

CAPÍTULO III

El análisis de las prácticas en Internet

Prácticas políticas y lúdico-creativas

en México y Argentina

*Por María Rebeca Padilla de la Torre,
Bianca Racioppe y Paula Porta*

El presente texto forma parte de una colaboración entre investigadoras de la línea de Tecnología/s y Soporte/s de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad de la Plata, Argentina y colegas pares del Departamento de Comunicación de la Universidad Autónoma de Aguascalientes, México; que a su vez están integrados en la línea de investigación Escenarios de la Comunicación, del Cuerpo Académico de Estudios de la Cultura Contemporánea.¹

¹ Esta vinculación se insertó en el Coloquio Binacional de Investigadores en Comunicación Argentina-México (Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, AMIC y la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de La Plata)

Introducción

Desde el surgimiento de la imprenta estamos atravesados por lo que se conoce como cultura mediática, esta categoría refiere a cómo los medios de comunicación reconfiguran los modos de producción y circulación de los bienes simbólicos, transforman nuestras prácticas y representaciones (Thompson, 1998; Mata, 1999). Ahora, este proceso de mediatización de la cultura se encuentra en una nueva fase: la digitalización, el pasaje del átomo al bit, en términos de Carlos Scolari (2008), que ha dado lugar a que las redes sociales *online* estén cada vez más presentes en la vida cotidiana, particularmente en la de los jóvenes. Constituyen nuevas formas de sociabilidad, de configurar la subjetividad, de construir el espacio público y, en consecuencia, la apertura de nuevas posibilidades.

Los objetivos de este texto son, en primer lugar, presentar un cuerpo de categorías de análisis para indagar: ¿Qué actividades llevan a cabo los jóvenes cotidianamente en Internet?, ¿En qué soportes o modalidades las llevan a cabo? En segundo lugar, en este texto se dan a conocer los resultados de dos estudios sobre Internet que exploraron las categorías políticas y las lúdico-creativas, en México y Argentina respectivamente.

Las categorías que en este texto se definen constituyen una herramienta de análisis para integrar un marco general de las prácticas cotidianas en la red y precisar el lugar que ocupan. Estas categorías que se exponen forman parte de los hallazgos

de un proyecto de investigación previo titulado "Ciudadanía Política en la Red. Análisis Sociocultural del Uso de Internet en Prácticas Políticas entre Jóvenes Universitarios". Este estudio se llevó a cabo en la ciudad de Aguascalientes, México y empleó la metodología de diarios en línea para identificar estas prácticas (Cohen, Leviton, Isaacson, Tallia, Crabtree, 2006; Markham y Baym, 2009). La aproximación basada en diarios, llevados por los propios jóvenes resultó una veta muy rica de información, que se abordó tanto cuantitativamente, identificando los porcentajes y frecuencias de estas prácticas, como cualitativamente, en este sentido se recuperó además la reflexividad de los propios sujetos de estudio.

El objetivo general de esta investigación fue identificar y analizar las prácticas políticas que realizan los estudiantes de nivel superior utilizando como soporte mediático Internet, con relación a instancias políticas formales para recuperar su reflexividad con respecto a estas prácticas y definir cómo asumen, a través de sus competencias comunicativas, una cultura política. Para lograrlo, la aproximación fue fundamentalmente sociocultural a través de una estrategia metodológica cualitativa e interpretativa. Un grupo de catorce alumnos universitarios, con distintos perfiles, registraron sus prácticas en Internet en diarios; este método se complementó con nueve sesiones presenciales quincenales (Padilla, Flores y Villalpando, 2012a).

La revisión de los diarios se realizó a partir de la teoría fundamentada (Coffey y Atkinson, 2003). A partir de ello,

surgieron las categorías y se construyó una matriz en donde se cruzan las que se refieren a las prácticas de los jóvenes y las que definen los soportes tecnológicos en los cuales los llevan a cabo, distinguiéndolas como categorías distintas. En los diarios se identificaron estas prácticas y modalidades, agrupándolas y definiendo su naturaleza, discutiéndolas entre el equipo de investigación, hasta que se logró que todas las prácticas registradas en los diarios se pudieran clasificar a partir de esta matriz.

Frecuentemente el estudio de las prácticas mediáticas se basa en categorías ya dadas, con mayor énfasis en el caso de las encuestas, sin embargo, no tienen un fundamento con la manera en la cual los jóvenes se vinculan con la tecnología. Esta interacción suele ser, no sólo más compleja de lo que las estadísticas nos reportan, sino además de que se transforma de manera acelerada. Por otra parte, se requieren categorías que no sólo aborden la centralidad de lo comunicativo de las tecnologías de información y comunicación, es indispensable cuestionar su relación con el sentido de las prácticas (Orozco, 2011).

Resulta necesario discutir los hallazgos en otros ámbitos, en contextos distintos del cual surgieron, por ello la colaboración entre investigadores de México y Argentina es valiosa para probar su potencia metodológica. La atención a las categorías de análisis no sólo a nivel teórico, sino de manera articulada con su operacionalización a nivel metodológico permite aportar para avanzar en los desafíos que presenta el

estudio de las dimensiones comunicativa y política de las tecnologías. Esta problematización se enmarca en la definición de los tres ejes de estudio que se integran en este texto: tecnología, ciudadanía y jóvenes.

Tecnología, Ciudadanía y Jóvenes

Ante todo es importante explicitar qué entendemos por tecnologías; desde qué lugar las pensamos y cómo, desde esa mirada, vamos a interpretar y analizar las relaciones y apropiaciones que los jóvenes establecen con la dimensión tecnológica. Consideramos que las tecnologías están producidas por sus contextos históricos y, por lo tanto, son siempre sociales (Williams; 1992). Los hombres y mujeres han sido siempre creadores de tecnologías, éstas no son una novedad y, por lo tanto, proponemos no pensarlas como “nuevas”, sino entenderlas en su proceso histórico. Siguiendo a Dubois podemos señalar que al nombrarlas como “nuevas” tecnologías estamos haciendo tabla rasa con toda la historia de lo tecnológico:

“Es en efecto evidente que esta idea de “novedad” asociada a la cuestión de las tecnologías funciona, primero y sobre todo, como un efecto de lenguaje, en la medida en que es producida, dicha y redicha hasta la saturación por los

numerosos discursos de escolta que no han cesado de acompañar la historia de esas tecnologías: en la época que fuera ante la emergencia de la fotografía en 1839, la llegada del cine a finales del Siglo XIX, la expansión de la televisión después de la segunda guerra mundial o la mundialización actual de la imagen informática (...) Es decir que esta retórica de lo nuevo es el vehículo de una doble ideología bien determinada: la ideología de la ruptura, de la tabla rasa y consecuentemente de rechazo de la historia. Y la ideología del progreso continuo. La única perspectiva histórica que adoptan estos discursos es la de la teleología. Siempre más, más lejos, más fuerte, más avanzado, etc.! Siempre adelante!” (Dubois; 2001: 10 y 11)

Desde una idea que comprende que las llamadas *nuevas* tecnologías se asientan y articulan con tecnologías anteriores (Silverstone, 2004) no desconocemos lo histórico y no pensamos desde una mirada de progreso lineal. Desde esta concepción, las tecnologías nunca serán entendidas simplemente como aparatos, sino desde lo sociocultural. Entonces, entendemos a las tecnologías y sus usos desde un pensamiento complejo que no se reduce a la linealidad determinista de causa- efecto, desde este marco de comprensión es que reconocemos que existen diferentes usos, apropiaciones y accesos.

Por su parte, entendemos a Internet, por un lado, como un espacio donde las personas comparten, conversan, se encuentran, constituyen redes de pertenencia y vínculo. Internet como una red de redes:²

“Las redes son formas muy antiguas de la actividad humana, pero actualmente dichas redes han cobrado nueva vida, al convertirse en redes de información, impulsadas por Internet. Las redes tienen extraordinarias ventajas como herramientas organizativas debido a su flexibilidad y adaptabilidad. Características fundamentales para sobrevivir y prosperar en un entorno que cambia a toda velocidad.” (Castells; 2001: 15)

Tal como señala Manuel Castells, las redes no son propias de la era de Internet; pero han cobrado otras dimensiones en este escenario. Y los medios de comunicación, desde la imprenta hasta nuestros días (retomando el título del libro de

2 Debemos aclarar que no es lo mismo Internet que la web. La web da cuenta de las páginas y sitios a los que se accede mediante un explorador y se enlazan mediante hipervínculos, mientras que Internet es un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas que utilizan la familia de protocolos TCP/IP. Esto se puede consultar en http://es.wikipedia.org/wiki/World_Wide_Web y en <http://es.wikipedia.org/wiki/Internet>. Último acceso 31-8-15.

Raymond Williams, 1992), han producido redes de vínculos más allá de la co-presencia física. Son esas redes, esas comunidades imaginadas (Anderson; 1993) las que los jóvenes habitan y transitan en la actualidad; comunidades a las que pertenecen más allá del anclaje geográficamente situado. En este punto es importante recuperar el concepto de mediatización de la cultura trabajado, entre otros autores, por Thompson (1998) quien lo describe como un proceso de transformaciones profundas e irreversibles en los modos de producir, distribuir y poner en circulación los bienes simbólicos a partir de la aparición de ciertas tecnologías como la imprenta que posibilitan, entre otras cosas, la separación entre los espacios de producción y recepción, y la reproducción en serie. Desde el momento de creación de la imprenta es que podemos referirnos a sociedades mediatizadas, sociedades en las que cada una de las prácticas está atravesada por lo mediático. Sin embargo, a más de cinco siglos del surgimiento de la imprenta, esos procesos de transformación se han dinamizado y, sin duda, son los jóvenes los que marchan a la vanguardia de estos cambios.

Las tecnologías digitales han profundizado las transformaciones en las percepciones del tiempo y el espacio, las definiciones de *lo real* y las constituciones de lo corpóreo. Además, han transformado los modos de organización y pertenencia, los modos de estar juntos y construir comunidad. María Cristina Mata señala “Los cuentos infantiles ocurren en países muy lejanos... Y por eso son cuentos... Porque ningún lugar es

muy lejano” (Mata, 1999: 84).³ Esta frase resume la profundización en las transformaciones del tiempo y el espacio, las transformaciones en los modos de vinculación y sociabilidad; ningún país es muy lejano y las *nuevas* redes nos permiten vincularnos y producir juntos.

Pero, por otro lado, Internet es también un espacio del Mercado. En este punto debemos hacer una salvedad: no podemos pensar a las tecnologías y a Internet como panaceas; pensarlas desde allí sería olvidar los entramados culturales y volver a la mirada simplificadora. Reconocemos las desigualdades de acceso, las diversidades de usos y los atravesamientos mercantiles que operan en las tecnologías; pero, siguiendo a Martín Barbero, creemos en la posibilidad del rediseño de esas tecnologías; en la posibilidad de generar otros usos, otros sentidos.

“Pero el rediseño es posible, si no como estrategia siempre al menos como táctica, en el sentido que ésta tiene para Certeau: el modo de lucha de aquel que no puede retirarse a “su” lugar y se ve obligado a luchar en el terreno del adversario” (Martín Barbero, 1991: 201)

3 María Cristina Mata retoma esta frase de una publicidad de Telecom.

Además consideramos que el proceso de mediatización, es decir nuestras maneras de estar y comprender el mundo marcadas por la existencia de los medios (Mata; 1999), no se agota al estar frente a los medios; por lo tanto las transformaciones que producen las tecnologías no se limitan a aquellos que tienen un acceso *pleno*; sino que transforman también a aquellos que tienen otro tipo de accesos. En este sentido, señala Manuel Castells:

“Pero la influencia de Internet trasciende al número de usuarios, ya que lo que importa es la calidad de los usos de la red. Actualmente, las principales actividades económicas, sociales, políticas y culturales de todo el planeta se están estructurando por medio de Internet. De hecho, quedar al margen de dichas redes es la forma de exclusión más grave que se puede sufrir en nuestra economía y en nuestra cultura.” (Castells; 2001: 17)

Además, es necesario reflexionar sobre el concepto de ciudadanía en la era de Internet con relación a cómo las prácticas políticas en la red lo redefinen. Hermes (2006) afirma que las tecnologías de comunicación han impactado las prácticas ciudadanas; esto constituye una pregunta clave que se deberá resolver. Históricamente, la ciudadanía se ha entendido con

relación a la formación de la opinión pública y un elemento esencial para ello ha sido la prensa. Sin embargo, las prácticas periodísticas han tenido transformaciones significativas por el creciente acceso a contenidos mediáticos que no necesariamente provienen de fuentes periodísticas institucionalizadas.

Las características de Internet abren las posibilidades para que las personas se integren entre sí y conformen públicos, en el sentido de compartir identidades y marcos culturales comunes. Por estas razones, se vuelve muy pertinente la perspectiva de Hermes para situar las posibilidades y el papel de Internet en la conformación de la ciudadanía contemporánea. Los vínculos culturales, en ciertas situaciones detonantes, se vuelven conexiones entre ciudadanos preocupados y dispuestos a participar en asuntos públicos.

Otra categoría clave acerca de la que debemos reflexionar es la de juventud. El concepto de joven ha cambiado a través de los años e incluso esta categoría podría pensarse como relativamente nueva ya que, como plantea Rossana Reguillo (2000), la juventud es una invención de la posguerra cuando la sociedad empezó a reivindicar a los jóvenes como sujetos de derecho; pero también como sujetos de consumo.

Siguiendo a Margulis y Urresti (2008: 24) podemos pensar la juventud como “plus de energía, moratoria vital (y no sólo social como dicen todos los estudios) o crédito temporal es algo que depende de la edad, y esto es un hecho indiscutible.” Los jóvenes, entonces, son aquellos que tienen “capital temporal”

por estar *lejos* de la muerte. Si bien esta moratoria vital sería una especie de rasgo común, es importante tener en cuenta que hay múltiples maneras de ser joven y que estos modos tienen que ver con las desigualdades de clase, las diferencias de género, las diferencias de pertenencia institucional, entre otras. Por eso, estos autores señalan que “no se puede obviar ninguna de las dos rupturas objetivantes -la cronológica y la sociocultural- si se quieren evitar los peligros del etnocentrismo de clase y del fetichismo de la fecha de nacimiento” (Margulis y Urresti; 2008: 24 y 25)

Los mismos autores describen otro aspecto importante para definir la juventud: el de la memoria social incorporada. Esta categoría se vuelve central ya que da cuenta de la experiencia social vivida, de los modos en que las personas se han socializado y ése es un punto de inflexión para pensar la relación con las tecnologías desde el sentido de los *climas de época compartidos*: podemos ejemplificar con experiencias que van desde generaciones marcadas por la guerra, por crisis económicas hasta por haber compartido acontecimientos como la llegada del hombre a la luna o la fama de algún cantante. En relación a los medios podemos pensar en lo que implicó el acceso a la radio, a la televisión, a las computadoras para las distintas generaciones que *crecieron* con estas tecnologías.⁴ Sin embargo,

4 Los autores aclaran esta categoría explicando: “Por ejemplo, respecto a la dictadura militar, no es lo mismo haber nacido antes, durante o después de ella, esas diferen-

más allá de tener en común este contexto temporal, es importante entender que estas experiencias van a estar atravesadas por diferencias y desigualdades que exceden a la cuestión generacional. Sería muy simplista pensar que todos los jóvenes viven y experimentan los procesos, por ejemplo los usos de las tecnologías, de la misma manera; por eso reconocemos que hay múltiples maneras de ser jóvenes y compartimos con Reguillo (2000) que los consumos culturales juveniles -y en la actualidad esos consumos se ven atravesados por las tecnologías e Internet- son un lugar de negociación-tensión con los significados sociales; se constituyen en forma de identificación-diferenciación social.

Prácticas cotidianas en Internet entre jóvenes

Anthony Giddens (2001) propone que la clave para entender la sociedad es indagar en el proceso de reproducción de lo social por sus actores constituyentes, es decir, en las conexio-

cias son estructurales, y conforman la materia de la historia en su facticidad aunque admita, después, variadas formas de elaboración. Si ser joven es estar con un paraguas generacional ante la vejez y la muerte, lo cual implica una invariancia respecto a la clase, también hay que tener presente este concretísimo posicionamiento de experiencia, memoria, recuerdo y expectativas respecto de las generaciones precedentes." (Margulis y Urresti; 2008: 26)

nes entre estructuración, procesos realizados por el quehacer de sujetos activos, y estructura, las propiedades abstractas del orden social. “...toda reproducción es necesariamente producción: la simiente del cambio existe en cada acto que contribuye a la reproducción de cualquier forma “ordenada” de la vida social.” (Giddens; 2001:127) Entonces, el estudio de la cotidianidad conlleva implicaciones políticas y conceptuales del análisis de la realidad social. Significa reconocer que las prácticas cotidianas, consideradas como naturalizadas, se constituyen en las prácticas que estructuran el orden social.

Pierre Bourdieu (1999) construye un marco teórico-metodológico para el estudio del sentido práctico en las prácticas sociales, “lugar en donde se lleva a cabo el *modus operandi* de los productos objetivados y los productos incorporados de la práctica histórica de las estructuras y los habitus.” (pág. 92) La lógica práctica es precisamente la manera en la cual las prácticas adquieren coherencia y resultan en productos igualmente coherentes con ellas y entre sí, como lo son los sistemas simbólicos. En un estudio no es suficiente aprehender los rasgos de los sistemas simbólicos, sino asumir la tarea de comprender cómo son producidos. Este autor ha explicado que los sistemas simbólicos deben su “coherencia práctica” a su unidad y también a sus contradicciones, que son igualmente necesarias desde la lógica de su génesis y funcionamiento. Es decir, a través del análisis de las “prácticas” es posible acceder a los universos del sentido, debido a que

ambos, el sentido y la práctica, se encuentran encerrados en sí mismos, integrados a partir de un sistema de principios generadores o *schémes*.

A partir de este marco, las prácticas se definen como:

“(…) las operaciones multiformes y fragmentarias que constituyen los modos de empleo de las innovaciones tecnológicas mediáticas y una forma de analizarlas es a través de “la lógica práctica” en la cual se dan, es decir en su *habitus* o “contexto de uso”. Se asume que se insertan en las lógicas tecnológicas y económicas de la producción que configuran sus características textuales y materiales, en un interjuego de constricción y a la vez de posibilidades, diversas y activas de su apropiación interpretativa y uso, constituyendo una mediación por sus posibilidades de articularse con otras prácticas sociales. La noción de “prácticas mediáticas” permite entenderlas de manera más amplia que sólo con base en el objeto o texto mediático” (Padilla, 2012b: 31-32)

En este sentido, a través de las narraciones de los jóvenes de su cotidianidad en la red en los diarios en línea se infirieron las prácticas que en este texto se presentan, las cuales precisamente implican sentidos, es decir una lógica prácti-

ca. Este fue el criterio principal para la clasificación de estas prácticas como categorías de análisis. Es decir, independientemente de la variedad de actividades y el soporte tecnológico en el cual se llevaran a cabo, lo que prevaleció para identificar la naturaleza de una práctica, fue su sentido, como por ejemplo, el comercial. Una vez que se definieron estas categorías, la clasificación se trabajó con base en el software para codificación Atlas.ti., este software permitió trasladar los datos a Excel y cuantificar frecuencias y porcentajes y además tener los bancos de datos de las frases de los diarios que correspondían a cada categoría analítica de las prácticas.

En una primera etapa, se identificaron diez diferentes tipos de prácticas que se realizaron en Internet, entre ellas las políticas. Esta primera clasificación permite el acceso a los universos del sentido que adquieren, como lo argumenta Bourdieu. Precisamente, en una segunda etapa se trabajaron de manera particular los sentidos en las prácticas políticas, distinguiendo tres: política formal, subpolítica y subactivismo, de acuerdo a Beck (1997). Más adelante se definirán y ejemplificarán, en un apartado en particular, pero antes se presentan las prácticas que fueron identificadas, en orden alfabético, entre ellas las políticas. En el anexo no. 1 (al final del documento) se propone una matriz para el análisis de las prácticas y los soportes tecnológicos.

Prácticas realizadas en Internet por los jóvenes:

- *Comerciales*: Se definen como prácticas que tienen objetivos orientados a la búsqueda de opciones para adquirir o contratar diversos productos y servicios en el mercado.
- *De entretenimiento*: Son prácticas en donde se hace uso de distintos marcos o soportes en los cuales se pueden realizar actividades de entretenimiento con relación a juegos, tanto individuales o en grupo, y con relación a las industrias culturales como televisión, cine y música.
- *De información para usos personales y recursos técnicos*: A través de estas prácticas se emplean las posibilidades en red para obtener información, programas y aplicaciones que pueden emplearse en la vida cotidiana, o apoyar con información para resolver problemas o tomar decisiones y en ocasiones para planear y realizar actividades fuera de lo usual, como la organización de un viaje.
- *De información sobre lo público*: Tiene como objetivo ampliar el conocimiento sobre asuntos o temas de interés general para distintos planos espaciales desde lo local hasta lo internacional, y en diversos ámbitos o aspectos como lo político, lo social, cultural, científico, espectáculos. El ejemplo más claro sería la consulta de la agenda pública en las noticias.

- *Educativas/Académicas*: Se refieren a prácticas que apoyan los objetivos y procesos educativos relativos a la enseñanza-aprendizaje en instituciones formales o tomando en cuenta modalidades no formales como cursos en línea u otros. Por otra parte, en este rubro también se consideran las prácticas en línea que apoyan tareas no estrictamente educativas, sino con relación a la generación del conocimiento o de investigación.
- *Laborales*: Las modalidades de Internet son apropiadas para llevar a cabo prácticas que se relacionan con un empleo formal o trabajo informal, el cual tenga como fines poner a disposición de otros bienes o un servicio a cambio de algún beneficio, principalmente económico, aunque pueden darse otras formas de pago, claramente establecidas de antemano a través de un contrato.
- *Lúdico-creativas*: Se emplean las diversas posibilidades en la red por parte del usuario para diseñar o aportar a la realización de una producción creativa propia o en conjunto con otros, en términos de generar un producto escrito o audiovisual.
- *Políticas*: Entendemos por prácticas políticas aquellas que tienen como fin una participación ciudadana en términos de cumplir con sus obligaciones o hacer valer sus derechos, principalmente con relación a instituciones políticas formales, como elecciones de gobernantes y representantes o formar parte de la membresía y militar

en partidos políticos. Además, lo que se considera como subpolítica (Beck, 1997), en donde se participa en organizaciones o movimientos sociales ciudadanos, no gubernamentales que tengan fines de participación o búsqueda de un cambio en los asuntos y problemas públicos.

- *Sociables*: Estas prácticas se centran en las relaciones personales con otros usuarios en Internet, principalmente de amistad y afectivas en las cuales el objetivo es la misma comunicación en el sentido de la función fáctica de Jacobson.

- *Trámites administrativos y/o ciudadanos*: Se entienden como las prácticas que tienen como objetivo llevar a cabo una tarea concreta generalmente bancaria o burocrática. Se relaciona con las comerciales y políticas, pero a diferencia de la primera no tiene como fin una compra, sino sólo transacciones monetarias o de pago de servicios o compras previas. En el caso de lo político, aunque en sentido estricto hay actividades burocráticas que constituyen obligaciones ciudadanas como el pago de impuestos, la diferencia es que son trámites en donde no hay una toma de decisión sino sólo una actividad específica.

El objetivo de este texto no es dar a conocer con detalle los resultados de los porcentajes de estas prácticas en el grupo de estudio a partir del cual surgieron, porque la intención es trabajarlas para el análisis que trascienda el caso e incluso

cuestionar si en contextos distintos son diferentes las prácticas y su frecuencia. Sin embargo, es importante compartir que, a pesar de que los sujetos de estudios fueron jóvenes universitarios con un mayor acceso a las tecnologías de información y comunicación y a un nivel escolar que no alcanza la mayoría de la población juvenil, en el contexto de México, prevalecieron las categorías, es decir los sentidos sociables y de entretenimiento en las prácticas cotidianas de los jóvenes en Internet.

Entre el grupo de estudio, a lo largo de cuatro meses, se observó que las prácticas políticas representaron apenas el 4.84%, mientras que las sociables, el 28.75% y de entretenimiento, 23.55%, estas dos últimas, en conjunto, representaron más de la mitad de las prácticas que realizan en Internet: el 52.3%. Llama la atención además el bajo porcentaje de las prácticas lúdico-creativas, apenas el 2.41%, que se refirieron a la capacidad productiva y de creación en Internet. Estos datos muestran que las prácticas se centraron predominantemente en su papel como usuarios y consumidores, y que las actividades de generación de contenidos, que sugiere la noción de “prosumidor”, son aún de bajo perfil.⁵

5 La noción de un “prosumidor” se deriva de la integración de dos palabras: productor y consumidor; y se refiere a que los usuarios en la red pueden generar, es decir producir contenidos, a la vez que consumirlos. Esta noción se ha incorporado de manera reciente a las discusiones teóricas y al estudio de las prácticas en red, las cuales

En la investigación fue quedando claro que las prácticas son distintas a las plataformas o soportes tecnológicos, estos se refieren a las posibilidades técnicas en donde llevar a cabo las prácticas que se acaban de describir. En la revisión del estado del arte, particularmente en el caso de la aplicación de algunas encuestas, se identificó que suele confundirse las prácticas con el soporte. Por ejemplo, las prácticas sociables se vuelven sinónimo del uso de las redes sociales como Facebook u otras. Analíticamente son planos de análisis distintos porque en Facebook se pueden llevar a cabo prácticas con los diez sentidos anteriores, es decir se puede comprar y vender, hacer comunicación política, llevar a cabo tareas educativas o trámites burocráticos, entre otras. Es decir, en cada una de las modalidades de los soportes tecnológicos en la red se pueden realizar prácticas con diversos sentidos. A pesar de que prevalezcan ciertos sentidos de uso en una plataforma en concreto, no significa que se empleen sólo para uno de ellos, incluso se vuelve un prejuicio.

Por ello, la matriz de análisis que se presenta en este texto permite estudiar el sentido de las prácticas con relación a otros y distinguiendo los soportes en los cuales se llevan a

se centran en la falta de un modelo de comunicación alternativo a los generados en torno a la comunicación masiva "de uno a varios" que explique las nuevas posibilidades que Internet abre, sin embargo éstas se dan con significativas diferencias y desigualdades (Scolari, 2008).

cabo, lo que conduce a una metodología más precisa para la comprensión de las prácticas de los jóvenes en Internet. Por otro lado, las nueve principales plataformas o soportes identificados fueron los siguientes:

Principales plataformas y soportes empleados por los jóvenes en Internet:

- *Sitios/portales*: Páginas que brindan información, para consultar. Ejemplo: los sitios oficiales de instituciones, empresas, proyectos, etc.
- *Blogs*: Bitácoras de auto-publicación, que permiten cierta interacción a partir de comentarios e hiperenlaces. Ejemplo: Blogger, Wordpress.
- *Multimedia*: Sitios que permiten consumir contenidos de audio, video, animaciones, etc., sin la necesidad de descargarlos. Ejemplo: Series Yonkies, Cuevana, Películas ID, YouTube, Vimeo, etc.
- *Correo electrónico*: Sitios que permiten el intercambio de mensajes y archivos, entre usuarios, a través de la red. Ejemplo: Gmail, Hotmail, Yahoo.
- *Plataformas operativas*: Sistemas que permiten realizar tareas, tales como trámites administrativos, actividades académicas y laborales, descarga de programas o controladores, entre otras. Ejemplo: E-Siima, Moodle,

BlackBoard, Google Docs, SAT, banca en línea.

- *Redes sociales*: Sitios de interacción en línea, a partir de la publicación de un perfil personal público o semi-público. Permiten compartir comentarios, fotografías y otros materiales multimedia, enviar mensajes, chatear, etc. Ejemplos: Facebook, Twitter, MySpace, etc.
- *Mensajería instantánea*: Programas que permiten la interacción en línea, en tiempo real, por lo general de uno a uno, aunque también es posible que varios usuarios participen en una misma conversación. Generalmente, el intercambio es de texto, aunque también puede ser de voz y de imagen. Ejemplos: Messenger, GTalk, Skype, etc.
- *Plataformas de entretenimiento*: Sistemas que permiten jugar en línea y/o descargar recursos de entretenimiento, como audio, video, etc. Ejemplo: WoW (World of Warcraft), Second Life, Ares, Taringa, etc.
- *Foros*: Plataformas especiales para desarrollar actividades de discusión, producción y generación de contenidos, en una red de usuarios. Permiten también otras interacciones entre usuarios, por medio de juegos y mensajería instantánea. Ejemplo: California, Nocturna.

En una serie de encuestas que se realizaron a estudiantes de la materia Comunicación y Medios cátedra 2 de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP, Argentina, en la que se indagó acerca de los usos de Internet, se obtuvo,

entre las principales respuestas, que los estudiantes se conectan para buscar información, ponerse en contacto con docentes, mirar videos en YouTube y acceder a Facebook. En los casos de estudiantes que vienen desde otras ciudades del país a estudiar a La Plata también se reconoce el uso de los videochats (principalmente Skype) para hablar con sus familias y, en algunos casos, el acceso a diarios *online* de sus localidades de origen para mantenerse informados. Otro de los consumos importantes en los espacios *online* es el de la música. Muchos señalaron también leer textos en pdf, especialmente los que se comparten en las webs de las cátedras.

En los últimos años el uso de los celulares llamados *inteligentes* ha colocado al servicio de mensajería WhatsApp como uno de los más utilizados, los estudiantes crean grupos de diversas pertenencias: amigos, compañeros de estudio, gente con quienes comparten alguna actividad como la práctica de un deporte. Muchos, especialmente aquellos que vienen de otras ciudades, acceden a Internet sólo a través del celular y, a veces, hasta leen en esas pantallas. Una práctica común del uso de celulares durante las clases es buscar datos en Google y sacar fotos de lo que el docente escribe en el pizarrón o proyecta a través de una presentación multimedial.

Si bien los resultados de estas encuestas se toman de un número reducido de casos –estudiantes de una materia de una Facultad específica- y que, además, da cuenta sólo de las prácticas de un sector que tiene acceso a la educación supe-

rior, consideramos interesante compartirlo porque señala algunos puntos de relación con el trabajo más extendido que se realizó en la Universidad de Aguascalientes. Y si bien el objetivo de la encuesta era conocer el perfil del estudiante de la materia para tener una aproximación a sus consumos en Internet, la lectura de estos datos puede resultar interesante para reflexionar en torno a usos y apropiaciones.

Prácticas políticas entre jóvenes ciudadanos en Internet

En los anteriores apartados se explicó la matriz más amplia de las categorías de análisis de la investigación realizada en Aguascalientes que prevalecieron en cuanto a las prácticas, sus sentidos y los soportes en los cuales se efectuaron, ahora se darán a conocer las prácticas de naturaleza política que se definieron. Este estudio tuvo como base el pensamiento de Beck (1997), el cual ha sido trabajado por Bakardjieva (2010) para explorar las prácticas de los jóvenes en Internet que sean relevantes para su ejercicio ciudadano. Se asumió, de acuerdo a esta autora, la operacionalización de lo político considerando los tres niveles de participación ciudadana que propone Beck como categorías de análisis para distinguir distintos tipos de prácticas políticas en Internet: 1) en la política institucional formal; 2) en la subpolítica, que define como la participación

en organizaciones civiles y movimientos sociales y 3) en el subactivismo, el cual significa indagar en la esfera de lo cotidiano y privado la gestación y emergencia de los sentidos políticos. Esto último tiene relación con la idea de “los nuevos sentidos en la política” de Lechner (2002).

Beck argumenta (1997) que la política requiere ser reinventada. En su teoría sobre la modernidad reflexiva considera un error categorial entender la política sólo con relación al Estado, a un sistema político en particular. La política no puede limitarse a las prácticas y monopolios de los agentes e instituciones políticas, desde el punto de vista “de arriba”, es imprescindible abrir la comprensión a lo “subpolítico”, es decir a la capacidad de auto-organización de lo político, desde diversos campos de la sociedad, “desde abajo”. La subpolítica se conforma por agentes sociales y colectivos externos del sistema político que lo cuestionan y compiten con él por configurar lo político. “En otras palabras, lo político irrumpe y se manifiesta más allá de las responsabilidades y jerarquías formales. Esto lo malinterpretan sobre todo aquellos que identifican inequívocamente política y estado, el sistema político, las responsabilidades formales y las carreras políticas con dedicación plena. Estamos introduciendo aquí, por una razón muy sencilla, un concepto expresionista de la política” (Beck, 1997: 33).

Bakardjieva (2010) señala que para comprender el estudio de las prácticas políticas en la red, particularmente la de los jóvenes, no podemos limitarnos a estas dos categorías que ex-

plícitamente define Beck, agrega el nivel de “subactivismo”, como un nivel previo, latente, con base en las micro-interacciones entre individuos como las pequeñas conversaciones a partir de las cuales es posible que se gestione una iniciativa de subpolítica o una participación en la política formal. “Con base en la definición de subpolítica de Beck, se puede describir como la política a pequeña escala, de decisiones y acciones individuales que no se insertan en un marco político o de organización ciudadana, en sentido estricto, y que permanece como parte de la vida cotidiana” (Bakardjieva; 2010: 134).

Las anteriores fueron las bases teóricas de los criterios para analizar con mayor detalle las prácticas que se identificaron como políticas en los diarios de los jóvenes. En el caso de esta investigación, las prácticas de subactivismo político fueron las más frecuentes, con un 32.18%, seguidas por las de política formal que fueron del 19.02% y las subpolíticas representaron las más escasas, con sólo un 1.44%. Estos resultados no pueden generalizarse y por ello es necesario considerar las características del contexto concreto y el momento histórico en el cual se llevó a cabo el estudio.⁶

6 Por ejemplo, en el caso de México, en el Distrito Federal o ciudad de México, capital del país, históricamente ha sido más visible la participación de los jóvenes a través de marchas y en manifestaciones en plazas públicas, en comparación a lo que acontece en la ciudad de Aguascalientes con una cultura política de manifestaciones públicas menos evidentes. Los datos de este estudio se levantaron en el 2010

Parece ser que el papel de Internet en las participaciones más comprometidas de los jóvenes en la vida política, sea en las instituciones formales o como activistas, está relacionado con las características históricas y de la cultura política del contexto, y fundamentalmente refuerza las ya existentes (Tufté, 2015). Por ello, es necesario llevar a cabo el análisis de las prácticas en Internet en distintos contextos y contrastarlas entre sí. En los siguientes tres cuadros se muestran las prácticas y los soportes tecnológicos que los jóvenes reportaron que realizaron en el estudio, éstas se agruparon de acuerdo a las categorías o sentidos que se describieron antes.

antes de las manifestaciones del movimiento #yosoy132 en el 2012 y del suceso de Ayotzinapa en el 2014 donde desaparecieron estudiantes normalistas provocando en todo el país manifestaciones, siendo las más numerosas en la ciudad de México. Posteriormente, en el 2013 se realizó otro estudio, aplicando la Encuesta Jóvenes, Internet y Prácticas Políticas (EJIPP 2012) en donde los resultados mostraron que estas tendencias se mantuvieron (Padilla, 2013).

Cuadro no. 1 Prácticas de política formal que realizan los jóvenes en Internet

Soportes	Prácticas
Correo electrónico	Enviar correo promoviendo o criticando a candidatos.
Facebook	<p>Aceptar la invitación de los candidatos. Revisar sus perfiles. Aceptar pertenecer a un grupo de promoción o hacerse fan de un candidato. Revisar qué amigos tienen en común con un candidato. Sugerir a otros que agreguen como amigo a un candidato. Subir información y/o fotos realizando actividades de apoyo en la campaña de un candidato y etiquetar en ellas a varios amigos. Publicar encuestas sobre intención del voto. Contestar encuestas sobre preferencias de voto. Revisar las encuestas sobre preferencias de voto. Invitar a votar por un candidato o partido Poner en su foto de perfil la foto del candidato(a) por quien van a votar. Revisar las fotos de los muros de los candidatos. Invitar a reuniones con candidatos (desayuno, comida, evento musical). Invitar a formar parte de un grupo de apoyo juvenil a un candidato.</p>
Foros de discusión	Participar en foros de discusión.
Mensajería instantánea	Platicar con los amigos sobre los candidatos. Promover un candidato.
Sitios	Revisar los sitios de los candidatos, leer sus propuestas.
Twitter	Seguir a candidatos. Ser seguidos por los candidatos.

Cuadro no. 2 Prácticas de subpolítica que realizan los jóvenes en Internet

Soportes	Prácticas
Blogs	Leer, comentar o escribir en blogs que defienden una causa.
Correo electrónico	Enviar y reenviar correos con mensajes de apoyo a alguna causa.
Facebook	Enterarse de marchas en defensa de alguna causa. Expresar su apoyo o intención de participar en la marcha.
Mensajería instantánea	Conversar con amigos sobre posibles soluciones a problemáticas concretas.

Cuadro no. 3 Prácticas de subactivismo que realizan los jóvenes en Internet

Soportes	Prácticas
Blogs	Participación en blogs de crítica política.
Correo electrónico	<p>Recibir mensajes que hacen críticas al gobierno actual.</p> <p>Recibir mensajes que critican a candidatos durante la campaña.</p> <p>Recibir mensajes que exhortan al compromiso y a la civilidad.</p> <p>Reenviar mensajes sobre asuntos que les interesen, críticas al gobierno o al sistema.</p>
Facebook	<p>Revisar quiénes apoyan una causa.</p> <p>Unirse a grupos de apoyo a causas –lo menos–.</p> <p>Dar clic en “me gusta” en publicaciones sobre los candidatos.</p> <p>Publicar notas para subrayar su acuerdo o desacuerdo respecto a problemáticas y asuntos concretos.</p> <p>Publicar comentarios con su opinión sobre algún tema o candidato.</p> <p>Seguir a perfiles falsos de políticos para hacer críticas.</p> <p>Seguir a periódicos para informarse.</p>
Foros de discusión	Participar en foros de discusión.
Mensajería instantánea	Discusión y crítica sobre temas políticos, con amigos.
Sitios	Leer noticias, en periódicos en línea.
Twitter	Seguir noticias.
YouTube	Revisar vídeos críticos sobre el gobierno.

Prácticas lúdico-creativas que encuentran en Internet un espacio de producción y circulación

A partir de la investigación realizada por el Departamento de Comunicación de la Universidad Autónoma de Aguascalientes (Padilla, 2014), acerca de las prácticas políticas de los jóvenes en Internet, podemos establecer una línea de continuidad con la investigación que, desde el IICOM, se desarrolló con relación a la transformación en los modos de gestión, producción y circulación de las intervenciones artísticas en el espacio de Internet.⁷ En el marco de este trabajo se pretendía indagar lo que en este artículo se ha definido como las prácticas lúdico-creativas, poniendo especial énfasis en la producción y distribución de contenidos artísticos por circuitos alternativos a los de las grandes industrias culturales.

Es en un contexto atravesado por lo tecnológico que los modos de producir y circular lo cultural-artístico se transfor-

⁷ En esta investigación que se desarrolló entre 2013 y 2014 participaron: Paula Porta (directora), Carlos Milito (co-director) Integrantes: Claudia Rotouno, Diego Díaz, Yanina Di Chiara; Bianca Racloppe; Luciana Aón; Natalia Zapata, Rocío Cerdá; Lucrecia Gandolfo; Mariano Cordovin; Romina Irimia, Francisco Nihuen Paladino; Carla Tous; Guadalupe Iza; Lisandro Murga; Natalia Faisca Ribero, Anabel Urdaniz, Natalia Ferrante, Soledad Vampa, Carolina Gazovic, Gisela Assinato. El título del proyecto era "Gestión online/offline del arte. Transformación en los modos de gestión, producción y circulación de las intervenciones artísticas: del territorio a la web" y estaba enmarcada en el Programa de Incentivos a docentes investigadores del Ministerio de Educación de la Nación argentina.

man y también los modos de intervenir en el espacio público. Internet se ha constituido en un espacio de lo *semi público*, que permite continuar en lo *online* (trastocando las dimensiones temporo/espaciales) las redes generadas en lo *offline*. Pero en esa creación de otras redes las producciones realizadas en el espacio público tradicional -el de la calle, las plazas- se transforman y adquieren otras lógicas, otras maneras de ser relatadas.

Ante todo, debemos explicar que nos referimos a lo *online* para pensar las prácticas que se dan en Internet y a lo *offline* para pensar las que se dan en el territorio físico (Winocur, 2006). Es importante señalar que esta separación es a fines analíticos, ya que no consideramos que puedan pensarse como espacios separados, sino como escenarios de acción que se imbrican y se yuxtaponen continuamente.

Para el desarrollo de este trabajo retomamos dos casos concretos que dan cuenta de otros modos de gestionar lo artístico atravesados por las tecnologías: el de los graffitis que, transformando su anclaje territorial, circulan y se reapropian en la web; y el de sellos musicales que tienen existencia a partir de la creación de plataformas *online*. En algunos casos, además, estos sellos utilizan licencias Creative Commons que permiten la copia, la circulación y la deriva produciendo una ruptura con los modos tradicionales de gestionar la “propiedad” intelectual. Estas experiencias se caracterizan por la autogestión y, como señalábamos antes, se distribuyen por

circuitos paralelos a los de las industrias tradicionales; por lo que Internet y las tecnologías se constituyen en una parte estructural de estos procesos.

Desde este lugar, pensamos al arte vinculado a lo político, comprendiendo que tiene algo que decir más allá de las lógicas del Mercado. Los graffitis tienen una historia anclada a un arte de los márgenes, de la disputa, de las luchas; pero qué pasa cuando esas producciones empiezan a circular en Internet ¿qué sentidos entran en juego? ¿Qué luchas por el espacio se dan? ¿Qué se genera específicamente con las intervenciones artísticas y las imágenes de éstas en el *ciberespacio*? ¿Qué otros modos de gestión intervienen?

Uno de los casos que trabajamos en la investigación fue el de *Volver a habitar*, una propuesta de intervención artística en distintos muros de la ciudad que tenía como objetivo principal construir memorias acerca de la terrible inundación que afectó a La Plata el 2 de abril de 2013. El grupo impulsor del proyecto estaba integrado por jóvenes con distintos perfiles: fotógrafos, artistas visuales, comunicadores, músicos. Los graffitis estaban a cargo del artista conocido como Luxor; pero todo el equipo participaba en la recolección de los relatos, el registro del proceso de producción de las pintadas y el diseño de las plataformas de comunicación del proyecto: YouTube y Facebook, principalmente. En este sentido, explica Florencia Cariello que realizaba la fotografía:

“(…) a través de la fotografía se pueden conservar las imágenes de los que fueron los momentos en que se produjo esa situación artística o cómo fue la obra terminada. No es lo mismo un cuadro que vos tenés en tu casa, que ese cuadro va a perdurar durante un montón de tiempo eso no es lo que pasa. No sabés si no va a venir alguien y lo va a intervenir mañana mismo, con cosas que a vos te pueden gustar como artista o no. Lo que tiene de bueno la fotografía en estos casos es que apoya mucho el arte urbano en ese punto, poder hacer todo un registro del proceso y del trabajo terminado. Muchas veces el valor de ese registro es mucho mayor que la pared en sí misma porque después la pintura se salta o corre o se rompe” Florencia Cariello (fotógrafa de *Volver a habitar*, entrevistada en el marco de la investigación)

Es decir que la fotografía daba la posibilidad de conservar un arte pensado para intervenir en lo urbano y que, por lo tanto, se presenta como efímero frente a las condiciones climáticas, el uso del espacio por otros graffiteros o artistas o incluso la posible intervención del Estado *repintando* las paredes.⁸ Además, las fotos subidas a la página de Facebook permitieron la circulación

⁸ A fines de 2006, durante la gestión del intendente Julio Alak, se aprobó una ordenanza que multaba las pintadas, los graffitis y la pegatina de afiches. Esta campaña

de esos murales más allá de los límites geográficos, convirtiéndose, por ejemplo, en fotos de perfil o de portada de personas de distintos puntos. “Las redes sociales nos ayudaron a hacer conocer nuestro proyecto y también a poder juntar la plata que necesitábamos y a difundirnos como proyecto o como colectivo.” Florencia Cariello (fotógrafa de *Volver a habitar*, entrevistada en el marco de la investigación)

Otro aspecto a destacar es que el financiamiento de *Volver a habitar* se consiguió a través del crowdfunding, es decir mediante la contribución de personas que aportan sumas de dinero a través de plataformas digitales convirtiéndose de esta manera en productores del evento.⁹

“(…) también, idea.me,¹⁰ ese es el primer lugar, hicimos en paralelo el Facebook y el idea.me para que la gente se meta y colabore, fueron esas tres plataformas, tres canales fuertes: Facebook, YouTube, Idea.me. Lo de idea.me surgió cuando pensamos el proyecto, fue in-

se llevó a cabo bajo la consigna “La Plata ciudad limpia” y, paradójicamente, se blanquearon los muros de la ciudad para pintarles esta consigna.

9 Para un mayor desarrollo del análisis del proyecto *Volver a habitar* se puede leer el artículo PORTA; Paula y equipo (2014); “Del territorio a la web. Internet, espacio público e intervenciones artísticas”; Anuario de investigaciones 2013, publicado en noviembre de 2014; Facultad de Periodismo y Comunicación Social; La Plata. Disponible en: <https://drive.google.com/file/d/0BzPwp8BQBtW3ZnnpV3FXY1ZuQkk/view?pli=1>

10 Idea.me es una plataforma que permite organizar crowdfunding.

mediato, cómo financiamos y nos pareció la forma más rápida y colaborativa.” Matías David López (comunicador, integrante del proyecto *Volver a habitar* entrevistado en el marco de la investigación)

En el caso de los sellos discográficos que utilizan plataformas web para la distribución de sus producciones (y que pocas veces tienen fabricación material) la articulación en el espacio de Internet es clave; es Internet la que permite la conformación de esos emprendimientos gestionados por los mismos artistas, borrando la figura de los intermediarios y las productoras. Las tecnologías les facilitan la grabación de los discos y, si bien mantienen ciertas lógicas propias de la Industria discográfica como el “lanzamiento” de Cds *completos* que incluyen entre 10 y 14 tracks y tienen arte de tapa; también retoman dinámicas propias de los entornos digitales al compartir sus temas individualmente en plataformas de descarga *online*. En estos proyectos, los sitios webs son los que dan origen a los sellos, es allí donde se nuclea y se reconocen como integrantes de un mismo colectivo. Pero, y esto es importante resaltarlo, esas redes que construyen en los espacios *online* surgen de redes de vínculos previas basadas en proyectos previos, en espacios físicos compartidos, en amistades. Es decir que Internet no funda estos vínculos; pero les otorga una identidad diferen-

te a la que tendrían si permanecieran anclados al territorio geográficamente situado.

Si bien, y tal como se desprende de la investigación realizada en Aguascalientes, la participación porcentual de los jóvenes en las prácticas definidas como lúdico-creativas es baja; es interesante preguntarse por las potencialidades que le abre Internet a estos grupos específicos que trabajan desde la autogestión. Y en este contexto tecnológico también es interesante plantear que lo que se entendía como creación se ha ido transformando porque, en palabras de Nicolás Bourriaud (2009), la creación ya no puede pensarse como un *estar en el origen*, sino que en el mashup, en el remix, en el collage, es decir en el recombinar producciones previas, también podemos encontrar *creaciones*.

“Las nociones de originalidad (estar en el origen de...) e incluso de creación (hacer a partir de la nada) se difuminan así lentamente en este nuevo paisaje cultural signado por las figuras gemelas del deejay y del programador, que tienen ambos la tarea de seleccionar objetos culturales e insertarlos dentro de contextos definidos” (Bourriaud; 2009: 8)

Palabras finales

La intención de este texto fue compartir la generación de categorías para el análisis de las prácticas de los jóvenes en Internet, las cuales permiten enmarcarlas en la cotidianidad juvenil de la red en general, así como introducir aproximaciones para analizar sus sentidos políticos y usos creativos en el espacio de lo *online*.

Las categorías trabajadas en relación a las prácticas políticas surgieron de una investigación cualitativa e interpretativa, llevada a cabo durante cinco meses en un contexto específico, además se aplicaron en un estudio estadístico que dio seguimiento a esta línea de investigación.¹¹

La colaboración entre investigadoras de la línea de Tecnología/s y Soporte/s de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de la Plata, Argentina y colegas pares del Departamento de Comunicación de la Universidad Autónoma de Aguascalientes, México ha sido un

11 El 19 y 20 de mayo se aplicó la Encuesta Jóvenes, Internet y Prácticas Políticas, EJIPP, 2012 en el Estado de Aguascalientes, México. Es uno de los estados más pequeños del país, situado en la región centro-occidente. La encuesta se aplicó a 800 casos de un total de una población total de 247,418 entre los 18 y 23 años. La población total del Estado es de 1 184 996 habitantes y la del país, México, de 112, 337, 000 de acuerdo al Censo de Población del 2010 del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI.

paso para establecer vínculos con Universidades de Latinoamérica que trabajen esta problemática, permitiendo trazar un mapa de los usos y apropiaciones que hacen los jóvenes de Internet. Un mapa que hable de Latinoamérica desde Latinoamérica permitiendo visualizar recurrencias, diferencias, cercanías y distancias; se pretende, entonces, generar un diagnóstico que posibilite plantear estrategias para fortalecer el uso crítico y reflexivo de las tecnologías. Contribuir a la construcción de soberanías tecnológicas y digitales no marcadas exclusivamente por las lógicas mercantiles, sino también por miradas ciudadanas.

En este sentido, se contribuye a generar conocimiento propio, no sólo en el plano de la crítica y el ensayo, sino con base en un trabajo empírico. En el caso del estudio de las tecnologías de comunicación resulta particularmente relevante el análisis en contextos latinoamericanos para estructurar una perspectiva propia con la cual situarse en las discusiones a nivel global. Sin duda, los jóvenes alrededor del mundo comparten muchos sentidos comunes en su relación con el entorno mediático –político y artístico-, sin embargo es imprescindible entender estas confluencias y los rasgos históricos y contextuales que marcan diferencias significativas.

Metodológicamente, se propone una agenda de investigación para explorar cómo analizar estas categorías sobre las prácticas en la red desde otras perspectivas como los grupos de discusión y las historias de vida con relación a la tecno-

logía. Tanto a partir del estudio de casos de jóvenes que se han destacado por su empleo comprometido y creativo de la red -en el campo de la política y del arte, entre otros- como del estudio de casos de jóvenes marginados del acceso y uso de estas tecnologías. Asimismo una veta importante en esta agenda de trabajo colaborativo y comparativo podría ser el implementar talleres de trabajo, especialmente con jóvenes en contextos vulnerables.

El estudio de las prácticas juveniles en Internet significa, en palabras de Martín Barbero (2006), comprender a estas tecnologías como “un regalo para insertarse en la velocidad de los tiempos”. Resulta una línea clave y estratégica para fortalecer la capacidad de las nuevas generaciones para participar como ciudadanos y potenciar su producción creativa.

Bibliografía

- ANDERSON, Benedict (1993), *Comunidades Imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*, Fondo de Cultura Económica, México.
- BAKARDJIEVA, María (2010), “The Internet and subactivism. Cultivating young citizenship in everyday life”, en Olsson, T. y Dahlgren, P., *Young people ICTs and Democracy*, Sweden, Nordicom, pp. 129-146.
- BECK, Ulrich (1997), *The reinvention of politics: Rethinking modernity in the global social order*, Political Press, Cambridge.
- BOURDIEU, Pierre (1999), *El sentido práctico*, Taurus, Madrid.
- BOURRIAUD; Nicolas (2009), *Postproducción. La cultura como escenario: modos en que el arte reprograma el mundo contemporáneo*, Adriana Hidalgo editora, Buenos Aires.
- CASTELLS, Manuel (2001), *La galaxia Internet*, “Obertura: La red es el mensaje”, Plaza & Janés Editores S.A., Barcelona.
- COFFEY, Amanda y ATKINSON, Paul (2003), *Encontrar el sentido a los datos cualitativos. Estrategias complementarias de investigación*, Universidad de Antioquía, Colombia.
- COHEN, D., LEVITON, L., ISAACSON, N., TALLIA, A., CRABTREE, B. (2006), “Online diaries for qualitative evaluation. Gaining real time insights”, *American*

Journal of Evaluation, 27 (2), pp. 163-184.

DUBOIS, Philippe (2001), *Video, Cine, Godard*; Libros del Rojas, Universidad de Buenos Aires. Capítulo: “Máquinas de imágenes: una cuestión de línea general”.

GIDDENS, Anthony (2001), *Las nuevas reglas del método sociológico. Crítica positiva de las sociologías comprensivas*, Amorrotu, Buenos Aires.

HERMES, J. (2006), “Citizenship in the age of the Internet”, *European Journal of Communication*, Vol. 21, no. 3, London:SAGE publications, pp. 295-309.

INSTITUTO NACIONAL DE GEOGRAFÍA Y ESTADÍSTICA, INEGI. *México en Cifras*. Recuperado el 18 de octubre de 2012 de: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx>

LECHNER, Norberto (2002), *Las sombras del mañana. La dimensión subjetiva de la política*, Lom ediciones, Santiago de Chile.

MARGULIS, Mario y URRESTI, Marcelo (2008), “La juventud es más que una palabra” en Margulis, Mario (editor), *La juventud es más que una palabra. Ensayos sobre cultura y juventud*, Biblos, Buenos Aires. (3 edición)

MARKHAM, A. y BAYM, N. (2009), *Internet Inquiry. Conversations about method*, Thousand Oaks, SAGE.

MARTÍN BARBERO, Jesús (1991), *De los medios a las mediaciones*, Gustavo Gili, México. (2da edición)

MARTÍN BARBERO, Jesús (2006), “A Latin American perspec-

- tive on communication/cultural mediation”, *Global Media Communication*, 2006; 2, SAGE: London, pp. 279-297.
- MATA, María Cristina (1999), “De la cultura masiva a la cultura mediática” en Revista Diálogos de la comunicación N° 56, FELAFACS, Lima, Perú.
- OROZCO, Guillermo (2011), “La condición comunicacional contemporánea. Desafíos Latinoamericanos de la investigación de las interacciones en la sociedad red” en Jacks, N. (coord.) *Análisis de recepción en América Latina: un recuento histórico con perspectivas al futuro*, Ciespal, Ecuador.
- PADILLA, R., FLORES, D. y VILLALPANDO, M. D. (2012a), “El diario en línea. Metodología para el análisis y la reflexión sobre internet y las prácticas políticas entre universitarios”, *Revista Latinoamericana de Metodología de la Investigación Social* No. 4, Año 2, Oct. 2012-Marzo 2013, Argentina, pp. 07-20.
- PADILLA, María Rebeca (2012b), *Geografías Ciudadanas y Mediáticas*, México, Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- PADILLA, María Rebeca (2013), “El Sentido de las Prácticas Políticas de los Jóvenes en Internet. Análisis de la Encuesta EJIPP 2012” en Cornejo, I. y L. Guadarrama (coords.), *Culturas en Comunicación. Entre la vocación intercultural y las tecnologías de la información*, editorial Tintable, México.

- PADILLA, María Rebeca (2014), “Ciudadanía política en la red. Análisis de las prácticas políticas entre jóvenes universitarios”, *Comunicación y Sociedad*, Nueva época, número 21, enero-junio, 2014, pp. 77-100.
- PORTA; Paula y equipo (2014), “Del territorio a la web. Internet, espacio público e intervenciones artísticas”; *Anuario de investigaciones 2013*, publicado en noviembre de 2014; Facultad de Periodismo y Comunicación Social, La Plata.
- RACIOPPE; Bianca (2012), “Liberar, compartir, derivar. Cultura libre y Copyleft: otros modos de organizarse para gestionar lo cultural-artístico” tesis presentada ante la maestría Plangesco, FPyCS-UNLP. Disponible en <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/24671>
- REGUILLO CRUZ, Rossana (2000), *Emergencias de las culturas juveniles. Estrategias del desencanto*, Norma, Buenos Aires.
- SILVERSTONE, Roger (2004), *¿Por qué estudiar los medios?*, Amorrortu Editores, Buenos Aires.
- SCOLARI, Carlos (2008), *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*, Gedisa, Barcelona.
- THOMPSON, John (1998), *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*, Paidós Comunicación, Barcelona.
- TUFTE, Thomas (2015), *Comunicación para el cambio social. La participación y el empoderamiento como base*

para el desarrollo mundial, Icaria & Antrazyt, Barcelona.

WILLIAMS, Raymond (1992), “Tecnologías de la comunicación e instituciones sociales” en *Historia de la Comunicación*. Vol.2. *De la imprenta a nuestros días*, Bosch Casa Editorial, S.A., Barcelona.

WINOCUR, Rosalía (2006), “Internet en la vida cotidiana de los jóvenes”, *Revista Mexicana de Sociología* 68, num. 3, Universidad Autónoma de México –Instituto de investigaciones Sociales, México.

Páginas web consultadas

http://es.wikipedia.org/wiki/World_Wide_Web

<http://es.wikipedia.org/wiki/Internet>

Facebook de Volver a habitar: <https://www.facebook.com/volverahabitar>

Anexo no. 1: Categorías de análisis de prácticas y soportes en Internet

Prácticas / Soportes	Sitios y portales	Blogs	Multimedia	Email	Plataformas operativas	Redes sociales	Mensajería instantánea	Plataformas de entretenimiento	Blogs
Comerciales									
De entretenimiento									
De información para usos personales									
De información sobre lo público									
Educativas / académicas									
Laborales									
Lúdico creativas									
Políticas									
Sociables									
Trámites administrativos y/ o ciudadanos									