LOS VÍNCULOS Y LA CONVERSACIÓN 2.O: MIRADAS DE ADOLESCENTES ARGENTINOS SOBRE FACEBOOK

Alfredo Dillon
Universidad Católica Argentina

Resumen

Este trabajo explora cómo adolescentes de diferentes barrios de la ciudad de Buenos Aires sostienen vínculos con sus amigos y con otras personas por medio de la conversación virtual en Facebook. A través de entrevistas en profundidad a chicos y chicas de 17 y 18 años, el objetivo fue indagar sobre las nuevas formas de contacto y las transformaciones de las relaciones de amistad a *partir de la retroalimentación entre el mundo virtual y el "real", en una etapa vital marcada por la* búsqueda de la identidad personal y la relevancia de los vínculos con los pares. El análisis cualitativo de las entrevistas mostró que la dimensión física y presencial de la amistad sigue ocupando un lugar fundamental para los adolescentes. Asimismo, la conversación constante que las redes introducen en la vida cotidiana se perfila como una manera de mantener un contacto permanente, en el que la función fática de la comunicación se impone sobre el contenido de los mensajes. La aprobación de los pares *–condensada en el botón "Me gusta"–* resulta determinante para los jóvenes, quienes encuentran en estos espacios virtuales nuevas formas de sociabilidad, sin por eso perder los modos de construir amis*tad previos a la "era Facebook"*.

Abstract

This paper analyzes how teenagers from different neighborhoods of Buenos Aires (Argentina) use Facebook in order to keep in touch with their friends and other people. Several 17 and 18-year-old adolescents were in-depth interviewed in order to explore how the relationships they hold with their friends have been affected by the new possibilities of interaction that the social network offers. This article deals as well with the difference *between virtual and "real" interactions, in a life stage that is defined by the search for self-*identity and the importance of peer relationships. The qualitative analysis of the interviews revealed that the physical aspects of friendship and face-to-face encounters are still crucial for teenagers. Furthermore, the constant conversation that social networks have introduced in everyday life appears as a way of keeping permanent contact, in which the phatic function of communication prevails over the content of messages. Peer approval *–condensed in the "Like" button–* is critically important for adolescents, who find in this virtual spaces new ways of sociability, along with the persistence of other ways of building friendship prior to the emergence of Facebook.

Introducción

Desde su aparición en 2004, Facebook se convirtió en uno de los fenómenos más relevantes de Internet. Este estudio, de carácter exploratorio, se centra en los usos que los adolescentes argentinos hacen de esta red social, a partir de sus representaciones sobre las interacciones que tienen lugar allí. El objetivo de la investigación fue explorar cómo adolescentes de diferentes barrios y niveles socioeconómicos de la ciudad de Buenos Aires sostienen vínculos con otras personas por medio de la conversación virtual en Facebook. Se indagó en sus percepciones sobre las nuevas formas de contacto y las transformaciones de las relaciones de amistad a partir de la retroalimentación entre el mundo virtual y el real.

Más allá de las críticas que ha merecido el concepto de "nativos digitales" –porque la variable generacional no es necesariamente garantía de equidad de acceso ni de uso[1]–, lo cierto es que los adolescentes actuales han nacido bajo el imperio de Internet y se han socializado en entornos atravesados por las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación), que en las últimas dos décadas han avanzado sobre casi todos los aspectos de la vida social, desde las compras hasta la información, pasando por la participación política, la producción y distribución de cultura, y la creación y consolidación de vínculos interpersonales.

Si bien los adolescentes no son los únicos usuarios de Facebook, sí constituyen un segmento clave: sólo la franja de 16 y 17 años representa el 9% de los usuarios en Argentina (Social Bakers, 2012). En este contexto, indagar sobre los usos y representaciones de los adolescentes en relación con las redes sociales se vuelve imprescindible para entender los motivos por los cuales estos espacios cautivan a chicos y chicas. Por otra parte, con un total de más de 835 millones de usuarios (Internet World Stats, 2012), Facebook se vuelve un objeto de interés en sí mismo. En este sentido, explorar las miradas de los adolescentes sobre la red social permite también analizar algunas prácticas y lógicas propias de estos espacios de interacción, más allá de las edades de los usuarios.

Marco teórico

Las redes sociales y su penetración en Argentina

Los argentinos se han sumado masivamente al boom de las redes sociales. El país tiene una de las tasas de penetración de Facebook más altas del mundo: el 47,22% de la población tiene una cuenta (Social Bakers, 2012). Gracias a un crecimiento exponencial en los últimos años −sobre todo a partir de 2008−, hoy Facebook es la red social con mayor penetración a nivel mundial (Internet World Stats, 2012). En consecuencia, resulta lógico recortarla como objeto de investigación, asumiendo que muchas de las conclusiones que se obtengan sobre los procesos sociales que tienen lugar en Facebook pueden extrapolarse a las otras redes. Es que esta

[1] Jenkins (2011: 81) se pregunta: "¿Son todos los jóvenes nativos digitales? Muchos niños que no tienen acceso a las tecnologías digitales, ¿deben ser considerados nativos digitales o parias digitales? No todos los niños con acceso a la tecnología se expresan de la misma manera. (…) Cada niño tiene una experiencia única con la tecnología".

plataforma de interacción online constituye uno de los pilares más significativos de lo que se ha denominado la Web 2.0 (O'Reilly, 2005): una Internet participativa, que permite el trabajo colaborativo y la creación de comunidades virtuales.

Dentro de este panorama 2.0, caracterizado por la multidireccionalidad de la comunicación y la transformación del receptor en un prosumer (Benkler, 2006, p. 180), la característica que distingue a las redes sociales de otras aplicaciones es la importancia de los vínculos. Así lo entiende De Haro (2010), quien propone distinguir entre "redes sociales estrictas" y "servicios 2.0 con características de redes sociales" (como Youtube, Flickr o los blogs). Para este autor, "hay una tendencia a llamar red social a cualquier servicio de Internet que permita la interacción entre personas. Las redes sociales estrictas son aquellas cuyo foco de atención son las relaciones entre las personas".

En esta línea, Boyd y Ellison (2007) enumeran tres funcionalidades que permiten definir a una plataforma como red social:

1. Construir un perfil público o semipúblico delimitado dentro de un sistema.
2. Articular una lista de otros usuarios con los que compartir una conexión.
3. Ver y recorrer la propia lista de conexiones y las realizadas por otros dentro del sistema.

Los jóvenes y adolescentes constituyen un segmento relevante dentro del universo de usuarios argentinos de Facebook: el 9% de las cuentas corresponde a chicos de 16 y 17 años –el recorte sobre el que trabajamos en este estudio−, el 8% a chicos de entre 13 y 15, el 28% de los usuarios tiene entre 18 y 24 años, y el 26% tiene entre 25 y 34 (Social Bakers, 2012). Si bien Facebook sólo autoriza a mayores de 13 a crear cuentas, también hay usuarios más chicos que mienten en su fecha de nacimiento para poder acceder a la plataforma.

Los estudios sobre redes sociales

A la hora de abordar el fenómeno de las redes sociales, una de las discusiones posibles tiene que ver con la determinación de la unidad de análisis, que puede ser el usuario individual o el vínculo. Centrar la atención en los vínculos y no en los "nodos" de la red entraña un desafío para la teoría de la comunicación: "El foco de análisis pasa de los atributos de las relaciones que mantienen las personas, bajo el supuesto de que son las relaciones las que estructuran los comportamientos" (De la Torre, 2012, p. 10). La interacción y los vínculos que se construyen en las redes sociales –y que construyen a las redes sociales− se vuelven entonces un objeto de atención primordial.

Uno de los marcos teóricos que han resultado más productivos para pensar las redes sociales es la teoría de los usos y gratificaciones, cuyas primeras elaboraciones se remontan a los trabajos de Katz, Blumler y Gurevitch (1985, p. 127-171). Esta teoría, concebida en el ámbito de la comunicación de masas, se pregunta por las motivaciones que explican el uso de los medios de comunicación, así como los factores que influyen en esas motivaciones y que se reflejan en percepciones, actitudes y conductas. En esta línea, si se traslada el planteo desde la comunicación masiva hacia las formas de interacción que proponen las redes sociales, la pregunta crucial sería: ¿cuáles son los motivos de los adolescentes para usar Facebook?

Una investigación de Sheldon (2008, p. 46) registró seis factores principales que responden a esta pregunta, en orden de importancia: 1) Mantener relaciones. 2) Pasar el tiempo. 3) Ser parte de una comunidad virtual. 4) Entretenerse. 5) Sentirse incluido. 6) Encontrar compañía. Otro estudio de Valenzuela, Park y Kee (2009, p. 881-882) trabajó sobre cuatro factores principales que operarían como "razones para participar en Facebook" para los jóvenes. Según sus conclusiones, esos factores son: relaciones sociales, diversión, búsqueda de identidad personal y búsqueda de información. La investigación enfatizó el potencial de los grupos de Facebook de facilitar la participación de la juventud en actividades cívicas y políticas (2009, p. 890).

Para el caso de América Latina, De la Torre y Vaillard (2012) investigaron estas cuestiones entre jóvenes universitarios latinoamericanos y encontraron que Facebook es la red social considerada más útil para satisfacer las necesidades de integración social (contactarse con familia y amigos, chatear, conectarse con viejos amigos, chequear mensajes), integración personal (en los casos de quienes se conectan como parte de su rutina cotidiana, o para sentirse aceptados socialmente) y evasión (pasar el rato, entretenerse, compartir fotos y videos).

Otro estudio específico sobre adolescentes argentinos y redes sociales es el de Morduchowicz (2012). A partir de una serie de entrevistas a chicos y chicas, la autora trabaja sobre la construcción de la identidad juvenil en Internet y afirma que, mediante las redes sociales, los adolescentes buscan conocerse a sí mismos y construir una imagen ante los demás que les permita integrarse al grupo y ser uno más entre sus pares (2012, p. 25-26). La investigación analiza el valor de la popularidad entre los jóvenes y sostiene que este concepto resulta clave para comprender las redefiniciones de lo íntimo y lo público dentro de la cultura juvenil. Las aplicaciones de la web 2.0 permitirían responder a necesidades propias de la adolescencia, una etapa en la que se definen muchas cuestiones relativas a la identidad personal: "Internet asiste al adolescente en este camino tan complejo, en el que las pruebas y los ensayos ante el 'otro' virtual lo ayudan a pensar mejor su inserción, su pertenencia y su sociabilidad en el mundo real" (Morduchowicz, 2012, p. 106).

Para concluir este recorrido, un intento de sintetizar la profusa –y dispersa– bibliografía sobre Facebook puede encontrarse en el relevamiento de Wilson, Gosling y Graham (2012). Los autores analizaron más de 400 artículos académicos sobre Facebook, todos ellos en inglés, y encontraron cinco preocupaciones principales según las cuales pueden clasificarse las distintas líneas de investigación:

1. Los vínculos y las interacciones sociales: ¿Cómo está afectando Facebook las relaciones entre los grupos y los individuos?
2. Un análisis descriptivo de los usuarios: ¿Quién está usando Facebook?
3. Las motivaciones, los usos y gratificaciones: ¿Por qué la gente usa Facebook?
4. La construcción de la identidad: ¿Cómo se presenta a sí misma la gente en Facebook?
5. La privacidad y la intimidad: ¿Por qué la gente comparte información privada en Facebook a pesar de los potenciales riesgos? (2012, p. 206).

En este artículo nos enfocaremos en el primer asunto: la construcción de los

vínculos y la valoración de las interacciones en la red social. El objetivo será indagar en las representaciones de adolescentes argentinos en relación con este tema, para comprender cómo valoran ellos lo que hacen (y lo que otros hacen) en Facebook.

Los vínculos y la conversación

Según estadísticas oficiales de Facebook (2012), el usuario promedio tiene 130 amigos, genera 90 piezas de contenido por mes y está conectado con 80 páginas de comunidades, grupos y eventos. La proliferación de los contactos en las redes sociales –el máximo permitido por Facebook son 5.000− invita a recuperar la distinción propuesta por Granovetter (2000) entre vínculos débiles y vínculos fuertes. Para el autor, la coordinación social efectiva no surge de vínculos fuertes (como la familia, los amigos y los compañeros de colegio en la adolescencia), que suelen estar muy entrelazados e interconectados, sino que es propia de vínculos débiles, caracterizados por poco o ningún contacto, carencia de vínculos emocionales y escasos lazos relacionales (2000, p. 42). Ahí radica la "fuerza de los vínculos débiles", que son también los que ofrecen mayor potencial de conocimiento y acceso a información más rica, en sintonía con las necesidades de exploración y experimentación propias de la adolescencia en tanto etapa de "moratoria social" (Erikson, 1980, p. 135).

De todas maneras, el hecho de que los individuos generen una amplia red de contactos en las redes no quiere decir que interactúen regularmente con todos esos contactos. Si bien las redes sociales transforman la manera en que se mantiene el contacto con esos "vínculos débiles", también hacen surgir la pregunta acerca de cómo se redefinen los vínculos fuertes, por ejemplo la amistad. Para Urresti (2008), estas redes son un ámbito que se perfila como "una forma intermedia entre los concretos grupos de pertenencia correspondientes a los grupos de pares típicos de los adolescentes y los distantes grupos de referencia, los grandes colectivos sociales que agrupan a la población en general" (2008, p. 61). De acuerdo con esta lectura, Facebook y otros espacios 2.0 estarían generando nuevas formas de sociabilidad, distintas de las que se ejercían antes de la irrupción de las nuevas tecnologías. Investigar cómo los adolescentes reconocen y valoran esos vínculos resulta fundamental para entender qué es lo que les atrae de las redes sociales, ya que la interacción con los contactos es el principal motivo para conectarse a estas redes (Wilson et al., 2012, p. 209).

Por otra parte, en ninguna otra etapa de la vida los amigos son tan importantes como en la adolescencia. El acercamiento al grupo de pares y el distanciamiento con respecto a la familia forma parte del proceso de búsqueda de la identidad que caracteriza a esta etapa (Erikson, 1980, p. 128). Para Morduchowicz (2012), las relaciones de amistad son la clave que permite interpretar los usos que los adolescentes hacen de las nuevas tecnologías, a la vez que estas redefinen a aquellas: "La figura del adolescente difícilmente se entienda sin los amigos porque la relación con ellos contribuye a la definición de sí mismos. Sin ellos … tampoco es posible entender el uso que los adolescentes hacen de las tecnologías" (2012, p. 29).

Un problema específico que plantea la interacción en Facebook es la superposición de distintas esferas sociales en un mismo espacio (Lampinen,

Tamminen y Ouslavirta, 2009). En otras palabras: grupos que tradicionalmente pertenecen a contextos diferentes pueden "convivir" en Facebook dentro de un mismo contexto. Esto condiciona la presentación de la información personal, ya que un mismo individuo no se muestra de idéntica manera ante sus familiares, sus amigos o sus compañeros de trabajo (2009, p. 284). En el caso de los adolescentes, la co-presencia de familiares y amigos en el espacio virtual puede ser foco de conflictos con los adultos, en particular con los padres. Para evitar esos conflictos, los usuarios suelen implementar diversas estrategias, que incluyen la aplicación de distintos niveles de privacidad, la auto censura y la utilización de mensajes privados para determinadas informaciones (2009, p. 287-288).

Lo cierto es que, como consecuencia de la irrupción de las redes sociales, el hogar ha dejado de ser el ámbito exclusivo de la familia, y hoy es también un espacio de encuentro con los "contactos" de manera virtual, sea por medio del chat, el celular o las redes sociales. Los vínculos de los adolescentes con sus pares adquieren así la forma de conversaciones escritas que en muchos casos se extienden a lo largo de todo el día y concluyen recién cuando se apaga el celular o la computadora para ir a dormir. Por eso, indagar sobre los vínculos en las redes sociales requiere poner en primer plano las formas de comunicación que los constituyen. Del chat a los intercambios de comentarios en el muro y los mensajes privados, las redes sociales instalan en la vida cotidiana una conversación permanente.

Esta conversación se vuelve la base de la sociabilidad para los adolescentes. Según Simmel, en todo intercambio que genere sociabilidad es fundamental que el tema "sea interesante, fascinante e incluso importante; sólo que no ha de constituir por sí mismo la finalidad de la conversación; esta no ha de estar dedicada al resultado objetivo, que … como idea, ha de permanecer fuera de la conversación" (2002, p. 95). En otras palabras, lo que importa es la interacción en sí misma.

Por su parte, Tarde (1986) entiende por conversación "todo diálogo sin utilidad directa e inmediata, en el que se habla sobre todo por hablar, por placer, por juego o por cortesía" (1986, p. 93). Para este autor, la conversación es una auténtica institución social y constituye el centro de las relaciones sociales. En consonancia con Simmel, para Tarde la conversación sería una comunicación sin otro fin que la comunicación misma. En términos de Jakobson (1986, p. 356), se trataría de un intercambio dominado por la función fática, es decir, orientado al mantenimiento del contacto y no tanto a la emisión y recepción de mensajes con contenidos significativos. Tarde señala que la conversación sólo aparece en medios sociales en los que se disfruta de situaciones de ocio, vinculando directamente los tiempos dedicados a la conversación con el tiempo libre o no productivo (1986, p. 99). Desde su perspectiva, la conversación emerge sólo cuando las necesidades más urgentes se han satisfecho. Podríamos agregar, para el caso de los adolescentes: y cuando la satisfacción de esas necesidades corre por cuenta de otras personas, es decir, los adultos.

Metodología

Esta investigación de carácter cualitativo indaga acerca de los usos que los adolescentes argentinos hacen de Facebook, a partir de sus representaciones

sobre las interacciones que tienen lugar allí. Más específicamente, el propósito fue indagar sobre sus representaciones en torno a los vínculos que se construyen en la red social y las interacciones que los sostienen.

Teniendo en cuenta el impacto masivo de Facebook y su expansión permanente en diferentes estratos sociales, el objetivo de la investigación fue explorar por medio de entrevistas cómo adolescentes de diferentes barrios y niveles socioeconómicos de la Ciudad de Buenos Aires interactúan con otras personas a través de Facebook, sin perder de vista las interrelaciones entre el mundo virtual y el real.

Descripción de la muestra

Para indagar sobre estas cuestiones, se entrevistó en profundidad a 26 adolescentes, todos ellos estudiantes en edad de asistir al último año de la escuela secundaria (17-18 años). Se decidió trabajar con este segmento etario por la importancia que adquieren los vínculos –de eso se trata la "red" social– en esta etapa de la vida. La variable de recorte fue la edad y no el ciclo de escolaridad; de todas maneras, al momento de la entrevista, sólo uno de los entrevistados no se encontraba cursando quinto año (el último del nivel medio en Argentina) por haber repetido. En cuanto al género, la mitad de los entrevistados fueron varones y la mitad mujeres.

La selección se hizo en función de los barrios en los que viven los estudiantes, y se llegó a ellos por medio de sus escuelas. Es decir, se los contactó offline, aunque todos los entrevistados son usuarios de Facebook (con distintos grados de intensidad, frecuencia e interés). Si bien muchos estudios de Facebook apelan a metodologías online y contactan a los participantes por medio de la red social, en este caso se prefirió trabajar offline porque uno de los principales intereses de la investigación era contrastar las representaciones de los usuarios sobre la construcción de la identidad en la esfera virtual y la real.

Se trabajó con barrios de diferentes niveles socioeconómicos, para incorporar esta variable al análisis y, de ese modo, explorar si las desigualdades socioeconómicas tenían algún impacto en los usos y las representaciones en torno a estas herramientas. Se eligieron seis barrios:

- Barrios de nivel socioeconómico alto y medio alto: Belgrano y Palermo
- Barrios de nivel socioeconómico medio y medio bajo: La Boca y San Cristóbal
- Barrios de nivel socioeconómico bajo: Villa 31 e Isla Maciel[2]

Del total de entrevistas, 9 corresponden a adolescentes de los barrios de Belgrano y Palermo, 9 corresponden a La Boca y San Cristóbal, y 8 corresponden a Villa 31 e Isla Maciel. El tamaño de la muestra –es decir, la cantidad de entrevistados– se definió a partir del punto de saturación, que Mejía Navarrete define de la siguiente manera: "[En] el examen sucesivo de casos que van cubriendo las relaciones del objeto social … a partir de una cantidad determinada, los nuevos casos tienden a repetir –saturar– el contenido del conocimiento anterior" (2000, p. 171). En otras palabras, se dejó de hacer

[2] Si bien, en rigor, Isla Maciel está en el límite con la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y forma parte del partido de Avellaneda, por su proximidad con la Ciudad se decidió incluirla en el estudio. Además, los entrevistados pertenecientes a este barrio fueron contactados en una escuela pública de la Capital.

entrevistas cuando se percibió que la realización de nuevas entrevistas ya no aportaba nada nuevo a la información recolectada.

En cuanto a las condiciones de conexión a la red social, todos los entrevistados afirmaron tener computadoras en su casa y conectarse desde allí, con excepción de un par de jóvenes de La Boca e Isla Maciel, que entran a Facebook desde el locutorio. En estos barrios y en San Cristóbal también hay adolescentes que mencionan las netbooks que recibieron en la escuela como medio principal de conexión. De todas maneras, ningún entrevistado señala a la escuela como ámbito de uso de las redes sociales.

Los celulares inteligentes parecen haber penetrado en todos los barrios: en cada uno hay por lo menos un entrevistado que menciona el smartphone como dispositivo preferido de acceso a Internet. Aunque hay una mayor penetración de los nuevos celulares en los barrios de mayor poder adquisitivo (Belgrano y Palermo), también se los utiliza en los segmentos de menores recursos. A la vez, en Villa 31 y La Boca algunos entrevistados señalaron no tener teléfono celular. En otras palabras, las mayores desigualdades en las formas de conexión no parecen darse entre los barrios de los distintos segmentos socioeconómicos, sino al interior de una misma escuela: entre los de Villa 31 hay chicos sin teléfono y chicos con smartphone; en Isla Maciel hay entrevistados sin teléfono ni computadora en su casa, y otros que cuentan con los dos dispositivos.

Objetivos y limitaciones

El presente es un estudio exploratorio. La técnica de recolección de datos utilizada fue la de la entrevista en profundidad semiestructurada. La elección de esta técnica estuvo orientada por la complejidad y especificidad del tema social a investigar y por las características de las personas a entrevistar. Se trata, además, de la metodología privilegiada para indagar sobre usos y gratificaciones, ya que dicha teoría propone entrevistar a las audiencias de los medios –concebidas como usuarios activos−, asumiendo que las personas son suficientemente conscientes como para poder informar sobre su interés y sus motivaciones (Katz, Blumler, Gurevitch, 1985, p. 139).

Se recurrió a la entrevista focalizada (Ander-Egg, 2003, p. 92), de formato semiestructurado y con un enfoque semidirigido. Esta técnica presupone que las personas entrevistadas comparten una determinada situación o una experiencia común; en este caso, todos los entrevistados eran usuarios de Facebook, además de estudiantes de nivel medio (en escuelas de gestión privada o de gestión estatal). Dicha modalidad requiere también que el entrevistador estudie previamente el tema sobre el que se focalizarán las entrevistas, para llegar a las mismas con una serie de hipótesis que inspirarán la elaboración del guión de la entrevista.

Sobre la base de esas hipótesis se diseñó una guía de entrevista con preguntas de respuesta abierta, con un orden secuencial preestablecido tendiente a explorar y profundizar sobre las cuestiones elegidas. Esta técnica permite que el entrevistado manifieste espontáneamente sus opiniones e inquietudes y que el entrevistador se involucre en la conversación de manera que, si la situación lo requiere, repregunte o genere nuevas preguntas. Las entrevistas fueron realizadas en las

escuelas a las que asisten los entrevistados, y tuvieron una duración promedio de 30 minutos.

La técnica elegida para el registro de la información fue la grabadora de voz. Los datos provenientes de las entrevistas fueron analizados de manera horizontal –es decir, comparando las distintas entrevistas− a partir de las transcripciones completas, buscando las coincidencias y las disidencias entre las fuentes consultadas. Este tipo de técnica de recolección sólo permite un análisis de tipo cualitativo, no cuantificable, basado en la interpretación de aquello que dicen los entrevistados. Esa es, precisamente, la mayor riqueza y la mayor limitación de la entrevista en profundidad: permite que los informantes se expresen con flexibilidad, pero exige por parte del investigador una comprensión intersubjetiva de las perspectivas que estos tienen respecto de sus vidas, experiencias o situaciones.

Por otra parte, una limitación inherente a la técnica de la entrevista es que omite "las posibilidades de divorcio entre lo que se dice y lo que se hace" (Ander-Egg, 2003, p. 110). En particular, una de las principales limitaciones de este estudio fue la ausencia de triangulación de los datos obtenidos en las entrevistas con la observación de las páginas de Facebook de los participantes, lo que Cicourel denomina "carencia de validez ecológica" (citado en Marradi, Archenti y Piovani, 2007, p. 220). Los hallazgos, por lo tanto, no dan cuenta estrictamente de los usos y gratificaciones que los adolescentes buscan en las redes sociales, sino de sus representaciones en torno a esos usos, tal como ellos las describen.

Las entrevistas fueron realizadas entre los meses de abril y julio de 2012. Se acordó que las fuentes serían citadas sólo por el primer nombre, de manera de mantener su anonimato. Los ítems que se abordaron fueron los siguientes:

- Medio de conexión a Facebook, lugar de conexión, frecuencia de uso.
- Composición de la lista de contactos, criterios para incorporar nuevos contactos, relación entre contactos reales y virtuales.
- Espacios de encuentro con amigos, formas de interacción con amigos en la red social, representaciones sobre la amistad.
- Temas de conversación en Facebook, criterios para publicar contenidos, expectativas con respecto a las interacciones.
- El valor de la popularidad, Facebook como termómetro de la aceptación social.
- Elección de la foto de perfil, criterios para construir el propio perfil, lo que se elige mostrar y lo que no.
- Los espacios para compartir lo íntimo. Los potenciales riesgos que pueden aparecer en la red social.

A continuación se presenta una parte de los resultados, con eje en la construcción de los vínculos, la valoración de los contactos y la importancia de la conversación como forma privilegiada de interacción. Este material forma parte de una investigación más amplia, en la que también se indagó sobre otros aspectos del uso de las redes sociales, como la reconfiguración de las esferas de lo íntimo y lo público y la presentación de la identidad personal en Facebook.

Hallazgos

Los vínculos en Facebook

El análisis de las entrevistas arrojó una primera conclusión: la variable socioeconómica no resultó significativa para pensar los usos y representaciones de los adolescentes en relación con las redes sociales. Salvo por algunas cuestiones muy puntuales, las respuestas de los chicos y chicas de los barrios de nivel socioeconómico más bajo no fueron muy distintas de las de los entrevistados de las zonas de mayor poder adquisitivo. Las diferencias más significativas tienen que ver con las condiciones de conexión a la red: los usuarios que utilizan smartphones o computadora con Internet en casa tienen rutinas muy distintas de aquellos que se ven obligados a ir al locutorio para conectarse. De todas maneras, como ya se señaló, esas condiciones varían al interior de cada segmento socioeconómico. En este sentido, los resultados confirman la hipótesis de Boyd (citado en Buckingham, 2008, p. 121), según la cual en las redes sociales la brecha más importante es de participación y no de acceso.

Dicho esto, a grandes rasgos podrían trazarse dos perfiles de usuarios en función de la cantidad de contactos que tienen en Facebook. El primero sería el de aquellos entrevistados que dijeron tener hasta 500 contactos (el mínimo mencionado fue 150). El otro sería el de aquellos usuarios que tienen entre 1.000 y 5.000 contactos, el tope permitido. La principal diferencia entre estos dos grupos es que los primeros no aceptan en su red a gente desconocida. Los segundos, en cambio, se muestran más abiertos a incorporar a personas que no conocen offline. Esto implica diferentes valoraciones de los vínculos que pueden construirse en Facebook.

El tamaño de la lista de contactos depende de las pautas que utiliza el usuario para incorporar personas a su red. Los entrevistados mencionan los siguientes criterios para autorizar a un nuevo contacto o solicitarle autorización:

- Conocer personalmente al otro. “Tengo sólo familiares, amigos y conocidos. No acepto a gente que no conozco” (Stefanía, 18 años, 150 contactos).
- La pertenencia a la misma escuela. “Yo acepto a toda la gente del colegio” (Rocío, 17 años, 350 amigos).
- Los amigos en común que tienen con él/ella. “Me fijo si tengo algún que otro amigo en común. Si no tengo a nadie en común, no lo agrego” (Francisco, 17 años, 650 contactos).
- La foto: si inspira o no confianza. “Para mí depende de la foto de perfil, si la foto me genera agregarla o no agregarla, si me da confianza. Con la gente que no conozco, es así” (Franco, 17 años, 500 amigos).
- El sexo. “Yo pongo ‘aceptar’ a las mujeres” (Marcos, 17 años, 600 contactos).
- La edad. “Yo veo fotos y me fijo la edad. Si es una edad muy arriba, no lo acepto. Porque como que me da miedo” (Magalí, 17 años, 500 contactos).

Cada usuario suele utilizar más de un criterio a la hora de decidir cómo construye su lista de contactos. Y algunos reconocen haber cambiado los criterios con el tiempo: son varios los que aseguran que en un primer momento aceptaban a todo el mundo, y luego empezaron a restringir esas pautas,

generalmente en pos de preservar la intimidad.

Las oscilaciones en los criterios –que, en todos los casos, se dieron en dirección a aumentar las restricciones, y nunca en dirección a flexibilizarlas− a veces requieren una "limpieza de contactos". El momento de la limpieza llega cuando el usuario siente que ha "perdido el control" de su lista de contactos. Lucrecia (17 años, 2.000 contactos) cuenta su experiencia: "Yo me arrepiento de tener tanta gente, porque a veces me molesta. Los empiezo a borrar y tardo tanto en borrar que los dejo ahí".

Varios testimonios mencionan esta instancia de quiebre, en la que a partir de un determinado momento empiezan a limitar la cantidad de personas que aceptan y eliminan gente a la que habían aceptado, casi siempre desconocidos. Este comportamiento estaría señalando que muchos adolescentes están al tanto de los riesgos de brindar acceso irrestricto a todo el mundo. Incluso los que empiezan su tránsito por la red social con una política más abierta, quizás entusiasmados por la "novedad" de Facebook, con el correr del tiempo comienzan a actuar de manera más restrictiva. Al controlar lo que muestran, están también controlando el tipo de vínculos que construyen. Goffman lo explica en estos términos: "El control sobre lo que se percibe es control sobre el contacto que se hace, y la limitación y regulación de lo que se muestra es una limitación y regulación del contacto" (1981, p. 78).

Por otra parte, la cuestión de la cantidad de contactos introduce el tema de la popularidad. ¿Es más popular el que tiene más amigos en Facebook? ¿Cuál es, si no, el valor de acumular miles de contactos? Aquí las aguas se dividen. Para algunos, tener muchos contactos en Facebook es garantía de popularidad. Para otros, no significa nada, porque es posible tener 3.000 contactos en la red social y estar absolutamente solo. "Facebook no te hace popular. Capaz que los que tienen a 5.000 conocen a 200 como mucho, y tampoco los deben conocer tanto", dice Tomás (17 años, 150 contactos).

La experiencia de Gabriela (18 años, 900 contactos) es distinta: "Sí te hacés popular. Yo por ejemplo tengo [en Facebook] a todos mis amigos de cuando iba a bailar a Ramos. Nos bajábamos en la estación de Ramos y todos nos gritaban a mi prima y a mí porque nos conocían todos, por la popularidad del Facebook". La "popularidad" aparece aquí como la oportunidad de sentir por un instante, o en un espacio puntual, lo que sienten los famosos al verse reconocidos en la calle. Así, la red social aparece como la vidriera que garantizaría los 15 minutos de fama que vaticinaba Andy Warhol, aunque se trata de una fama "segmentada", ante un público limitado: es la fama de los anónimos.

Más allá de que critiquen o comprendan a quienes acumulan miles y miles de contactos, las respuestas de los entrevistados indican que el deseo de acumular relaciones en Facebook se corresponde con una voluntad de ser popular. La popularidad aparece aquí como una de las principales gratificaciones (Katz, Blumler, Gurevitch, 1985) que obtienen los usuarios de Facebook; un valor que refuerza la identidad y que se vuelve un atributo de la persona. En otras palabras, la cantidad de contactos estaría señalando determinadas características de la persona ante los demás: como la edad, la foto de perfil y el barrio, la cantidad de contactos se vuelve un rasgo más de la identidad virtual que se configura en las redes

sociales. Quizás eso explique también por qué algunos chicos y chicas entran en la competencia de ver quién tiene más amigos en su red: se trata de construir una determinada imagen de uno mismo. "Se generan competencias de quién tiene más amigos que el otro. Entonces con ese criterio la gente agrega cada vez más gente y de esa forma se genera un perfil, un estatus en la red social, y eso tiene que ver con la popularidad", explica Federico (17 años, 600 contactos).

Para algunos chicos y chicas –aunque en las entrevistas la cuestión aparece siempre asociada a las mujeres–, la necesidad de tener muchos amigos parece responder a un mandato social que proviene no sólo de los pares, sino también del mundo adulto. Una especie de compulsión cultural que obliga a ser popular, a mostrarse ante los demás como una persona con muchos amigos. Así lo entiende Eva (17 años, 400 contactos): "Creo que la sociedad en sí ya está así, es la manera de pensar de muchos chicos, que piensan 'Soy más popular porque me muestro así', o 'Soy menos popular si no lo hago'. Ya te venden esa idea de que hay que ser popular y hay que tener más amigos".

Por otra parte, la cantidad de contactos es un dato que en sí mismo no revela nada sobre la cantidad ni la calidad de las interacciones. Los entrevistados con más contactos en sus redes aseguran que, en realidad, sólo interactúan con unos pocos. Nuevamente, la extensión de la lista de "amigos" no responde al interés por comunicarse con toda esa gente, sino más bien a presentarse a uno mismo como una persona "con muchos amigos". Constanza (18 años, 2.000 contactos) explica:

> A la mayoría no les hablo. La mentalidad de todos cuando éramos chicos era "Ay, sí, te agrego y quiero tener un montón de amigos". Yo los tenía y como nunca cambié el Facebook, los tengo ahora, pero sólo hablo con mis amigos-amigos que conozco de primaria o los que conozco de secundaria; con los demás, no. No le doy importancia a la gente que no conozco. Capaz que me hablan y me ponen "Hola, hola, hola, hola", y no pasa nunca nada.

¿Con quién hablan los adolescentes en Facebook? La respuesta a esta pregunta supone indagar, en línea con la teoría de los usos y gratificaciones, de qué manera las redes sociales satisfacen ciertas necesidades, ya que son esas necesidades las que explican en buena medida los usos de los individuos: "El enfoque representa simplemente un intento para explicar algo sobre la forma en que las personas utilizan la comunicación, entre otros recursos de su ambiente, para satisfacer sus necesidades y para conseguir sus objetivos" (Katz, Blumler, Gurevitch, 1985, p. 135).

De acuerdo con los entrevistados, los usuarios se comunican en Facebook con las mismas personas con quienes hablan fuera de la red social. Eso es lo que más valoran de la red: en sintonía con los resultados de otros estudios similares –como los de Sheldon (2008), Valenzuela, Park y Kee (2009) y Boyd (2008)[3]– cuando son interrogados acerca de qué es lo que más les gusta de Facebook, la gran mayoría de los entrevistados responde: "Estar comunicado con mis amigos". Algunos incluso crean Grupos (una aplicación que

[3] Por ejemplo, en su investigación sobre MySpace, Boyd concluye: "While many adults find value in socializing with strangers, teenagers are more focused on socializing with people they *knew personally (...). The popularity of MySpace* is deeply rooted in how the site supports sociality amongst preexisting friend groups" (en Buckingham, 2008, p. 126).

ofrece la plataforma) en los que participan todos los miembros de su grupo de amigos. De este modo, Facebook incrementa el contacto entre amigos. "Ahí comentamos cosas. Alguna sube una foto y comentamos, o bien '¿Qué hacemos hoy a la noche?', esas cosas. Es re útil el Facebook para eso, porque todos se enteran, no tenés que mandarles el mensaje a todos", explica Emilia (17 años, 350 contactos).

Sin embargo, algunos entrevistados –sobre todo los varones− sostienen que la red social sirve más para comunicarse con conocidos o con personas del sexo opuesto, porque con los amigos hablan en otros espacios. En las entrevistas también se detectó otro perfil de usuario: algunos adolescentes reconocen utilizar Facebook para conocer gente nueva y hablar con esos desconocidos. De todas formas, estos usuarios también priorizan el contacto con amigos en cuanto al tiempo que le dedican y el valor que le asignan.

La palabra "amigo" tiene distintos significados en el léxico adolescente. Si bien Facebook bautizó de esa manera a los contactos de cada usuario, ningún entrevistado vacila: los "amigos" de Facebook no son todos amigos. Muchos incluso se ven obligados a reforzar la palabra cuando se refieren a sus amigos de verdad, y hablan de los "amigos-amigos" y los "amigos de Facebook". La amistad para ellos no tiene nada que ver con la imagen de popularidad que ofrece la acumulación de miles de contactos. Para los adolescentes entrevistados, los amigos siguen siendo pocos y valiosos. En este punto se muestran unánimes. Eva asegura: "Amigos son los que tengo conmigo siempre, para los de Facebook diría contactos o conocidos, no sé, pero no amigos".

Según Erikson (1980, p. 128), la amistad ocupa un lugar fundamental en la adolescencia. Es la etapa en que los chicos y chicas se acercan cada vez más al grupo de pares, el momento en que los adolescentes más necesitan del reconocimiento y la validación de sus compañeros. Morduchowicz explica: "El adolescente comienza a tomar distancia de sus padres para acercarse más a sus amigos. Ellos serán su referente desde ahora y por muchos años. Su grupo de pares será … el que lo ayude a construir su identidad" (2012, p. 36). Si los vínculos de amistad son los que definen los años correspondientes al tránsito por la escuela secundaria, el tema se vuelve especialmente sensible cuando se acerca el fin de la escolaridad, porque eso implica cambiar las rutinas y hace surgir el temor de perder el contacto con los amigos del colegio. "¡Terminar el colegio es la prueba final! Porque no sabés qué va a pasar después", reconoce Candelaria (17 años, 400 contactos). En esta etapa de ansiedad e incertidumbre se encuentran los adolescentes entrevistados, por eso uno de los focos de indagación más importantes fueron sus miradas sobre la amistad.

¿Qué es lo que valoran los adolescentes en sus amigos, qué atributos tiene que tener una persona para que la consideren amiga? A continuación, una lista de las características más mencionadas a la hora de definir a un amigo:

- Siempre está disponible. "Nunca te deja tirado, ni en las buenas ni en las malas", dice Marcos.
- No es envidioso. Paradójicamente, varias chicas coinciden al aclarar que "es más difícil estar en las buenas que en las malas". La envidia aparece como la antítesis de una verdadera amistad. Celos y envidia reaparecen varias veces en

las entrevistas como fenómenos que Facebook potencia y multiplica.

- Es generoso y las puertas de su hogar siempre están abiertas. Dice Raúl (18 años, 200 contactos): "Para mí un amigo es el que no te cierra la puerta nunca, yo siempre que voy a su casa, entro". "No espera nada a cambio. Está ahí porque de verdad lo siente" (Rocío).
- La relación tiene una historia de muchos años compartidos. "Tenés que estar toda la vida para que sean amigos" (Francisco).
- Es sincero. "Lo primero en una amistad es la sinceridad" (Stefanía).
- Es un ejemplo a seguir y da buenos consejos. "Una chica que se preocupe por estudiar y que no le dé mucha bolilla a tomar bebidas alcohólicas muy temprano, fumar", define Mariana (17 años, 500 contactos). "Un amigo es el que te dice: 'No hagas esto, que está mal'" (José, 17 años, 650 amigos).
- Es parecido y diferente a uno. "Que sea más o menos parecido, que piense más o menos como pensamos todos" (Tomás). "No tiene que ser igual que yo porque me aburriría. Que sea diferente" (Daiana, 18 años, 500 amigos).
- Es comprensivo y sabe escuchar. "Para mí tiene que ser una chica que me escuche, que me entienda, que me aconseje bien, que sea buena onda" (Andrea, 17 años, 400 contactos).
- Tiene un conocimiento profundo del otro. "Te conoce bien como sos, a fondo" (Franco). "Te acepta como sos, no tenés que preocuparte por nada" (Rocío).
- No necesariamente requiere contacto permanente, ni precisa estar actualizado de todo lo que pasa. "Hay distintos tipos de amigos. Están los que se ven todos los días, pero también hay amigos que capaz los conocés desde hace un montón y no se ven todos los días, pero sabés que están para cualquier cosa" (Martina, 17 años, 300 contactos).

En general los amigos surgen del colegio, del barrio y de las actividades que los chicos hacen por fuera de la escuela (idiomas, deportes, actividades artísticas, voluntariados, etcétera). Los lugares de encuentro varían en función de los intereses de los chicos y del barrio: todos mencionan las casas de sus amigos y la escuela. Algunos añaden shoppings, cines, locales de comida rápida. Sólo en La Boca y Belgrano los adolescentes afirman encontrarse en la calle, en una determinada esquina o en plazas a las que consideran territorios propios. Y son muy pocos los que reconocen ir a bailar, a bares o "salir a tomar algo".

En muchos casos la red social permitió reavivar vínculos perdidos gracias al reencuentro con amigos de la infancia o de otros colegios. "Hay amigos que quizá no los ves hace mucho tiempo y por el Facebook les decís: 'Che, ¿cuándo te puedo ver?', y así te juntás con los amigos que hace mucho que no veías" (Lucas, 18 años, 300 amigos). De esta manera, la red social hace que los chicos y chicas se reúnan con conocidos con quienes habían perdido el contacto, y en ocasiones, gracias a esos encuentros, resurge una amistad.

Los medios de contacto con los amigos varían:

- El celular es el más utilizado, sobre todo los mensajes de texto (SMS).
- Sólo en algunos barrios –Palermo, Belgrano, Villa 31 y La Boca, con perfiles socioeconómicos muy distintos entre sí− los mensajes de

texto empiezan a ser reemplazados por el predominio del WhatsApp, una aplicación para celulares inteligentes (smartphones) que permite enviar mensajes sin "gastar crédito", una de las preocupaciones que limitan las comunicaciones de los adolescentes.

- Por detrás de los mensajes vía celular, la opción más mencionada es Facebook (para mensajes privados y para chatear, en el teléfono o en la computadora). Su gran ventaja es la gratuidad: sólo requiere tener acceso a Internet.
- Luego aparecen las llamadas por celular, tanto en los barrios de mayor poder adquisitivo como en los de menores recursos. La explicación ratifica la importancia de los amigos en esta etapa: muchos chicos eligen a sus amigos como destinatarios en los planes de "llamadas libres" que empezaron a ofrecer las compañías telefónicas en los últimos años.
- El mail únicamente se menciona para comunicaciones "más formales" (por ejemplo, trabajos del colegio, búsquedas laborales, pedidos de información a universidades), siempre con adultos como destinatarios (familiares, profesores). Resulta llamativa esa diferencia de registro que chicos y chicas perciben entre Facebook y el correo electrónico: todos coinciden en que el mail es para comunicaciones formales.
- Del MSN, que había llegado a monopolizar los intercambios entre los adolescentes, todos afirman que está cayendo en desuso.
- Finalmente, en todos los casos se descarta el teléfono fijo como un dispositivo que ya no se utiliza ("El teléfono fijo murió", avisa Daiana). La mayoría tampoco usa Twitter y, en los casos en que sí, la intensidad de uso es menor que la de Facebook. Algunos entrevistados señalan que Twitter tiene más éxito entre usuarios más chicos, de 13-14 años.

Las respuestas coinciden en que los vínculos con los "amigos-amigos" no se vieron afectados por la irrupción de Facebook en sus vidas, una irrupción que en ningún caso se remonta más atrás de 2008, cuando estos chicos tenían 13 o 14 años: "Con mis amigas más cercanas es lo mismo", dice Emilia.

De todas maneras, algunos entrevistados señalan que se comunican más con sus amigos gracias a Facebook, sobre todo aquellos que utilizan teléfonos inteligentes. A la vez, reconocen que eso a veces hace que se vean con menor frecuencia: "Si tenés que hacer un trabajo, antes ibas a la casa y lo hacías con esa persona. Ahora lo podés hacer por Internet, por Facebook, tranquilamente. Eso saca algunas salidas y encuentros, te perdés tiempo de estar en persona" (José).

Sin embargo, otros dicen todo lo contrario: afirman que gracias a Facebook se ven más con sus amigos, porque la red social se utiliza, entre otras cosas, para combinar instancias de encuentro presenciales. "Nos vemos en Facebook y decimos: 'Che, venite para acá'", cuenta Marcos. Lo virtual y lo presencial, entonces, no se excluyen mutuamente, sino que se potencian. En este sentido, la aplicación que permite crear "eventos" e invitar a los contactos sería un ejemplo de cómo las interacciones de la red social tienen una continuidad con las interacciones en el mundo "real"; no son dos mundos separados. También las conversaciones presenciales y virtuales

con amigos constituyen un continuum difícil de disociar, en el que los temas que surgen en Facebook se retoman en los encuentros en la escuela o en el barrio, y viceversa: "Cuando hablamos de algo por Facebook, después nos vemos y seguimos hablando de lo mismo. '¿Te acordás lo que te conté?', y seguís hablando de eso" (Eva). En otras palabras, los hallazgos de esta investigación son coherentes con la afirmación de Morduchowicz: "El supuesto efecto de soledad … provocado por los medios no es tal. Los medios y las tecnologías, insistimos, han generado nuevas maneras de relacionarse entre los jóvenes" (2012, p. 30).

Una cuestión que se plantea es si resulta posible construir una verdadera amistad, que cumpla con todos los parámetros mencionados, por medio de la red social. Para algunos jóvenes, las rutinas de contacto cotidiano que se van construyendo en la red hacen que algunos vínculos "débiles" se fortalezcan y se transformen en una nueva amistad:

> De repente te hacés más amigo con algunos conocidos. Empezás a hablar más seguido, y te lo cruzás y ya es: "Ah, viste lo que pasó el otro día", y de repente nace una relación que vos no sabés de dónde salió. Bueno, sale de ahí. Te acercás a un conocido y como ya empezás a hablar todos los días por el Facebook, de repente te lo cruzás y es como tu mejor amigo. Yo tenía a esos "chicos vicio" que están todo el día, y por ahí les contaba a ellos cosas que a mis amigas no. Pero porque por ahí me los cruzaba en Facebook y me preguntaban: "Y, ¿cómo fue eso?" (Gabriela).

La mayoría de los elementos que los adolescentes mencionan a la hora de definir la amistad (disponibilidad, una historia compartida, saber escuchar, conocimiento profundo del otro) dependen de una dimensión presencial de manera excluyente. Sólo aquellos entrevistados que valoran a sus amigos por los consejos que brindan –una definición que se reiteró entre los adolescentes de Villa 31 e Isla Maciel– admiten que la esfera virtual puede ser un espacio donde surjan amistades. "Por ejemplo, cuando estás deprimido, podés hablar y te dan un consejo", dice José.

Sin embargo, incluso esas voces marcan un límite con respecto a las posibilidades que ofrecen las redes sociales para desarrollar un vínculo de amistad. Ese límite infranqueable es el del afecto físico, que para muchos adolescentes forma parte fundamental de la relación con sus amigos y amigas: "Tiene que ser un amigo que lo veas, lo sientas, lo toques, lo abraces, todo eso. A través de una computadora no lo vas a abrazar. No vas a saber si está llorando" (Magalí).

En otras palabras, frente a algunas voces alarmistas que advierten sobre el aislamiento de los jóvenes y el empobrecimiento de sus formas de sociabilidad, de las entrevistas se desprende que los adolescentes siguen valorando los encuentros presenciales por encima de otras formas de interacción, y que la dimensión afectiva –y, por lo tanto, física, es decir, cara a cara− sigue siendo priorizada por la mayoría.

La conversación en la era 2.0

En su manifiesto sobre la sociedad del espectáculo, Debord (1995, p. 13) anunció la muerte del arte de la conversación, porque el espectáculo "es lo opuesto al diálogo". Si bien muchas de las ideas de Debord sirven para pensar nuestra época, quizás esta resulta menos fértil; todo depende de qué entendamos por diálogo. Lo cierto es que la era de la

sociedad red podría reconocerse también como la "era de la conversación". El chat, el correo electrónico, los mensajes de texto hoy rodean a la vida cotidiana de una conversación constante, en la que siempre hay un mensaje por responder o por enviar. Claro que entre las discusiones en los salones franceses del siglo XVII y los intercambios en el chat de Facebook hay diferencias importantes. Cada una representa diferentes formas históricas de la conversación, con sus propias reglas de etiqueta y sus códigos culturales, que deben ser aprendidos por los participantes.

Se ha señalado a la Web 2.0 como un fenómeno que instala a la conversación en el centro de Internet: son los aportes y los intercambios entre los usuarios los que construyen Youtube, Wikipedia, los foros, las redes sociales, los blogs, las páginas de compras con recomendaciones, los comentarios en los portales de los diarios. En los últimos años el fenómeno se agudiza con la irrupción de un nuevo dispositivo: los smartphones o celulares inteligentes. En 2012, por primera vez en Argentina las estimaciones de las compañías telefónicas preveían que se venderían más smartphones que celulares comunes[4]. Los nuevos teléfonos se parecen cada vez más a computadoras de bolsillo, y potencian la participación en las redes sociales, porque ya no es necesario llegar a casa para loggearse. La conexión es permanente y los usuarios pueden estar actualizados de todo lo que ocurre en las redes de manera inmediata. Ahora, más que nunca, la conversación se ha vuelto constante.

Las posibilidades que ofrecen estas nuevas tecnologías encuentran en los adolescentes un público clave. Efectivamente, para ellos el contacto con sus amigos es sustancial en la vida diaria. En esta etapa adquiere gran importancia la posibilidad de expresarse: la adolescencia es también una etapa de crisis (Erikson, 1980: 135) en la que la búsqueda de la propia identidad genera ansiedad y angustia. Las redes sociales y los espacios de conversación allí disponibles ofrecen a los usuarios un ámbito donde expresar esas identidades en proceso de consolidación; ponerlas a prueba y, en todo caso, ir puliéndolas en función de las reacciones de los demás. Por eso, los adolescentes son un público especialmente ávido de conversación. Sobre todo, de conversar con sus amigos.

La conversación, tal como la describe Tarde (1986: 93), no tiene fines utilitarios ni apunta a resolver un problema concreto: es una interacción que se disfruta en sí misma, sin otro fin que −justamente− conversar. Por eso, lo que marca el punto final de una conversación es el cansancio o la disminución de la atención. Sobre todo cuando los interlocutores son amigos: con ellos la charla es potencialmente inagotable. Así lo explica Eva: "Cuando uno es amigo de verdad, es como que nunca se terminan los temas de conversación. Y por más que hayas hablado mil veces de ese tema, siempre vuelve y se hablan diferentes cosas de ese mismo tema". Las redes sociales permiten retomar en Internet los temas sobre los que los adolescentes conversan en la escuela, en sus salidas y encuentros. A su vez, en las redes se generan nuevos temas para conversar, tanto online como offline. La conversación, por lo tanto, lo envuelve todo, desde la mañana hasta la noche: basta con prender el celular o la

[4] "Por primera vez se venderán más celulares inteligentes que comunes", en Clarín, 06/05/12. En línea: www.clarin.com/sociedad/primera-venderan-celulares-inteligentes-comunes_0_695330579.html

computadora para participar de esos intercambios con los amigos y contactos. "Yo lo uso para hablar con mis amigas. Todo el tiempo hablo con ellas", reconoce Lucrecia.

En la red social, la conversación adquiere dos formatos principales: el chat y los mensajes privados. Pero también son parte de las conversaciones los comentarios en el muro o portada, en las fotos y en los videos que suben los usuarios.

¿Cuáles son los temas de conversación más frecuentes? Aquí se hace necesario marcar distinciones entre los varones y las mujeres. Para la mayoría de las chicas entrevistadas, cualquier tema puede ser digno de ingresar a las conversaciones en Facebook. Es que lo que define a estas interacciones no son los temas, sino el vínculo con los interlocutores, y con las amigas siempre hay algo de qué hablar. Los chismes y rumores no son ajenos a estos intercambios, que suelen funcionar como cadenas de mensajes que pueden prolongarse durante todo el día –y, a veces, se retoman al día siguiente–.

En general, ellos reconocen conversar menos en Facebook que ellas. La mayoría de los varones entrevistados afirman que la red social sirve, sobre todo, para combinar encuentros: "Yo, cinco palabras: adónde vamos, y ya está. Como para saber dónde nos encontramos, más que nada. A qué casa voy, a qué lugar, dónde nos juntamos", dice Raúl. Los momentos de encuentro y las salidas de los fines de semana son, precisamente, uno de los temas de conversación más mencionados por chicos y chicas. A veces esa conversación se desarrolla en forma de comentarios en las fotos sacadas durante las salidas, ya que muchos entrevistados cuentan con cámaras en sus celulares, y las utilizan sobre todo para registrar esos momentos compartidos con amigos.

El colegio es otra fuente de temas para los estudiantes, quienes se consultan sobre las tareas o se conectan para resolver trabajos prácticos en equipo. Pero, obviamente, no sólo se habla de cuestiones académicas: lo que sucede a la mañana en el aula o en el recreo será retomado a la tarde y a la noche en la red social. A la vez, la conversación en la red será continuada al día siguiente en la escuela. Resulta difícil, en consecuencia, distinguir temas específicos de la esfera virtual, porque en rigor las fronteras entre la comunicación virtual y la presencial son difusas. "Con la gente que ves todos los días, no hablás de un tema específico. Hola, cómo estás, cómo andás, todo bien, le ponés caritas… Como estás todo el día, le ponés cualquier cosa", dice Andrea.

Los gustos y los consumos culturales son también objeto de intercambios frecuentes en la red, alentados por la posibilidad que ofrece Facebook de compartir videos, canciones y frases. La música ocupa un lugar preponderante en estos intercambios, porque desempeña un rol clave en la afirmación de identidades durante la adolescencia: los géneros musicales y los artistas preferidos de un adolescente constituyen una marca de diferenciación con respecto a los otros. El reggaetón, la cumbia, el rock, el heavy metal o el pop funcionan como aglutinadores de grupos de jóvenes que se identifican como pertenecientes a un colectivo a partir de ese gusto compartido. "Podés pasarte canciones o hablar de cosas que te gustan con una amiga a la que le guste lo mismo. Mis amigas por ejemplo me ponen en el Facebook la música que me gusta", señala Lucrecia.

El hecho de compartir gustos con los demás es una fuente de satisfacciones

para los adolescentes, una forma de sentirse comprendidos y hasta acompañados: "Mucha gente pone partes de canciones u otra cosas, y decís: 'Ah, mirá, yo no sabía esto de esta persona', y conocés ese aspecto por el Facebook" (Lucas). Así, la música y las frases –de letras de canciones, poemas, películas, etcétera− muchas veces les sirven a los adolescentes para expresar lo que sienten en ese momento, sin tener que formularlo con sus propias palabras. Se trata no sólo de exhibir determinados gustos, sino también de reflejar un estado de ánimo y, tal vez, suscitar la identificación de algún contacto. "Cuando subo canciones, casi siempre expresan lo que estoy pensando o lo que estoy sintiendo", analiza Martina.

La conversación virtual ayuda a chicos y chicas a contar lo que les pasa y sentirse escuchados. "Puedo hablar de cómo estoy yo y también de cosas superficiales", distingue Daiana. Cuando reciben una respuesta, para ellos se hace patente que hay alguien interesado en sus problemas. Facebook resulta para algunos un espacio catártico, donde pueden volcar lo que les pasa y desahogarse. "Hay personas que se descargan poniendo estados", describe Constanza. Algunos entrevistados interpretan la catarsis como una necesidad individual: "Escribo en el muro para descargarme, pero no me importa que alguien lo lea", asegura Tomás. Sin embargo, la catarsis es por definición un proceso de comunicación: se trata de expresar lo que uno siente, de manera directa, sin vueltas. En el teatro griego, la catarsis era el efecto de purificación de emociones que la tragedia causaba sobre el espectador: catarsis supone empatía. Aun cuando algunos adolescentes aseguran que no les importa que sus contactos les respondan cuando se expresan, lo cierto es que el hecho de hacerla pública en la red social implica la decisión de someter esa "confesión" a la mirada de los otros.

Para Sibilia, esas miradas funcionan como un "espejo legitimador" que los usuarios de las redes buscan para sentirse confirmados (2008, p. 271). Ningún adolescente es indiferente a las respuestas que le envían sus pares, aunque algunos están más dispuestos a admitirlo que otros. Recibir un mensaje los hace sentirse reconocidos. "Cuando abrís el Facebook y tenés diez notificaciones te sentís bien, decís 'alguien piensa en mí, alguien se fijó en mí'", asegura Stefanía. La "conversación" se vuelve así una instancia de comprobación de los vínculos con los que el adolescente cuenta, una dinámica en la que el usuario ratifica la aprobación que recibe por parte de los demás.

Así como la conversación en los salones europeos desarrolló sus normas y códigos propios, también la conversación en Facebook tiene algunos códigos específicos. Un elemento central, que revela mucho sobre las características de la conversación en esta red, es el botón "Me gusta". Para los usuarios, hacer clic en "Me gusta" supone mostrar aprobación, interés o aceptación por una publicación de otro usuario. Pero también puede ser, simplemente, un "ok". O apenas un indicio de "comprobación de lectura", una señal que equivale a "Vi lo que posteaste". Mariana reconoce que no suele postear contenidos en su muro ni escribir comentarios en las publicaciones de los demás. Sin embargo, se considera una usuaria activa: "Pongo 'Me gusta', para que el otro sepa por lo menos que vi lo que subió". En este sentido, el "Me gusta" opera de manera similar a las firmas en los fotologs[5]: puede ser sólo un

[5] En su artículo sobre los fotologs, Goszczynski (Urresti, 2008, p. 140) afirma: "Se trata de decir, de aparecer, aunque nada haya que decir. Esta es

aviso de lectura, un mensaje sin más contenido que la función fática, es decir, la indicación de que el canal de comunicación funciona y del otro lado hay un receptor.

El "Me gusta" también opera en Facebook como un gesto que requiere reciprocidad por parte de quien lo recibe. Algunos entrevistados admiten que, cuando alguien pone "Me gusta" en sus publicaciones, ellos se sienten "obligados" a indicar que les gusta alguna publicación de ese usuario. Este uso de la aplicación también parece heredado del fotolog, donde los usuarios "pasaban" por los espacios de sus amigos y dejaban su firma, a la expectativa de que sus amigos firmasen sus propios fotologs (Goszczynski, 2008, p. 139). Daiana relata: "Tengo amigos que suben fotos y me mandan: '¿No me ponés Me gusta?'. ¡Pero no es fotolog! Hay gente que por ahí me habla solamente para que le ponga 'Me gusta' en la foto o en su estado".

El intercambio de los "Me gusta" pone de relieve un rasgo interesante que puede adquirir la interacción en las redes: el cálculo orientado a hacer de cada intervención una presentación estratégica de uno mismo (Goffman, 1981). En estos casos, el interés mostrado por lo que el otro publica responde en realidad a la pretensión de que él o ella, a su vez, muestren interés por lo que uno ha publicado. Nuevamente, en estos casos el contenido de la interacción es lo de menos: puede ser un "Me gusta" o una serie de palabras convencionales, más o menos vacías de sentido. Andrea lo describe así:

> Hay chicas que suben una foto y te dicen "Poné 'Me gusta' a mi foto". O en el chat te aparece la ventanita y te ponen "Dale un 'like' a mi foto y te escribo en el muro"; te hacen como un intercambio. Una vez un chico me pone "Mi muro no muerde", y me dice: "Escribime en mi muro y te escribo en el tuyo". Y yo le escribí y él me escribió, era como hacer un intercambio. Él me pone primero "TKM (te quiero mucho), cuidate": ¡cualquier cosa, ni me conoce, ni lo conozco! Y yo voy al muro de él y le pongo igual: "TKM, cuidate vos también". Es un intercambio, o sea, veo que él me escribe algo, y ahí le escribo.

A raíz de historias como esta, algunos entrevistados señalan que una de las particularidades de la conversación en las redes sociales es la pérdida de cierto grado de espontaneidad. La comunicación diferida da mayor lugar al cálculo y la evaluación de los efectos que un determinado mensaje puede causar en el interlocutor −incluso en el chat, que permite elegir las palabras con más tiempo del que sería posible en una conversación cara a cara−. "Podés elegir lo que vas a decir. Te da la chance de pensar mucho lo que vas a decir, y entonces que no sea tan espontáneo", reconoce Candelaria.

Pero más allá de las conversaciones con amigos y compañeros, Facebook es un espacio propicio para que proliferen otro tipo de intercambios: para muchos de los entrevistados, la red social es un ámbito de seducción. Esta dinámica también forma parte de la necesidad de "poner a prueba" la propia identidad ante los otros, es decir, la necesidad de "gustar" a los demás. Algunos chicos y chicas reconocieron que uno de sus criterios para sumar nuevos contactos a la

---

la forma dominante de la comunicación al interior de los flogs juveniles. Es que en las comunicaciones telemáticas, escribir es, de hecho, existir".

red es el género: al margen de su grupo de amigos o amigas, sólo les interesa contactarse con personas del otro sexo. En el marco de estos vínculos, la conversación se vuelve coqueteo o, en palabras de los chicos, "chamuyo". Para muchos, la red social funciona entonces como una prolongación del boliche y las salidas nocturnas; un espacio en el que se dirime el éxito con el otro sexo. Constanza cuenta que ha lidiado con varios conflictos en la red:

> Siempre a través de Facebook hay peleas. Yo tuve conflictos porque me tenían bronca, sobre todo por pibes: que lo miraste, que no lo miraste. Que lo agregué, que no lo agregué, que le hablaste, que te quedaste muda, que le pusiste 'Me gusta'. Por pelotudeces como el 'Me gusta' se arma pelea también. Mayormente es por pibes: conflictos entre chicas por chicos.

En una etapa marcada por el despertar de la sexualidad y los primeros noviazgos, las chicas mencionan de manera reiterada las disputas por algún varón en la red. Los celos y la envidia reaparecen en las entrevistas como fuentes de discordia. "Quizás un comentario en una foto puede generar celos en otra persona. Yo misma me enojo si veo una foto que no me gusta, en un contexto que capaz no se entiende", admite Martina.

También los chicos confrontan entre sí por las chicas: "Una vez lo acompañé a un amigo y le estaban pegando, y yo me tuve que meter. Era por una boludez, por una etiqueta que le hicieron o algo así", relata Raúl. Las peleas, en estos casos, suelen trascender la esfera virtual y terminar de dirimirse en el colegio o en la calle. Los varones aparecen mucho más expuestos que las chicas a la violencia física; son varios los entrevistados que mencionan peleas y agresiones como consecuencia de un conflicto por una chica. Franco cuenta: "A un amigo lo vinieron a buscar a la salida del colegio. Era por una chica. Cayeron quince pibes y se agarraron a piñas. El problema surgió en Facebook, pero el asunto siguió afuera".

Otra fuente de conflictos son los malentendidos que se generan en los intercambios virtuales, derivados de la ausencia de los indicios no verbales que ayudan a interpretar los mensajes en la comunicación cara a cara. La intención comunicativa a veces se malinterpreta en los mensajes escritos, y con frecuencia el interlocutor percibe como irónico un mensaje que no lo era, o viceversa. "A veces se generan conflictos porque la gente quizás no se entiende. Quizás vos ponés algo de una forma y el otro piensa que es irónico", dice Emilia. Por otra parte, la palabra escrita desprovista de signos no verbales deja un margen de ambigüedad que los emisores también pueden manipular, haciendo del malentendido una estrategia deliberada de comunicación a la hora de desdecirse o desmentir al interlocutor: "Capaz escribiste algo y después podés usarlo tipo 'Ah, pero yo no lo dije de esa forma, vos lo leíste mal'. Te permite retroceder con lo que dijiste", señala Candelaria.

Por otra parte, algunos entrevistados reconocen que la conversación virtual –puntualmente, el chat– tiene sus propios códigos, que se van aprendiendo con el uso. Por lo tanto, después de unos cuantos malentendidos, los usuarios empiezan a manejar las interacciones con más precisión, anticipando mejor en qué casos una palabra corre el riesgo de ser malinterpretada por el otro. En este sentido, quienes participan en los chats desarrollan una serie de competencias específicas para esa situación comunicativa. Federico sostiene: "A

medida que entrás en la cultura de Facebook, vas suponiendo qué quiere decir cada cosa, con qué intención te mandan algo. Vas aprendiendo a usar el chat de la misma manera que aprendiste a hablar". Los emoticones, las abreviaturas o el uso de las mayúsculas para dar énfasis son sólo algunos ejemplos de las múltiples particularidades que adquiere la lengua escrita en los intercambios en estos espacios.

Desde la mirada adulta, a veces resulta incomprensible que los adolescentes estén tanto tiempo delante de las pantallas, recibiendo y contestando mensajes desde la computadora o el celular. Lo cierto es que varios entrevistados reconocen pasar muchas horas por día conectados a la red social, interactuando con otros o simplemente navegando por los perfiles de sus contactos. "Lo tengo todo el día abierto, estoy pendiente. Además me suena todo el tiempo en el celular, me avisa cuando hay una notificación y esas cosas", explica Lucrecia. ¿A qué responde esa necesidad? ¿Qué valor encuentran chicos y chicas en la conexión permanente?

Por un lado, entre los usuarios más activos, los que postean cosas constantemente, hay una voluntad de llamar la atención, de generar un interés y una respuesta por parte de los otros. Gabriela cuenta así su experiencia: "Me pasa alguna boludez y se las cuento a todos. La pongo en el estado. Entonces todos se enteran y me empiezan a preguntar ¿qué te pasó?". Ella dice ser "adicta" al celular; incluso en la clase lo tiene prendido y sigue hablando; los profesores la ven pero no le dicen nada. "Lo tengo a mi novio y estamos todo el día hablando, las tengo a mis amigas también", explica. En su testimonio queda claro que lo importante es estar conectada, estar en situación de interacción con los demás. El contenido de esa interacción es irrelevante, lo que ella postea no precisa ser significativo ni interesante: ella misma se refiere a ese contenido como "alguna boludez". La comunicación cumple una función fática (Jakobson, 1986, p. 356); los intercambios sólo pretenden aceitar el canal de contacto para que ese contacto se experimente como tal.

Son varios los entrevistados que le restan importancia a la mayor parte de las interacciones en la red social: "La mayoría de las cosas que se hacen en Facebook no son muy serias", dice Tomás. Andrea plantea una distinción generacional: "Entre nosotros los adolescentes, Facebook es más que nada boludeo. La gente más grande capaz que habla de cosas más serias". Resulta llamativa la descalificación que muchos entrevistados hacen de su propio uso de la red social. Quizás identificados con los juicios de los adultos, varios les restan importancia a sus intercambios virtuales y subestiman tanto sus propias palabras y publicaciones como las de sus amigos.

De todas maneras, algunos entrevistados marcan un límite y condenan a quienes postean absolutamente todo lo que hacen, incluso las actividades más rutinarias. "No pongo lo que hago cada dos por tres. Qué hago en el día: *'Me fui a bañar'*, *'Fui a lavar los platos'*, como algunos hacen, eso no lo pongo", sostiene Constanza. Stefanía es más categórica: "Hay gente que pone: *'Me voy a dormir'*. ¿¡Qué me importa si te vas a dormir!?". Aquí aparece, en algunos testimonios, la idea de que el contenido que se postea debe tener algún interés para los otros. Para estos jóvenes, sostener la conversación a cualquier precio, compartiendo cualquier hecho trivial, no vale la pena: cuando eso

sucede, los mensajes empiezan a interpretarse como "ruido".

Por otra parte, hay usuarios que no suben contenidos y apenas participan en los intercambios públicos, pero igual pasan muchas horas en Facebook. Para ellos no se trata de llamar la atención, sino de estar al tanto. En este segundo grupo se inscribe la mayoría de los entrevistados. "No soy de escribir estados, pero sí miro lo que hacen los demás. Publico pero no mucho, de vez en cuando", ejemplifica Mariana. En los testimonios de estos adolescentes se reivindica la importancia de estar actualizados con respecto a las vidas de sus amigos y sus compañeros. "Me gusta enterarme de lo que mis amigos hacen. Para que, si nos encontramos en la calle, estemos al tanto", dice Martín (17 años, 800 amigos). Algunos señalan incluso el valor de la "primicia", de enterarse inmediatamente de lo que le sucedió al otro. Con una lógica informativa similar a la de los portales de los diarios online, regidos por la actualización constante, los jóvenes se conectan a las redes para "no perderse nada".

Es que perderse algo puede significar quedar fuera de la conversación, es decir, quedar excluido de las instancias de sociabilidad en las que los grupos de amigos y amigas refuerzan sus vínculos. El componente "adictivo" de Facebook tendría que ver, entonces, con esta "necesidad" de información para estar incluido, que para algunos se vuelve una auténtica obsesión: "A veces uno está constantemente actualizando la página para ver las nuevas noticias", admite Martina. Estar desconectado implica no enterarse de que alguien cumple años, de que un amigo empezó un noviazgo, de lo último que le acaba de pasar a una compañera. Franco sintetiza: "Te acostumbra a estar pendiente de todo. A cada segundo alguien sube algo y querés verlo. Y te genera no querer desactualizarte. Si estás una hora afuera de Facebook, ya está, cambió el mundo".

Conclusiones

Una de las principales conclusiones que se desprenden de este estudio es que los adolescentes no ven disminuida su sociabilidad por participar en las redes sociales. La imagen del joven ensimismado y aislado del mundo, un estereotipo que ha servido para alertar sobre la adicción a los videojuegos o incluso a Internet, no se ajusta al perfil de la mayoría de los usuarios de estas redes. Para ellos, Facebook es un espacio donde continuar las conversaciones que comenzaron en la escuela, en el barrio o en alguna salida. Los vínculos virtuales y los "reales" se retroalimentan mutuamente, las dos esferas de interacción no constituyen universos paralelos sino que forman un continuum.

Tampoco es cierto que los jóvenes ahora construyan vínculos más "superficiales", exclusivamente mediatizados por la tecnología. Los entrevistados valoraron de manera unánime la amistad; una amistad que se define por valores y actitudes que no tienen nada que ver con las pautas que propone Facebook. Más allá del lugar que haya ganado la red social en la vida cotidiana de chicos y chicas, para ellos sus amigos siguen siendo la referencia más importante en esta etapa. Y la amistad no responde a una necesidad de actualización permanente, de estar al tanto de todo lo que el otro hace, sino a otros criterios heredados de la era pre Facebook: un amigo debe ser sincero, debe estar disponible para el otro, tener las puertas de su hogar abiertas, saber escuchar, etcétera.

Por otra parte, más allá de que la red social gane más y más horas en las rutinas cotidianas de los adolescentes, ellos siguen valorando el afecto físico como un requisito imprescindible para sostener los vínculos con las personas que más les importan. Consignas intelectuales como la "virtualización del cuerpo" encuentran su límite en estas reflexiones, que siguen afirmando lo irremplazable de un abrazo y de la conversación cara a cara con los mejores amigos. Para estos "nativos digitales", socializados en un ambiente dominado por las nuevas tecnologías, la virtualidad no reemplaza la dimensión física y presencial de los vínculos.

Lo que sí genera la virtualidad es una multiplicación de la información: los adolescentes reconocen la necesidad de mantenerse informados, de estar al tanto de lo que sucede en las redes con sus contactos. Para algunos –la minoría–, Facebook también representa la posibilidad de informar, es decir, de contarles a sus contactos cada acontecimiento que les sucede durante la jornada, por trivial que sea. En el día a día, la red social funciona como una plataforma de conversación escrita, que permite que los intercambios entre los adolescentes no terminen cuando se despiden después de la escuela para volver a sus casas. La conversación se vuelve permanente, y los propios entrevistados admiten que el contenido es casi siempre lo de menos: más bien se trata, simplemente, de mantener viva la charla, de comprobar que el canal funciona, que los otros están ahí.

Esa es, en definitiva, la principal gratificación que obtienen los usuarios adolescentes de Facebook: poder contar con la mirada del otro, con su reconocimiento. En la adolescencia, etapa de definiciones e inseguridades, recibir un "Me gusta" resulta una confirmación necesaria, un aval indispensable para construir la propia identidad. Para algunos chicos y chicas, la aprobación de los pares se cristaliza en la cantidad de contactos que llegan a acumular. Están los que reconocen la presión –"Tenés que ser popular"– y llenan su Facebook de desconocidos. Otros –la mayoría– se preocupan por mantener bajo control quiénes acceden a sus perfiles e información personal. Pero todos, sin distinción, encuentran en ese espacio un territorio virtual que les pertenece, generalmente al margen de la mirada adulta y de instituciones como la escuela y la familia. Allí se hace visible el principal capital con que puede contar un adolescente: la red de vínculos –amigos-amigos, conocidos y contactos– que cada uno ha logrado construir.

Para terminar, este estudio deja abierto el interrogante acerca de la coherencia entre lo que los adolescentes dicen sobre sus usos y valoraciones de las redes sociales, y lo que efectivamente hacen en esos entornos virtuales, cuestión sobre la que podría indagarse por medio de observaciones de las páginas de Facebook de los informantes. De todas maneras, vale la pena destacar la importancia de escuchar qué tienen para decir los jóvenes sobre las TIC y los hábitos asociados a ellas. Sus testimonios contribuyen a una comprensión más compleja de los nuevos escenarios que introducen las redes: sus respuestas desmoronan tanto las lecturas apocalípticas como las integradas. Así como cuestionan los discursos que celebran acríticamente la llegada de las tecnologías 2.0, también toman distancia de los abordajes paranoicos. Nacidos y criados en estos entornos, los nativos digitales –con sus experiencias heterogéneas– son a la vez constructores de las redes y construidos por su participación en ellas. En definitiva,

indagar en las miradas de estos adolescentes resulta fundamental para tratar de entender el impacto social de las nuevas tecnologías, así como anticipar qué se puede esperar de ellas en el futuro.

REFERENCIAS

Ander-Egg, E. (2003). Métodos y técnicas de investigación social. Vol. IV. Buenos Aires: Lumen.

Benkler, Y. (2006). The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom. New Haven, Connecticut: Yale University Press. Recuperado en: www.benkler.org/Benkler_Wealth_Of_Networks.pdf

Boyd, D. y Ellison, N. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication, 13 (1). Recuperado de: http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html

Buckingham, D. (2008). Youth, Identity and Digital Media. Cambridge: MIT Press.

Debord, G. (1995). La sociedad del espectáculo. Santiago de Chile: Naufragio.

De Haro, J. J. (2010, 8 de julio). Servicios de redes sociales: desenredando la madeja. [Publicación de blog]. Recuperado en: http://jjdeharo.blogspot.com.ar/2010/07/servicios-de-redes-sociales-i.html

De la Torre, L. (2012). Las redes sociales: conceptos y teorías. Consonancias, 39, 7-11.

De la Torre, L. y Vaillard, L. (2012). ¿Cómo usan las redes sociales los jóvenes de Latinoamérica? Ecos de la comunicación, 5, 37-66.

Erikson, E. (1980). Identidad, juventud y crisis. Madrid: Taurus.

Facebook Press Room. Recuperado el 17 de julio de 2011 en: www.facebook.com/press/info.php?statistics

Goffman, E. (1981). La presentación de la persona en la vida cotidiana. Buenos Aires: Amorrortu.

Granovetter, M. (2000). La fuerza de los vínculos débiles. Política y Sociedad, 33, 41-56.

Internet World Stats. Recuperado el 24 de julio de 2011 en http://www.internetworldstats.com.

Jakobson, R. (1981). Ensayos de lingüística general. Barcelona: Seix Barral.

Jenkins, H. (2011). Conferencia inaugural del VI Foro Latinoamericano de Educación. En I. Dussel y L. L. A. Quevedo, Educación y nuevas tecnologías: los desafíos pedagógicos ante el mundo digital (pp. 79-90). Buenos Aires: Santillana.

Katz, E.; Blumler, J. G.; Gurevitch, M. (1985): Usos y gratificaciones de la comunicación de masas. En M. Moragas Spa (Ed.), Sociología de la comunicación de masas, vol. 2 (pp. 127-171). México: GG Mass Media.

Lampinen, A.; Tamminen, S. y Ouslavirta, A. (2009): All My People Right Here, Right Now. En Proceedings of the ACM 2009 International Conference on Supporting *Group Work (GROUP '09)* (pp. 281–290). Recuperado en: http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/summary?doi=10.1.1.149.4715

Marradi, A.; Archenti, N.; Piovani, J. I. (2007). Metodología de las ciencias sociales. Buenos Aires: Emecé.

Mejía Navarrete, J. (2000). El muestreo en la investigación cualitativa. Investigaciones sociales, 5, 165-180.

Morduchowicz, R. (2012). Los adolescentes y las redes sociales. La construcción de la identidad juvenil en Internet. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
O'Reilly, T. (2005). What is Web 2.0. Recuperado en: http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html
Sheldon, P. (2008). Student Favorite: Facebook and Motives for its Use. Southwestern Journal of Mass Communication, 23 (2), 39-53. Recuperado en: http://research-methods-se2-class7.wikispaces.com/file/view/Student+Favorite+-+Facebook+and+motives+for+its+use.pdf
Sibilia, P. (2008). La intimidad como espectáculo. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
Simmel, G. (2002). Cuestiones fundamentales de sociología. Barcelona, Gedisa.
Social Bakers. Argentina Facebook Statistics. Recuperado el 24 de julio de 2012 en: www.socialbakers.com/facebook-statistics/argentina. [Fecha de consulta: 24/07/12]
Tarde, G. (1986). La opinión y la multitud. Madrid: Taurus.
Urresti, M. (2008). Ciberculturas juveniles. Los jóvenes, sus prácticas y sus representaciones en la era de Internet. Buenos Aires: La Crujía.
Valenzuela, S.; Park, N. y Kee, K. F. (2009). Is there social capital in a social network? Journal of Computer-Mediated Communication. 14, 875-901. Recuperado en: http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2009.01474.x/full
Wilson, R. E.; Gosling, S. y Graham, L. (2012). A Review of Facebook Research in the Social Sciences. Perspectives on Psychological Science, 7, 203-220. Recuperado en: http://pps.sagepub.com/content/7/3/203

Alfredo Dillon es magister en Periodismo de la Universidad de San Andrés y Grupo Clarín, licenciado en Comunicación Periodística por la Universidad Católica Argentina (UCA) y licenciado en Letras por la Universidad de Buenos Aires (UBA). Es docente e investigador en la Facultad de Ciencias Sociales, Políticas y de la Comunicación de la UCA. Ha investigado sobre industrias culturales en Latinoamérica, periodismo sensacionalista, prensa gráfica femenina y redes sociales. En 2011 publicó el libro La construcción periodística del campo cultural (Editorial Educa). En simultáneo con sus tareas académicas, también se desempeña como subeditor del suplemento de Educación del diario Clarín.

Artículo recibido: 3 de diciembre de 2012

Dictaminado: 2 de abril de 2013

Aceptado: 15 de abril de 2013