucho menos frecuentemente, mediante comentarios en el muro y videos. Si bien la publicación de videos es un medio que puede ser utilizado para expresar gustos musicales por ejemplo, se encontró que es una actividad muy poco realizada entre estos jóvenes.

Ahora bien, en la figura 3 se observan algunas de las imágenes que los jóvenes publican: las primeras tres corresponden a los consumos de mujeres y las otras tres a los de los hombres. Aquí podemos notar, un gusto mayoritario por actores y cantantes estadounidenses como Katy Perry, Justin Bieber, Zac Efron y Vanessa Hudgens, transmitidos en canales como MTV y Disney. Los hombres por su lado, están más interesados en contenidos relacionados con el futbol, los videojuegos y las caricaturas. El Barcelona, equipo de futbol español; personajes del videojuego Halo y caricaturas como Los Simpson fueron los más recurrentes. Observamos que estos gustos están fuertemente influenciados por una ideología de género propuesta por los modelos de mercadotecnia de las grandes industrias culturales de medios de comunicación como la

Figura 3. Representación de los principales consumos mediáticos mediante imágenes en Facebook



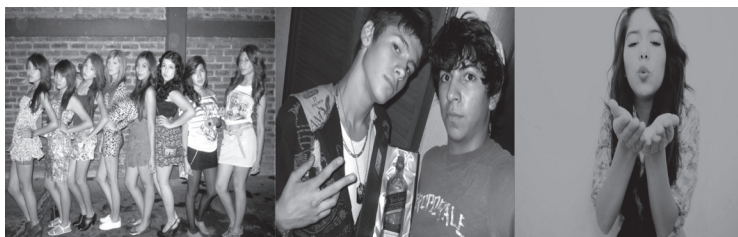
televisión, la radio y la cinematografía, ya que la propuesta cultural en gran medida refuerza estas influencias mediante la representación de categorías sociales estereotipadas de la realidad.

La mercadotecnia tiene como finalidad presentar modelos de vida para cada género por lo que para las mujeres de esta edad, es común la música pop y las historias de amor y amistad de las series televisivas y videos musicales, mientras que para los hombres los deportes, caricaturas y personajes de videojuegos de competencia y combate.

De manera similar, se observa como mediante el uso de fotografías los jóvenes deben construir representaciones de sí mismos en los procesos de socialización. La publicación de fotografías ha sido uno de los mejores medios para expresar los consumos no sólo mediáticos sino también para representar la personalidad. Dado que los jóvenes se representan a sí mismos en medio de este ambiente enriquecido de productos comerciales, marcas y celebridades, pueden estar construyendo aspectos de su identidad cada vez más comercializados borrando las líneas entre el sí mismo y la comercialización de la imagen. Así pues, las fotografías devienen símbolos visuales de la vida *online* y formas en las que los jóvenes se embarcan en estas nuevas formas de gestión de la impresión.

El uso de ciertos artículos y accesorios en las fotografías, como la ropa, los lentes, las gorras e incluso la aparición de otros productos como las bebidas alcohólicas (figura 4) muestran las formas en que se emplean las preferencias y los gustos para crear representaciones del sí mismo. En estas fotografías, los estilos que construyen los jóvenes a través de la moda por ejemplo, es una de las formas más visibles por medio de las cuales tratan de inscribirse, y demarcar categorías sociales de afinidad o diferenciación entre los grupos de pares.

Figura 4. Representaciones del sí mismo y comercialización de la imagen en Facebook.



Finalmente, nos interesa destacar otro aspecto que es el de la no participación en Facebook. Cuando se les preguntó a los jóvenes cuántos de sus amigos no tenían una cuenta en Facebook todos coincidieron en que muy pocos. La no participación puede ser situada en dos aspectos: por privación de oportunidades y porque son objetores al uso de sitios de redes sociales. Por privación de oportunidades nos referimos a los casos en los que a los jóvenes no se les permite tener una cuenta en Facebook o también, aquellos que no cuentan con acceso a internet. Los objetores al uso de Facebook son jóvenes que, de acuerdo con los entrevistados, no les interesa utilizar computadoras e internet y por lo tanto Facebook.

Relaciones intergeneracionales.

Padres y otras figuras de autoridad

La relación de los jóvenes con los adultos es diversa y compleja y en gran medida las redes sociales reflejan y magnifican estas dinámicas. La sociedad y la investigación científica al respecto de la relación de los

jóvenes y niños con el internet, se estructura alrededor de dos diferentes concepciones. Por un lado, son vistos como personas vulnerables que llevan a cabo un proceso crucial pero frágil de desarrollo social y cognitivo, en el cual el internet tiende a poner en peligro introduciendo riesgos potenciales, necesitando así un ambiente regulatorio y proteccionista. Por el contrario, son vistos como agentes competentes y creativos por derecho propio, y a quienes se les subestima sus habilidades de protección a los riesgos de las tecnologías, trayendo como consecuencia que la sociedad no provea un entorno adecuado para su desarrollo (Livingstone, 2006). Aunque un balance entre estas dos posiciones sería deseable, en este apartado vemos como la preocupación de los adultos por los jóvenes parte sobre todo de la primera concepción de juventud y en cómo sus prácticas cotidianas están conformadas por estas ideas, especialmente cuando los adultos buscan protegerlos restringiendo espacial o temporalmente el uso de internet y junto con ello, el uso de los sitios de redes sociales.

Aprender a usar las redes sociales es una actividad que se da fuera de las instituciones tradicionales de aprendizaje. Los jóvenes de este estudio poseen acceso a internet en sus hogares y es desde ahí que se conectan la mayor parte del tiempo. Para estos jóvenes el lugar preferido para conectarse es la habitación. En este sentido, el arribo de los dispositivos móviles ha incrementado la importancia de la habitación como espacio para asumir el control individual sobre el uso de internet lejos del monitoreo de los padres. Esto muestra la lucha constante de los jóvenes por ganar privacidad y autonomía respecto de la comunicación *online* y la negociación sobre la ubicación y pertenencia de los medios y tecnologías en el hogar.

Aunque algunos de los jóvenes dijeron no tener inconvenientes con tener a familiares y otros adultos entre sus contactos de *Facebook*, la mayoría se mostró en desacuerdo ante esta posibilidad. Esta negativa se debe a que los adultos comúnmente vigilan y tratan de corregir su comportamiento en las redes sociales. Para Karen, 14 años, los tíos y primos son contactos no gratos en su *Facebook* porque considera «son de esas personas que se la pasan checando tu *Facebook* para ver de qué pueden hacer un escándalo». De manera similar, Reyes, decidió no tener entre sus contactos a su tía «porque es bien chismosa», cuando se le preguntó qué cosas le molestarían a sus familiares si tuvieran acceso

a su cuenta en *Facebook* comentó «que hablo diferente con amigos, con más maldiciones y emito palabras como que por q».

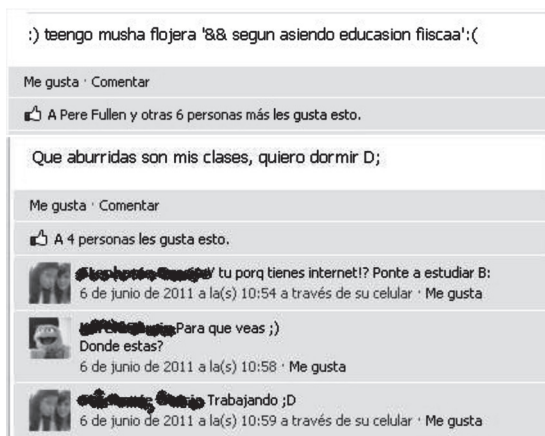
Además, los jóvenes perciben una opinión negativa por parte de los adultos que los rodean al respecto de *Facebook* y en general de los sitios de redes sociales en internet, especialmente padres y maestros. Para ellos los adultos siempre «tienen que ver qué haces en el *face*» para «ver con qué regañar» porque piensan que el *Facebook* «no es bueno porque hace que la gente piense menos».

Así mismo, vemos como el internet y otros aparatos como las consolas de videojuegos, han devenido en motivos de premiación o castigo. Cuando los padres de Reyes se molestan con él, prohíben el uso de los videojuegos y el internet. Este último sólo se le permite para aquellos asuntos relacionados con las tareas. Sin embargo, en días normales, estos jóvenes no tienen reglas o restricciones sobre el tiempo utilizado en internet y en *Facebook*. La dinámica del castigo, es similar en la escuela, de acuerdo con Reyes cuando algún alumno es sorprendido utilizando el celular, éste se le confisca hasta por dos semanas, no obstante hay posibilidades de que se les devuelva ese mismo día a la salida, dependiendo el maestro.

Diversos comentarios en el muro muestran que efectivamente los dispositivos móviles son utilizados en horarios escolares para publicar estados, actividad que se realiza siempre y cuando los maestros no se den cuenta. En consonancia con otros estudios, aquí encontramos que el uso del celular y otros dispositivos móviles en la escuela, tienen el objetivo de hacer más productivo el tiempo «muerto» de atención en las clases, además de que es una manera de desafiar el formato tradicional de la jerarquía comunicacional escolar que insiste en que los estudiantes escuchan pasivamente a un maestro activo (Ito y Okabe, 2006).

Así pues, cuando de socialidad en redes sociales hablamos, los padres y maestros generalmente no participan como usuarios sino como personas que vigilan y monitorean el buen comportamiento de los jóvenes. Tal parece que por el momento la plataforma no funciona como proveedora de nuevos canales de comunicación entre adultos y jóvenes. Sin embargo, existen tendencias como la creación de grupos escolares que se hacen por iniciativa del profesor, que parecen indicar formas novedosas de apropiar *Facebook* con fines escolares.

Figura 5. Uso de dispositivos móviles en la escuela:
comentarios en los muros



Otro hallazgo que es importante hacer notar en las imágenes de los jóvenes de este estudio sin que sea presentado más ampliamente, es que las fotos con la familia son escasas y en algunos casos inexistentes.

Como resultado del análisis de las fotografías de *Facebook* nos percatamos que la colocación de estas fotografías, entre un universo de 300, sólo seis son de este tipo, es decir 2%. Creemos que se debe entre otras cosas, a que en esta edad los mundos sociales juveniles están fuertemente influenciados por los amigos y el grupo de pares, para estos jóvenes publicar fotografías con la familia no figura entre sus actividades prioritarias. En todo caso, sólo publican fotos con parientes cercanos en casos muy especiales y de reuniones festivas familiares.

Conclusiones

Mientras que las redes sociales constituyen nuevas y potenciales formas en la configuración de la socialidad de los jóvenes, el uso de estas plataformas revela una continuación de prácticas sociales tradicionales que son vividas en nuevas formas. En este sentido, los jóvenes se embarcan en complejos procesos para posicionarse en los mundos sociales, buscan ser validados por el grupo de pares mediante prácticas de reciprocidad y búsqueda de estatus, y luchan para ganar control y

privacidad frente a adultos que representan figuras de autoridad con ciertos grados de control sobre ellos.

Las interacciones *online* de los jóvenes son llevadas a cabo dentro de una ecología de redes sociales ampliamente extendida, pero sólo en algunos casos disponibles. Con todo y esto, la participación *online* se ha venido convirtiendo en parte central de la socialidad juvenil. No sólo el acceso a la tecnología, sobre todo la habilidad de navegar en ella y de comunicarse con los otros, son aspectos centrales de la participación cotidiana en la vida pública.

Consideramos importante un entendimiento más amplio de las interacciones y formas de participación digitales sociales y recreativas en la etapa de la juventud que vaya más allá del imperativo común de acceder únicamente a información seria y formativa mediante internet.

Bibliografía

- Bauman, Zygmund (2007). *Vida de consumo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- boyd, Danah y Jeffrey Heer (2006). Profiles as conversation: networked identity performance on friendster. *Proceedings of the Hawai'i International Conference on System Sciences*. Consultado el 2 de octubre de 2011 en: www.danah.org/papers/HICSS2006.pdf
- y Nicole Ellison (2007). Social network sites: definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*. Consultado el 2 de octubre de 2011 en: jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html
- (2008). Taken out of context: american teen sociality in networked publics. *PhD Dissertation. University of California-Berkeley, School of Information*. Consultado el 4 de noviembre de 2011 en: <http://www.danah.org/papers/TakenOutOfContext.pdf>
- (2010). Friendship. Mizuko Ito *et al.* *Hanging out, messing around and geeking out*. Cambridge, MA: MIT Press, pp. 79-115.
- (2010a). Social network sites as networked publics: affordances, dynamics, and implications. *Networked self: identity, community, and culture on social network sites*. Consultado el 10 de octubre de 2011 en: <http://www.danah.org/papers/2010/SNSasNetworkedPublics.pdf>
- Castells, Manuel (2001). *La galaxia internet*. Barcelona: Plaza y Janes.
- (2008). Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red (I). Los medios y la política. *Telos. Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad*, núm. 74.

- De Moraes, Dênis (2007). *Sociedad mediatizada*. España: Editorial Gedisa.
- Goffman, Irving (1997). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Argentina: Amorrortu.
- Ibarra, Armando (2003). Televisión y socialización política de escolares en la zona metropolitana de Guadalajara. Tesis doctoral. Guadalajara: Universidad de Guadalajara-CIESAS de occidente, junio.
- (2007). Los retos de la educación superior en México. *Revista Cultura, Tecnología y Patrimonio*. México: Universidad de Guadalajara-Centro Universitario de los Valles, enero-junio.
- (2009). Repensando la familia funcional, desde la perspectiva de una nueva paternidad. *Revista Querens. Ciencias religiosas*. México: Universidad del Valle de Atemajac, núm. 28, año 5, pp. 45-55.
- (2011). *La sociedad del conocimiento un contexto contrastante entre la informatización y la mediatización*. Manuscrito en preparación.
- Ito, M. y D. Okabe (2006). Intimate connections: contextualizing japanese youth and mobile messaging. R. Kraut, M. Brynin y S. Kiesler, ed. *Computers, phones, and the internet. Domesticating information technology*. Nueva York: Oxford University Press.
- Ito, M. et al. (2010) *Hanging out, messing around and geeking out*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Liccope, Christian y Zbigniew Smoreda (2006). Rhythms and ties: toward a pragmatic of technologically mediated sociability. Robert Kraut, Malcom Brynin y Sara Kiesler, eds. *Computers, phones, and the internet. Domesticating information technology*. Nueva York: Oxford University Press, pp. 296-313.
- Livingstone, Sonia (2006). Children's privacy online: experimenting with boundaries within and beyond the Family. Robert Kraut, Malcom Brynin y Sara Kiesler, eds. *Computers, phones, and the internet. Domesticating information technology*. Nueva York: Oxford University Press, pp. 128-144.
- Lundby, Knut, ed. (2009). *Mediatization: concept, changes, consequences*. Nueva York: Peter Lang.
- Maffesoli, Michel (2009). *El tiempo de las tribus. El ocaso del individualismo en las sociedades posmodernas*. México: Siglo XXI Editores.
- Matsuda, Misa (2005). Mobile communication and selective sociality. Mizuko Ito, Daisuke Okabe y Misa Matsuda, ed. *Personal, portable, pedestrian. Mobile phones in Japanese Life*. Cambridge, MA: MIT Press, pp. 123-142.
- Mead, George (1967). *Mind, self and society from the standpoint of a social behaviorist*. Chicago: University of Chicago Press.

- Navarro, Pablo (2002). La socialidad humana como anomalía evolutiva. *Papers*. Universidad de Oviedo, núm. 68, pp. 65-80. Disponible en: ddd.uab.es/pub/papers/02102862n68/02102862n68p65.txt
- Orozco, Guillermo (2007). Comunicación social y cambio tecnológico: un escenario de múltiples desordenamientos. Dênis de Moraes, coord. *Sociedad mediatizada*. España: Editorial Gedisa, pp. 99-117.
- Pascoe, C. (2010). Intimacy. Mizuko Ito et al. *Hanging out, messing around and geeking out*. Cambridge, MA: MIT Press, pp. 117-148.
- Reguillo, Rossana y C. Feixa et al., coord. (2004). Tiempo de híbridos. *Entresiglos Jóvenes México Cataluña*. México: Instituto Mexicano de la Juventud, Colección Jóvenes, núm. 14.
- Rincón, Omar (2006). *Narrativas mediáticas o como se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Rodríguez, Tania (2009). *Vidas deseables. Cartografía de deseos y valores en jóvenes*. México: Universidad de Guadalajara.
- Sibilia, Paula (2009). *La intimidad como espectáculo*. Argentina: Fondo de Cultura Económica.
- Thompson, John (2011). Los límites cambiantes de la vida pública y privada. *Comunicación y Sociedad*. México: Universidad de Guadalajara, núm. 15, enero-junio, pp. 11-42.
- Vizer, Eduardo (2007). Procesos sociotécnicos y mediatización en la cultura tecnológica. Denisse de Moraes, coord. *Sociedad mediatizada*. Barcelona: Gedisa, pp. 39-67.