UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA
FACULTAD DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN SOCIAL

Trabajo de Tesis realizado como requisito para optar al título de
DOCTOR EN COMUNICACIÓN

HEGEMONÍA DE LOS SENTIDOS Y USOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN POR PARTE DE JÓVENES DEL CONURBANO BONAERENSE SUR. ESTUDIO REALIZADO EN QUILMES 2011-2014.

AUTOR: MUROLO, Norberto Leonardo

DIRECTOR: ALFONSO, Alfredo
CODIRECTORA: ELIZALDE, Silvia

AGRADECIMIENTOS

Esta tesis cuenta dos historias: es una investigación de doctorado y de algún modo es parte de la biografía de su autor. En ambos casos habla de vidas. Es un episodio en el devenir académico, en el trabajo, en el estudio y a la vez es algo íntimo que, a modo de engaño, el autor despegado de sí mismo escribe en tercera persona.

En esa clave, esta tesis esboza parte de mi pasión por el conocimiento y por investigar. Intenta plasmar en puro lenguaje el zigzagueante proceso de búsqueda de información de un tema que me interesa, que me interpela, que de algún modo soy también yo mismo.

Este camino fue muy estimulante, los logros me dieron alegría y los atascamientos confusión y hastío. En medio de ello aprendí a convivir con "mi tesis" en una doble ligazón: como la relación más larga que tuve y como síndrome de Estocolmo.

Supongo que de eso se trata, de pelearse consigo mismo, con las ideas, con la forma y el contenido, con lo inabarcable e inasible del conocimiento, sea cual fuera el objeto que construyamos. Así fue y así sigue siendo, ya que uno pone un punto final para mostrar un hasta ahora, pero en ciencias sociales las continuidades son la clave y no las rupturas.

En este sendero, como en los demás, uno nunca camina solo. Por eso quiero tener presente a quienes hacen posible la existencia de estas páginas. Quiero agradecer al Profesor Alfredo Alfonso, quien creyó en mí cuando yo era un estudiante de grado con ganas de comenzar una carrera en la Universidad. Por leer cada renglón que escribo con una mirada crítica, respetuosa y constructiva de la cual no hago más que aprender. Toda mi admiración hacia su persona y su capacidad profesional.

A la profesora Silvia Elizalde, quien me apuntaló y actualizó –siempre con buena onda- en esto de investigar juventudes en el marco de los Estudios Culturales.

A mis entrevistados, que son el espíritu de este trabajo.

A Natalia Lacorte, Mirta Sosa y Roxana Bodi, quienes me ayudaron en indispensables cuestiones técnicas.

A mis amigos Darío Rodríguez y Mariana Torres con quienes comparto cafés y charlas hablando de la comunicación y de la vida: incontables tesis.

A mis compañeros de doctorado con quienes formamos un grupo de pertenencia desde el cual experimentamos los logros de cada uno como propios. Grandes personas y profesionales.

También quiero mencionar a otro grupo con el cual compartíamos periódicamente nuestros avances y nos aportábamos ideas. Nos llamábamos “el monstruo” porque no teníamos forma institucional, aunque funcionábamos con responsabilidad bajo la forma de una creación tan mágica como fortuita. A Adriana, Carlos, Débora, Daniel, Esaú, Fabián, Luciana, Luciana, Pablo, Pilmaiquén y Soledad, mi agradecimiento.

Esta tesis empezó a escribirse en Argentina, pero en una netbook y en varios pendrives viajó por al menos una decena de países, terminándose de redactar en la remota Granada, España, gracias a una beca ERASMUS que me permitió elaborar ideas unos cuantos meses en Europa, dando clases, exponiendo en congresos y compartiendo espacios de debate académico.

La tesis también se sostuvo materialmente gracias a dos becas de posgrado del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), dos subsidios de la Secretaría de Investigaciones de la Universidad Nacional de Quilmes y un subsidio de REDAUTI para la realización de una estadía en la Universidad Católica de Brasilia donde trabajé con la Profesora Cosette Castro, a quien le agradezco su lectura y las valiosas sugerencias. De estos derroteros resulta que, por momentos, la bibliografía pueda parecer ecléctica.

Quiero agradecer también a la profesora Florencia Saintout por su constante aliciente, a Jorge González por la charla en el auto desde Buenos Aires a La Plata, a la maestra Rossana Reguillo por haberme enviado su tesis de doctorado –en átomos y no en bits en plena era digital- desde México por correo postal.

En este camino hacia un trabajo final de doctorado me acontecieron sustanciales vicisitudes personales, esas que se supone que son la vida, las que suceden para que suframos, para que seamos felices y para que aprendamos. A todas las personas que ayudaron a que creciera en este camino estoy eternamente agradecido. A cambio les dedico este cierre de etapa, tenazmente, a modo de nuevo comienzo.

LeoM

Granada, Andalucía, España, 24 de mayo de 2014

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN……..……...……10

1. FUNDAMENTACIÓN……..……19
1.1 Contexto global ante el cual preguntarse por el uso de las tecnologías….…….…...21
1.2 El Nuevo Desarrollismo.……...…..…..……22
1.3 Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información…….……..…...……31
1.4 Plan Agenda Digital Argentina……..……...…..……34
1.5 Los pasos argentinos en la educación……..…….....……41

2. MARCO TEÓRICO…….……..……...…....51
2.1 La disputa por la **hegemonía** en los **usos** y **apropiaciones**…….…….55
2.2 La dimensión simbólica de las **Tecnologías de la Comunicación**.....…….….61
2.3 Conceptos de **juventud** y de **identidad**……..…….…….……65
2.4 **Consumos** identitarios: De las **clases sociales** a las **clases comunicacionales**…....72
2.5 ¿Quién nombra a los **jóvenes tecnológicos**?……...…….....……...…..….79

3. ASIR EN LA EBULLICIÓN. UNA PROPUESTA METODOLÓGICA……83
3.1 El objeto empírico y las unidades de análisis. El Conurbano Bonaerense como territorio simbólico…….……..……...…87
3.2 Relevamiento bibliográfico……...93
3.3 La entrevista y los entrevistados……..……100
3.4 Otras técnicas…..……...……..……....103
3.5 Categorías de análisis……..……..……..106

4. ANÁLISIS DE LOS DATOS RECABADOS – LOS USOS……..…..……110
4.1. EN EL COLEGIO……..……..……....……..113
4.1.1 Las técnicas de recolección de datos sobre los usos escolares…….....114
4.1.2 Suturar la brecha: la apuesta dantesca argentina...……...……..…..……115
4.1.3 Lo posible y lo conveniente: usos de *Conectar Igualdad*……..…..…124
4.1.4 Los lenguajes del sistema escolar……...……...……..133

4.1.5 Las negociaciones de sentidos……..……...…...…..135

4.2 DESCARGA Y VISUALIZACIÓN…….…….....…...…..……..146
4.2.1 Las técnicas de recolección de datos sobre los usos piratas...……..……..….....153
4.2.2 Series, películas y nuevas pantallas…...……..……...….153
4.2.3 Música, libros, software y videojuegos……..…..……..…...166
4.2.4 Los piratas……..……..……..…..……...……..173
4.2.5 Capital cultural……..…..……...…..…176

4.3 LA CONSTRUCCIÓN SEMIOLÓGICA DE UNO MISMO (USOS DE REDES SOCIALES VIRTUALES)…….....181
4.3.1 Las técnicas de recolección de datos sobre los usos de redes sociales virtuales..184
4.3.2 “Me gusta”: Ser popular en *Facebook* y *Twitter*…..…..……...……185
4.3.3 El control de la palabra……...……...……. 196
4.3.4 Cuerpos codificados. Del *self* a la “selfie”……...……...…….208
4.3.5 Habilidades concomitantes…….……..220

4.4 CIBER…….…….……..…….225
4.4.1 Las técnicas de recolección de datos en los ciber……..……...……...….228
4.4.2 Un día cualquiera en el ciber…….……..……..…..…….229
4.4.3 Usos frecuentes y usos singulares de las tecnologías en el ciber…….....…..…..237
4.4.4 Como templo y como ritual...……...……....241
4.4.5 El espacio sin control…….…….……..249

4.5 VIDEOJUEGOS…….……...……..……..256
4.5.1 Las técnicas de recolección de datos y los videojuegos…….…..……...……259
4.5.2 El ritual: Videojuegos en la noche……..……..…....……260
4.5.3 Jóvenes y ¿Jóvenes?: Juntarse a jugar a la *Play* ……..……...…….272
4.5.4 *Game’s never over*……...……...……..…..…..276
4.5.5 De los efectos a la disputa por los significados...…….……...…286

4.6 TELEFONÍA MOVIL Y ESPACIO PÚBLICO……...…..……..…..….293
4.6.1 Las técnicas de recolección de datos sobre usos de telefonía móvil…..……..295
4.6.2 Los pibes del bondi……..……...…….…...……..297
4.6.3 Tribus tecnológicas: *floggers* y pibes del bondi……..……...……..……308
4.6.4 El dispositivo de control…….....……..318
4.6.5 La arena de batalla……..…….…….322

5. LA HEGEMONÍA DE LOS SENTIDOS – A MODO DE CIERRE……...…325

6. BIBLIOGRAFÍA……..……...347

ANEXOS EN DVD ADJUNTO......

“Sufro una enfermedad. Veo el lenguaje”

Roland Barthes

INTRODUCCIÓN

Investigar en el terreno de la Comunicación implica *focalizar* la mirada en los procesos simbólicos, a los cuales muchas veces los investigadores llamamos “de negociación de sentido”. Para esta tesis *focalizar* –no recortar- en las construcciones de sentidos que producen los jóvenes con las tecnologías de la comunicación de su época implica advertir de manera holística el lugar que ocupa este proceso en sus identidades, qué tienen que ver con ellos como sujetos históricos y sociales, como integrantes de grupos, como estudiantes, como hacedores de cultura.

Estas construcciones de sentidos se relacionan directamente con las posibilidades de agenciamiento y creatividad de los jóvenes. De ello que nuestro tema principal sea el complejo análisis de la hegemonía de los sentidos.

La hegemonía se encuentra en toda actividad política, inclusive en las elecciones acerca de los usos de las tecnologías, y los jóvenes participan activamente en la disputa. Sus esquemas de percepción sensorial, la espacialidad y la temporalidad, las relaciones con los otros, se ven trastocadas por las posibilidades que les brindan las tecnologías de su época como artilugios, la cuales, mediante los usos sociales asignados, participan de prácticas, otorgan prestigio, facilitan el entretenimiento y la comunicación. En definitiva, a conectarlos. De allí que las disputas por significar mediante esos usos sean constantes ante los más diversos órdenes de poder simbólico: el mercado, el estado, la cultura adulta personificada en padres y docentes y los propios pares: jóvenes de la misma generación.

De ello, una vez más: los problemas que focaliza la tesis tienen que ver con el terreno simbólico en el que interviene: el campo de la Comunicación. Nos preocuparemos puntualmente, entonces, por las construcciones de significación mediante tecnologías que producen los jóvenes de diferentes estratos sociales del partido de Quilmes, Conurbano Bonaerense Sur.

La construcción de este objeto de investigación propuesto para la tesis de doctorado puede caracterizarse desde múltiples perspectivas personales y profesionales. El interés específico por la temática se suscitó primeramente por la formación de grado en el campo de la Comunicación Social con orientación en Comunicación y Cultura y un interés por la comunicación como posible transformadora de la realidad cotidiana.

Asimismo, enriqueció la mirada hacia este objeto transitar espacios de investigación y docencia en la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ) y en la Universidad Nacional de La Plata (UNLP)[1]. De allí que el cruce entre tecnologías y sociedad comenzaba a ser un tema de interés y de preocupación dadas las implicancias que tiene la comunicación en medio de diferencias de orden sociocultural.

A su vez, la participación en proyectos de Extensión y Voluntariado Universitario fue afianzando estas perspectivas[2]. Allí iniciamos el contacto directo con el campo y con el objeto empírico para el proyecto de tesis, donde pudimos afianzar la intervención con jóvenes de barrios periféricos del Conurbano Bonaerense, trabajando temáticas ligadas al uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Fue en ese momento cuando nuestras investigaciones académicas, publicaciones científicas y participaciones en congresos y jornadas comenzaron a afianzarse en la temática que cruza jóvenes y las relaciones de poder simbólico en los usos de las tecnologías de la comunicación.

Estos intereses se canalizaron en formato de pre-proyecto de tesis doctoral y fue presentado en el Doctorado en Comunicación de la Universidad Nacional de La Plata. Es en ese entonces cuando a la vez propusimos el tema para obtener una beca de postgrado del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), dependiente del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva de la Presidencia de la Nación, la cual obtuvimos en dos oportunidades -en 2010 y 2013.

Este devenir biográfico-profesional se imbrica con diferentes acontecimientos políticos y culturales acontecidos en el país. La política gubernamental creó en 2005 el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva, planteando una especificidad y una necesidad de atención por parte del Estado Nacional a las temáticas ligadas con la ciencia y la tecnología de modo autónomo, aunque inexorablemente relacionada al de la

---

[1] La participación desde 2007 en el proyecto de investigación "Estado y comunicación pública en Argentina. Análisis de canal 7 y canal Encuentro en el período 2008-2009"[1] y otros sucesivos en la misma UNQ. En los proyectos de investigación analizamos los medios públicos, el lenguaje audiovisual, las construcciones de sentido en estos medios, la recepción, entre otros aspectos[1].

[2] El proyecto "Comunicación, Ciudadanía y Desarrollo", dirigido por el profesor Alfredo Alfonso, consta en brindar talleres de lenguajes (prensa escrita, audiovisual, radial, multimedia, entre otros) a jóvenes y demás actores sociales de la comunidad del conurbano bonaerense. A su vez, en 2009 mediante la coordinación general del proyecto de Voluntariado Universitario "Comunicación, Medios y Espacios Sociales", con actividades de similares características que las del proyecto de Extensión Universitaria precedente,

educación. Asimismo, se produce una política de “inclusión social” en cuanto a medidas como la Asignación Universal por Hijo, y de “inclusión digital” como los programas “Una computadora, un alumno” y su correlato más ambicioso (tres millones y medio de netbooks para escuelas públicas del país) *Conectar Igualdad*.

Estas medidas que entienden una realidad emergente que emparienta las tecnologías como una necesidad de comienzos de milenio y los sectores sociales más desfavorecidos económicamente, sientan las bases de una conciencia de época que la investigación en Ciencias Sociales en general, y que la Comunicación como campo específico, no pueden dejar de observar.

Estas son algunas de las condiciones imperantes que hacen pertinente el tema de tesis propuesto, que desde el campo de la comunicación se propone tematizar los usos como posibles ventanas de comprensión a las prácticas simbólicas que realizan los jóvenes con estas herramientas que en este comienzo de siglo se proponen como esenciales para la formación de ciudadanos, para la educación, para el ámbito laboral y la información, la comunicación social y el entretenimiento.

Comprender los usos de estas tecnologías omnipresentes y obligadas por el consumo y la formación en jóvenes de un territorio social desigual como es el Conurbano Bonaerense es esencial desde el punto de vista teórico de un campo constantemente en formación. Esa es otra apuesta de la presente investigación, la apuesta por el campo.

El Doctorado en Comunicación de la FPyCS de la UNLP es uno de los pocos doctorados en Comunicación en el país en una universidad pública, de allí que la apuesta por inscribir y continuar los estudios en Comunicación es una estrategia de afianzamiento del campo, de sus métodos, de sus temas y problemas, entendiendo que la dimensión simbólica de las prácticas culturales son un aspecto esencial al ser cognoscible en la sociedad contemporánea.

A su vez, la propuesta de tesis trae consigo un ineludible interés personal como perteneciente a una generación intermedia, que generó prácticas con las tecnologías, pero que no las naturalizó de un modo compulsivo. De allí, se puede generar una reflexión en parte exotizante del devenir tecnológico y de las prácticas –contradictoriamente deshistorizadas- en continua renovación y consumo.

En este racconto, hemos hecho hincapié en una trayectoria en el campo educativo, en términos de Bourdieu, que tiene lugar dentro del sistema escolar estatal. Tanto la

escuela primaria, secundaria, universitaria de grado y de posgrado, así lo fueron, como la obtención de una beca otorgada por el Estado Nacional. Este aspecto es esencial dado que consideramos que la temática propuesta como tesis doctoral es coherente con una perspectiva de conciencia social que obliga a investigar temáticas que intenten acceder a un conocimiento que beneficie a la sociedad de la cual el investigador forma parte y que hicieran y hacen posible su formación.

El tema de investigación se encuadra en la línea de estudios sobre Comunicación, Sociedad y Cultura, propuesta por el programa del Doctorado en Comunicación de la FPyCS de la UNLP. En cuanto a la tradición legitimada de los estudios de Comunicación que delimita escuelas y autores, nuestra investigación se posiciona desde una perspectiva teórica asentada en los Estudios Culturales de Birmingham, principalmente en trabajos de Raymond Williams, Richard Hoggart, E. P. Thompson y Stuart Hall, para retomar sus propuestas epistemológicas alrededor de las tecnologías, la juventud y la cultura, y repensarlas en el campo de la Comunicación. Asimismo la investigación se apoyará en discusiones planteadas por la corriente de Estudios Culturales Latinoamericanos, en trabajos de Rossana Reguillo Cruz, Jesús Martín-Barbero y Gilberto Giménez ligados a la juventud, identidades culturales y a los nuevos esquemas de percepción sensorial. Como también serán de importante consulta los aportes de la vertiente estadounidense de los EC, con autores como Henry Giroux o Lawrence Grossberg. Del mismo modo no se dejarán de lado postulados de la denominada por los historiadores de la comunicación como Escuela de Frankfurt, cuyos autores “critican el olvido del contexto histórico y cultural, y plantean una serie de preguntas básicas como éstas: ¿quién controla la comunicación?, ¿para qué?, ¿en beneficio de quiénes?” (Giménez, 2009).

La investigación explora un conjunto de usos de las tecnologías de la comunicación por parte de jóvenes de Quilmes, Conurbano Bonaerense Sur. Estos usos que pueden ser catalogados como de conocimiento, de comunicación o de entretenimiento tienen la impronta de la lucha hegemónica en su configuración. Algunos de ellos son propuestos por el mercado y las empresas de hardware y software, llamémosle usos dominantes. Otros usos están propuestos por el Estado, en medio de programas de inclusión digital y de acortamiento de la denominada brecha digital.

Finalmente en los usos buscaremos advertir la existencia de prácticas novedosas, negociadas, de apropiación que evidencien la capacidad de agencia del sujeto de la comunicación. Estas construcciones de sentido, individuales y colectivas, son de interés de la tesis. Algunos de estos usos son percibibles desde un punto de vista macro, conociendo publicidades y políticas públicas, otros, desde una mirada micro que se adentra en la observación, la participación y la charla con quienes las desarrollan.

No obstante nos interesan producciones de sentido específicas a las cuales no accederíamos si no nos acercáramos y nos involucráramos con los jóvenes, la tesis pretende mirar estos usos a la luz de una política global que postula a las tecnologías como objetos de carácter cualitativo a la hora de conformar a los sujetos (y a los jóvenes especialmente) como seres de conocimiento. De ello que para comenzar debemos evidenciar el contexto global en el cual preguntarnos por el uso de las tecnologías.

La investigación se estructura en cuatro capítulos y un cierre a modo de conclusión. El primero de esos capítulos se titula *Fundamentación*. Allí se abordará un recorrido por los principales acontecimientos políticos a escala global y nacional en relación a tecnologías.

En este sentido, se expondrá de modo crítico la génesis del proyecto de la Sociedad de la Información proponiendo su comprensión como un "nuevo desarrollismo", tomando como referencia la teoría de los años '50 la cual proponía las naciones que entendía como "países subdesarrollados" se desarrollarían de la mano de los préstamos foráneos en pos de una industrialización promotora del progreso.

En este capítulo también se abordará el rol que tuvo Argentina en la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información y sus propuestas en materia de democratización y acceso a las tecnologías.

Consideramos que es necesario explicitar el contexto global y argentino en cuanto a políticas relacionadas con las tecnologías, como marco en donde se desarrollan los usos de reproducción o de resistencia que provienen del agenciamiento de los sujetos.

En el apartado *Marco Teórico* se explicitarán, de modo articulados, los conceptos más importantes a emplearse en el desarrollo de la tesis. Las palabras clave a ser descriptas y analizadas serán Hegemonía, Usos y apropiaciones, Tecnologías de la comunicación, Jóvenes, Clase social y clase comunicacional, Consumo y consumismo y Nativos Digitales.

En este capítulo se discutirán los conceptos, se hará referencia a autores que los acuñaron y emplearon para fijar nuestra posición ante estos. El constructo toma como referencia a nuestro objeto empírico y es producto de una ida y vuelta dialógica con el trabajo de campo. Es decir, no fue reflexionado y escrito con antelación a los datos obtenidos en el campo de investigación.

En el capítulo titulado *Asir en la ebullición. Una propuesta metodológica* se expondrá la perspectiva cualitativa de la investigación y se pormenorizará en las técnicas de recolección de datos empleadas. La metodología de investigación se analizará siempre bajo la luz de la teoría y del campo de estudio que modifica y construye la metodología en el propio proceso de trabajo. Consideramos que una tesis es en gran parte su metodología, de ello que cada apartado del siguiente capítulo remarcará las técnicas empleadas en la búsqueda de información para la configuración de cada uso.

Se reflexionará sobre las herramientas dentro del campo comunicacional en cuanto a lo metodológico para acceder al objeto propuesto. Además del relevamiento bibliográfico especializado, las entrevistas cualitativas, y las observaciones en el ámbito público y privado, entre las técnicas se apelará al registro en video, las capturas de pantalla, el análisis de contenido, el análisis semiológico. Se explicitan también en este apartado las categorías de análisis.

En el capítulo *Análisis de los datos obtenidos – Los Usos* se destacarán y analizarán las entrevistas cualitativas y se expondrán los datos recabados en las observaciones en los usos de las tecnologías por parte de los jóvenes en ámbitos públicos y privados. Se establecerán tipos de usos y apropiaciones tecnológicas.

A raíz de las indagaciones podemos proponer una serie de usos macro donde pueden englobarse otros. Cada uno de los seis apartados que se incluyen en este capítulo contará con un espacio destinado a reiterar y especificar aspectos metodológicos explicitando las técnicas empleadas para la recaudación de sus datos específicos.

Asimismo cabe destacar que las categorías de análisis y esta disposición de los apartados dentro del capítulo y los usos propuestos no pertenecen a un a priori intuitivo sino que surgen de las primeras aproximaciones metodológicas al trabajo de campo y a los informantes.

En el colegio: en este *apartado* se tematizarán los usos de conocimiento, comenzando por el programa *Conectar Igualdad* como política estatal que vincula a los jóvenes con las tecnologías de la comunicación.

Al comienzo de la formulación de nuestro proyecto de tesis, nació este plan nacional que otorga computadoras personales a jóvenes de escuelas secundarias de todo el país. La apuesta es dantesca, son tres millones y medio de computadoras para estudiantes y docentes de nivel medio y terciario, además de conectividad en las escuelas, servicio técnico y capacitación docente.

Asimismo puntualizaremos en los usos de páginas web hegemónicas a la hora de la búsqueda de información como *Google* y *Wikipedia* y el lugar en las prácticas de conocimiento en clase. Por otra parte mencionaremos los usos de la telefonía móvil en el aula. En este sentido, para nuestra tesis que pone el foco en los procesos hegemónicos y contra-hegemónicos en los usos de las tecnologías.

Descarga y visualización: este *apartado* tematiza un uso frecuente y censurado de las tecnologías. La descarga de música, texto, software, y descarga y visualización de material audiovisual en Internet. Proyectos de leyes como SOPA y PIPA, además de casos judiciales en Argentina como los del foro *Taringa* y el portal de reproducción de series y películas *Cuevana*, ponen de manifiesto un uso asiduo de Internet para consumir material de la industria cultural protegido por el derecho de autor y que no está liberado para circular de manera irrestricta por este medio. Los carteles del FBI al comenzar una película, coercionan al espectador advirtieéndolo de que comete un delito si copia un DVD. Estas prácticas en los márgenes del mercado convierten a la mayoría de los internautas en “piratas”.

Este apartado trata sobre esta lucha hegemónica por parte del poder central y los usuarios de las tecnologías, donde se pone en juego la posibilidad de acrecentar el capital cultural (en nuestro caso de los jóvenes) accediendo a materiales (discos, libros, películas y series) a los cuales de otro modo muchos no podrían haber accedido.

La construcción semiológica de uno mismo: este *apartado* se ocupa de la relación de los jóvenes con las redes sociales virtuales, los foros y los chats de Internet. En ellos se propone una suerte de construcción de identidad, de un Yo virtual que oficia como presentación de la persona ante sus “amigos”, “seguidores” y “contactos” en Internet.

Para esta construcción se emplean desde el *nick* (nombre de usuario), *subnick* (frase que acompaña al nombre), como fotos y videos tomados de Internet y construidos por el propio usuario. En este sentido podemos visualizar diversos usos lingüísticos para la construcción tanto de los mensajes textuales como icónicos (emplear nombres de bandas musicales, clubes de fútbol o la propia ciudad o barrio de pertenencia como apellido, pasando por repetición de letras en el nombre, tildes donde no corresponde, pasando por frases de diferentes orígenes, pose, recorte y montaje de imágenes).

En este caso, la hegemonía se pone en juego en el uso de los materiales disponibles por las plataformas y los usos de sentido que pequeñas comunidades le otorgan. Los jóvenes no tienen un amplio margen de actividad, pero de todos modos crean, inventan y se apropian de estos espacios por ejemplo colocando datos falsos en sus perfiles: diciendo que sus amigos son sus familiares.

Asimismo, se evidencian las habilidades concomitantes que traen estos usos, como el aprendizaje autodidacta en la edición de imágenes y video para realizar la propia construcción semiológica.

Ciber: este *apartado* se asienta, además de en las entrevistas cualitativas que atraviesan todos los usos, en la técnica de la observación. Para ello se realizó un relevamiento en ciberlocales de Quilmes. En ellos se observan cuestiones categorizadas como cantidad de computadoras, demás servicios que presta y ubicación, a modo de contexto, interesándonos en qué tipo de usos realizan los jóvenes de las computadoras. En este sentido se observa qué plataformas virtuales visitan, cuánto tiempo pasan allí, las edades, los usos individuales y grupales, si prevalece un uso genérico, y si los usos que hacen son comunicacionales, en relación con la educación o de entretenimiento. Esta información se cruzará con las entrevistas y sobre todo si se contrapone y complementa a otros usos estilizados como el hecho de contar con banda ancha en la casa.

Diversos autores postulan la idea de que el ciber oficia como “la nueva esquina” donde los jóvenes se reúnen a pasar el rato. Reveremos esta apreciación a la luz de la lucha hegemónica que pone en cuestión el concepto de “acceso” planteando una zona gris en cuanto la “brecha digital” donde hay un sector favorecido y otro desfavorecido, espacios positivistas que el ciber como lugar intermedio pone en cuestión.

Videojuegos: Los usos de los videojuegos se presentan ubicuos, dado que la mayoría de las tecnologías cuentan con la posibilidad de usar videojuegos –consolas, computadoras,

teléfonos móviles- asimismo se presentan usos en el espacio público y en el espacio privado, individuales y grupales. El apartado describe y analiza un uso frecuente y devenido en práctica por parte de los jóvenes que denominamos como el ritual de "videojuegos en la noche" que consta de grupos que se juntan en hogares a jugar al *Pro Evolution Soccer, PES,* hasta el amanecer. En este sentido, el uso no es contrarreloj como el uso del ciber y no es el ámbito público. Asimismo son de interés del apartado los usos de los juegos en red, de los juegos en redes sociales virtuales y las habilidades creadas a raíz de estas prácticas asiduas.

Telefonía y espacio público: este *apartado* trata sobre el uso de la telefonía móvil relacionada con el espacio público. Se hace especial referencia a un uso ritualizado en los últimos tiempos en el cual jóvenes emplean sus teléfonos móviles en el transporte público de pasajeros escuchando música con los altavoces activados. Es decir, sin auriculares. Este uso se presenta en la opinión pública como un tema de debate y controversia. Por un lado la molestia de los demás usuarios del transporte público por ese "ruido" que generan los jóvenes. Por otro lado un ritual novedoso de apropiación del espacio público. Este uso es principalmente llevado a cabo por jóvenes de sectores populares que escuchan cumbia y reggaeton. La lucha por la hegemonía del espacio público también se presenta en foros de Internet (*Taringa* y *Facebook*) con tintes discriminatorios hacia estos jóvenes. Asimismo, la lucha hegemónica cuenta con el condimento de proyectos de códigos y leyes que intentan prohibir este uso en algunas ciudades del país.

Asimismo este apartado se interesa por la relación que generan los jóvenes con los diferentes usos posibles de la telefonía móvil, su incorporación como objeto cotidiano dentro de la escuela y como objeto de control por parte de sus padres.

1. FUNDAMENTACIÓN……..……
1.1 Contexto global ante el cual preguntarse por el uso de las tecnologías…….……
1.2 El Nuevo Desarrollismo……..…….....……..……
1.3 Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información……..……..……..
1.4 Plan Agenda Digital Argentina……...……..…….
1.5 Los pasos argentinos en la educación……...……..……...……

1. FUNDAMENTACIÓN

Toda sociedad histórica puede ser catalogada como una sociedad de la información o del conocimiento. Para Jorge González (2011) "sociedad del conocimiento", "es un "sincepto", no un concepto, porque "toda sociedad existida, existente o existible es una sociedad del conocimiento". Toda sociedad generó maneras de comunicarse transmitiendo formas simbólicas a través de medios más o menos sofisticados. Tecnologías de la comunicación que han existido y han hecho existir otras en camino de una evolución científica y técnica hacia mejores aprovechamientos de inventos y descubrimientos preexistentes. Podemos preguntarnos en vano, cuál sociedad no tuvo modos de informarse y de conocer, mediados o no por tecnologías ya que la idea misma de la existencia de una sociedad nos habla de sistemas de creencias, de un ordenamiento político y, por extensión, de modos de conocer y transmitir la cultura. Lo cierto es que desde ejemplos como las pinturas rupestres, la tradición oral o la creación del papiro, mucho tiempo pasó y las comunicaciones se complejizaron[3].

Desde hace unos años asistimos a un desarrollo científico tecnológico ligado (aunque no solamente) a las comunicaciones llamado digitalización. Estas tecnologías digitales son adoptadas y usadas principalmente por jóvenes, que ven en ellas modos de informarse, comunicarse, conocer y entretenerse, atraídos por su facilidad de uso y sus prestaciones en cuanto el acortamiento de espacios y tiempos -lo decimos como presunción y punto de partida, que ni siquiera necesita comprobación empírica dada la abundancia de ejemplos-.

En este contexto podemos preguntarnos acerca de los sentidos puestos en juego alrededor de los jóvenes relacionados con las tecnologías de la comunicación a través

[3] Estas ideas alrededor de que toda sociedad fue y es una sociedad del conocimiento fueron fruto del diálogo con el Prof. Jorge González, en una entrevista exclusiva brindada para esta tesis.

del tiempo. Los jóvenes sienten atracción por las tecnologías ya que parecen juguetes y por lo tanto no les temen. Al momento de su aparición, la televisión, la videocasettera, los videojuegos, los equipos de música encontraron en los jóvenes a sus más férreos usuarios, quienes generación a generación fueron, por ejemplo, enseñando a sus padres a utilizarlos. Pasa lo mismo con las tecnologías digitales. Además de que el mercado ve en ellos al cliente ideal que genera prácticas identitarias alrededor de estos artefactos.

En un mundo en el cual las tecnologías de la comunicación ocupan un lugar importante en la socialización, en la educación, el universo laboral y el entretenimiento, pensarlas aisladas –tanto transformadoras de la sociedad, como productos de ella- son miradas reduccionistas de la complejidad que estriba reflexionar sobre las tecnologías como elementos que forman parte de las sociedades, partícipes en usuales y diversos rituales, algunos de ellos devenidos en prácticas sociales recurrentes por un amplio número de personas.

Estos rituales nacen, renuevan antiguos, se desplazan y se fusionan, desplegando un universo de usos tecnológicos que tienen que ver con la reproducción del sistema, pero también con algunos tipos de resistencias. En resumidas cuentas, ponen en juego significados sociales que se despliegan en el espacio público contribuyendo a la lucha por la hegemonía de los sentidos. En este contexto macro planteamos que preguntarnos por los usos de las tecnologías de la comunicación por parte de jóvenes pertenecientes a un espacio territorial específico puede servir para vislumbrar, a modo de pantallazo, una focalización, entre metódica y caprichosa, de la contemporaneidad generacional, de clase, consumista, sensible, imaginativa de estos jóvenes argentinos.

Como punto de partida de una tesis que tematiza de modo fundamental las disputas hegemónicas alrededor de los sentidos puestos en juego en una batalla comunicacional, creemos pertinente, ineludible y saludable comenzar evidenciando, a modo de mapa, el contexto de políticas mundiales, pero sobre todo argentinas, destinadas a la implementación y difusión del uso de tecnologías de la comunicación. Este recorrido nos permite primeramente conocer posiciones netamente hegemónicas como las del Estado y las empresas en relación con los supuestos que encarnan las tecnologías. De allí partimos de un terreno firme donde contextualizar, evidenciar y comprender en qué marco se insertan los usos novedosos y reproductivos, identitarios y resistentes, de las

tecnologías por parte de los jóvenes, usos que podamos observar, categorizar, analizar y discutir en los siguientes capítulos.

1.1 CONTEXTO GLOBAL ANTE EL CUAL PREGUNTARSE POR EL USO DE LAS TECNOLOGÍAS

El mundo ha cambiado demasiado desde que Marshall McLuhan sentenciaba que las tecnologías eran ya extensiones de nuestros cuerpos. A pesar de que algunas de nuestras prácticas tecnológicas sean diferentes, esa exageración parece tener en la sociedad actual un correlato fáctico. Las pantallas nos rodean, incluso las llevamos con nosotros adonde vayamos. El sistema capitalista mutante se fue configurando en este sentido, tomó su forma más acabada, conciliadora y consensual: la globalización; y de allí, otorgándonos la posibilidad de acceder a una hiperconexión, instantaneidad y pertenencia, nos sedujo mediante artilugios embellecedores llamados tecnologías de la información y la comunicación. El mecanismo sofisticado es casi imperceptible de tan evidente. Pasa por delante de nosotros y naturalmente lo configuramos propio con nuestras prácticas cotidianas.

El desarrollo científico-tecnológico diseñó un nuevo modo de almacenamiento y transporte de datos: la digitalización. Como toda innovación en el terreno de la comunicación, se nos presenta con poderes sobrenaturales y emancipadores. La digitalización en su era –como en su momento el cine, la radio y la televisión- es llamada a ser una ventana hacia la democratización de voces antes acalladas. La digitalización sentencia que la proliferación de datos y de información nos convertirá en seres humanos críticos y más capaces de discernir. Desde esta concepción, se nos abre paso a un estadio llamado Sociedad de la información.

En la modernidad líquida –siguiendo a Zigmunt Bauman-, desde donde se cree que todo fluye, nada es asible, y los referentes han caído deslegitimados por el fin de la historia, es donde la trinchera del mercado erige lógicas sociales unificadoras y a la vez aislantes, generadoras de nuevas clases sociales ficcionales. En medio de este devenir imprescindible, inevitable y bienvenido, no todos son capaces de amoldar sus consumos hacia la imperiosa digitalización. Existen unos, “nativos digitales”, “alfabetizados” de nacimiento en su “ecología mediática”, otros “inmigrantes digitales” que a raíz de requerimientos educacionales y laborales aprenden a usar las tecnologías de la

comunicación, quienes encuentran en la digitalización modos de socializar y de distinguirse, y existen otros que por falta de acceso se encuentran en el extremo desfavorable de la denominada "brecha digital". Es decir, no todos son capaces de alcanzar esa edad de oro de la información total. En estos casos hablamos de modos de vida exclusivos y excluyentes cuando se configuran como prácticas sociales naturalizadas, mientras dejan fuera de la pertenencia que generan a grupos sociales que no alcanzan por su situación económica o de "alfabetización", el acceso a la información, la comunicación y el entretenimiento que conducen las denominadas, por la jerga del mercado y la gestión, como TICs[4]. En este contexto de modos de ser direccionados, las luchas de poder no son ajenas. Los usos de las tecnologías de la comunicación oscilan entre la información, la comunicación y el entretenimiento. Tanto las organizaciones internacionales, los gobiernos, como las empresas ligadas a Internet, la telefonía y los videojuegos, ya sea de hardware, software, redes o proveedores de conectividad, proponen modos de ser en el mundo digital y los sujetos globales participan indefectiblemente. De allí que nos interese ver esos modos hegemónicos, negociados o contrarios de formar parte del mundo digital por parte de jóvenes, como un sector directamente interpelado por estas políticas a escala global.

1.2 EL NUEVO DESARROLLISMO

La Sociedad de la Información nace a la luz de la presencia masiva de los medios de comunicación social y ostenta una promesa: la emancipación. De manera teórica, existe un interés por categorizar a La Sociedad (en términos globales). En este sentido, conocemos rótulos como Sociedad Industrial, Sociedad de Masas, Sociedad del Espectáculo, Sociedad Postindustrial. Desde una mirada materialista histórica podemos afirmar que las sociedades se conforman como tales a la luz de los modos de producción. Así la industrialización o los servicios definirían las clases sociales y los modos de relacionarse. En la modernidad tardía, la comunicación mediada y la posibilidad de circulación de gran cantidad de datos suponen una nueva sociedad, donde la información es capital y con ello la perspectiva protagónica es simbólica. Es llamada comúnmente Sociedad de la Información. Entre sus características principales se

[4] Por este y otros motivos que se explicitarán en el apartado dedicado al marco teórico elegimos hablar de Tecnologías de la Comunicación y no de TICs.

encuentra la del protagonismo de los medios digitales de comunicación que, gracias a la globalización, llegan de modo cada vez más masivo a todo el mundo. El símbolo de esta aldea global de fines de Siglo XX y principios de Siglo XXI es Internet, medio que propicia un enorme acervo de información al alcance de la mano. Además, permite la conexión por intermedio de weblogs, webmails, chats, mensajería instantánea reduciendo las distancias y las temporalidades, por ello esta sociedad se define por la información, ya que las posibilidades de esta nueva noción de la sensibilidad propicia formas novedosas de relaciones y de intercambios, principalmente comerciales.

> La clave es que los ordenadores e Internet exigen habilidades específicas si se quieren utilizar como herramienta que crea una ventaja relativa para las personas y las organizaciones que las utilizan. También pueden ser medios de entretenimiento y consumo. Lo que las hace radicalmente diferentes, sin embargo, es que son herramientas muy poderosas para trabajar y aprender, y que requieren una cierta capacidad de memoria y pensamiento abstracto, que constituyen la base de las habilidades de aprendizaje (Castaño, 2008: 220).

En esta sociedad, el conocimiento se posiciona como valor agregado. Y parece ser este aspecto el más importante en sus promesas ya que involucra a los sujetos en su preparación para acceder a mejores posiciones en el mercado laboral. La Sociedad de la Información plantea allí su paradoja, se presenta seductora mediante tecnologías del entretenimiento y pretende masificarse como conductora de información y conocimiento.

La denominada Sociedad de la Información se asienta en presupuestos y en premisas. Presupone, primeramente, que las tecnologías de la información y la comunicación son beneficiosas para la vida social y que su proliferación es ineludible. A raíz de ello, a los Estados se les indica el deber de ocuparse de acortar la denominada “brecha digital”, esto es la diferencia existente entre quienes tienen y no acceso a las tecnologías. Este acceso es amplio ya que puede tratarse de hardware, software, proveedor de conectividad a Internet o de competencias para maniobrar las tecnologías. Esta incapacidad de hacer un uso provechoso de las tecnologías deviene entonces en un “analfabetismo digital”. Se puede carecer de una de esas variables o de todas ellas juntas.

Cuando los estudios hablan sobre “usuarios” de Internet -de quienes tienen “acceso”-, pocas veces explican qué significan estos términos, tornando confusa la lectura de datos.

De esta manera quien use una computadora de ciberlocal una vez por semana, puede considerarse usuario con acceso tanto como aquel que cuenta con banda ancha y computadora personal[5] en su hogar. Allí es necesaria la mirada de a línea de investigación que focaliza en los usos más que en rótulos contingentes.

Las tecnologías de la comunicación, la aparición de Internet y la creación de la World Wide Web en 1990 fueron generando lo que algunos teóricos llaman una era de la información (Castells, 1996). Algo así como un momento histórico donde la información y la comunicación toman forma de valor y se constituyen en capital, pero también en mercancía. En este estadio, entonces, es necesario tener acceso a las tecnologías porque se postulan como conectoras de un mundo cada vez más globalizado y, de este modo, con la posibilidad de achicar barreras de espacio y de tiempo. Las comunicaciones vía Internet propician la compra y venta desde diferentes puntos del orbe, la posibilidad de realizar trámites, de estudiar a distancia, como también de hacer esas actividades de modo instantáneo y cómodo.

La Sociedad de la Información se presenta como una instancia superadora en el devenir histórico. Mediante las tecnologías de la información y la comunicación propone que casi todos los órdenes de la vida social se tecnologicen y ganen en eficiencia y eficacia. De este modo, podemos ver que en el Plan de acción de la *Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información* se insta a los gobiernos de los países participantes a tecnologizar diversos órdenes de la vida en sociedad: el Gobierno, la Salud, la Educación, entre los más destacados. El propio Nicholas Negroponte, uno de los más entusiastas impulsores del proyecto de la Sociedad de la Información, afirma esta semejanza:

> Uno de mis mayores intereses está en la transformación de las sociedades que normalmente se hace con la urbanización. ¿Pero cómo podemos ser rurales a la vez que urbanos? Típicamente las zonas rurales lo asociamos más con la pobreza y para el desarrollo económico vamos a la urbanización. Es una tendencia que no me gusta en absoluto y creo que la tecnología digital puede ayudar a preservar esas cualidades que tiene la vida rural (Negroponte, 2012).

[5] Empleamos el término "computadora personal" en lugar de *laptop* o *notebook* ya que de existir traducción procuraremos emplear términos en español que describan lo que queremos mencionar. En otros casos, como en *hardware* o *software*, la hegemonía del lenguaje ha ganado el terreno inclusive en el modo de nombrar los objetos.

Este planteo en términos de urbanización y ruralidad mediado por tecnologías recuerda los postulados desarrollistas de la década de los cincuenta del siglo XX. En aquella oportunidad la idea de desarrollo iba también acompañada de la tecnología, principalmente en lo referente al mundo rural con la inclusión de cosechadoras y tractores a la actividad agrícola. El progreso, entonces, tenía que ver con optimizar la producción, entrar en un sistema económico de intercambio y competencia para lo cual no solamente había que cambiar prácticas productivas sino también la mentalidad.

El desarrollismo de mediados de los años cincuenta se proponía, bajo la órbita del progreso, como un estadio moderno a alcanzar. Esta modernidad, como *desideratum*, tomaba la forma de la industrialización. Los países llamados a sí mismos "centrales" eran quienes contaban con una mayor industrialización y, de este modo, planteaban las reglas del juego a los países entendidos como "periféricos". En este juego semántico con el lenguaje, los países centrales también serían los "desarrollados", mientras que los periféricos devendrían en "subdesarrollados". Esta lógica se establece siempre teniendo en cuenta el nivel productivo. Pero otros niveles como el educativo, el comunicacional y el cultural se vieron contaminados por este paradigma. Las diversas culturas, costumbres y hábitos lejanos a la adopción de la modernidad, fueron vistas como escollos en el camino.

En 2003 y en 2005 tuvieron lugar las dos ediciones de la *Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información* que formalizó la apuesta de modo institucional y a escala global. Patrocinada por la *Organización de las Naciones Unidas (ONU)* y la *Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT)*, la cumbre contó con la presencia de representantes de Educación de las naciones, quienes fueron invitados a planificar las líneas de acción para los años siguientes en pos de construir la Sociedad de la Información a escala global. "En el marco de la Cumbre se iniciaron más de 2500 proyectos, registrados en el informe y la base de datos relativa al inventario de la *CMSI*, que la UIT seguirá manteniendo" (Unión Internacional de Telecomunicaciones, 2005). Como un "nuevo desarrollismo" esta Cumbre ofició como institución formadora de políticas a escala global imponiendo una visión hegemónica del deber ser digital.

La denominada brecha digital hace referencia a una diferenciación entre quienes acceden a la digitalización y quienes no. Este acceso tiene varias aristas ya que quienes acceden o no, lo hacen o no por diferentes motivos. Existen autores que hablan de

"brechas digitales", demostrando la variedad de factores: "el estudio de la brecha digital no puede limitarse al análisis del acceso a Internet (primera brecha digital), sino que debe dar un paso más e involucrarse en el análisis y la determinación de los usos y la intensidad de uso de Internet (segunda brecha digital)" (Castaño, 2008: 219). Donde la segunda brecha digital está relacionada con el conocimiento y el aprovechamiento que cada usuario hace de las tecnologías de la comunicación. En este terreno toman protagonismo conceptualizaciones como *alfabetización* digital, *competencias* digitales, *habilidades* digitales.

El investigador mexicano Adolfo Rodríguez Gallardo (2006) sostiene: "La premisa básica de la brecha digital es que existen individuos y sociedades que tienen acceso a los recursos tecnológicos de cómputo, telecomunicaciones e Internet. (…) Una diferencia más amplia es la que enfatiza el acceso a la información como el elemento relevante y no tanto el acceso a la tecnología".

Las tecnologías nos dan la apariencia de vivir en sociedades avanzadas "como si ello fuera sinónimo de cambio social, no debe hacernos pensar que el riesgo de brecha digital es consecuencia de la insuficiente banda ancha para acceder a la red o de otros problemas similares. Esto es solo la punta del iceberg" (Raya Diez, 2002). El acceso completo puede alcanzarse plenamente por cinco factores esenciales: *hardware*, *software*, proveedores de conexión y señales, habilidades de manejo y conocimiento. Asimismo la imposibilidad de acceso puede deberse a localizarse en zonas aisladas de accesibilidad, o por razones cognitivas, pero fundamentalmente por motivos económicos. La brecha es creada por el sistema capitalista como un problema del camino progresivo hacia la información total. El problema central sigue siendo el de la exclusión y la desigualdad social.

En los jóvenes de nuestro análisis vemos que existen ambas dimensiones de la brecha digital, pero fundamentalmente una brecha digital de segundo orden, hablamos de la referida a la apropiación del acervo de información proveído por las tecnologías de la comunicación y la posibilidad de transformarlo en conocimiento útil. La brecha del *hardware* y *software*, desde ya que es importante. Los jóvenes con quienes interactuamos tengan o no computadora en sus hogares, conocen sus usos principales. La brecha estriba entonces en ver a las tecnologías de la comunicación como un elemento para alcanzar el conocimiento vía la información y no meramente como un

medio de entretenimiento. La brecha se torna un concepto gris, positivista, y de ello que consideremos que en los usos se pueden vislumbrar diferentes modos de acceso.

Esto sucede con la "brecha digital", que como ninguna otra brecha, la del agua potable, la de la electricidad, la de la vivienda digna, la del empleo seguro, la de los derechos humanos, la de la salida de la pobreza, la de la seguridad social, es atendida no sólo por el sistema económico mundial sino por las políticas gubernamentales con programas tendientes a la *inclusión*. Cuáles son los objetivos centrales que se persiguen brindándole una computadora a cada joven *dentro* de las escuelas, conociendo los usos cada vez más prolongados que los jóvenes que cuentan con ellas les dedican fuera del aula, y qué le estamos brindando a aquellos jóvenes que no cuentan con una computadora y se topan con la posibilidad de aquello deseado en una sociedad de la información cada vez más cercana a una sociedad del consumo y del entretenimiento. Aquella computadora vista detrás de una vidriera, por televisión o en los cibercafés como un alquiler momentáneo, llega a estos jóvenes como propia proponiéndose adiestrarlos de modo connotativo en que "la compu", como objeto didáctico, es capital, es una herramienta de trabajo lejana a los usos de entretenimiento habituales.

> En la sociedad de la información, bajo nuevas coordenadas sociopolíticas asistimos a un proceso de precarización de las relaciones sociales y laborales, no sólo de quienes forman parte del mercado de trabajo, sino particularmente de quienes no pueden acceder a él por falta de competencia técnica y de capacidad de rentabilizar su "fuerza de trabajo" en un tipo de economía basada en el conocimiento (Raya Diez, 2002).

En esta economía basada en el conocimiento, pertenecer al mundo de las tecnologías de la comunicación ya no es una elección tecnológica más sino que determina la propia configuración como recursos humanos deseables. Achicar la brecha digital obedece a una educación, siempre mediada por el consumo, que tiende a formar proletarios siglo XXI, donde su fuerza de trabajo es enriquecida por el conocimiento. Allí, "la baja probabilidad de valorizarse en el mercado de trabajo está conformando nuevas infraclases que plantean retos políticos y sociales" (Raya Diez, 2002). Es en este sentido que los programas estatales al estilo *One Laptop per Child* se hacen eco de un requerimiento sistémico y ponen sus recursos a disposición de reducir la "brecha

digital", reducción que, se prevé, tendrá correlatos sociales en la baja de la deserción escolar, de la desocupación y la generación de una conciencia ciudadana.

La mayoría de los países que firmaron el plan de acción de la *CMSI* encararon, en nombre del desarrollo, programas generalmente tendientes a algún tipo de "inclusión digital". La propuesta comercial del docente investigador del Massachusetts Institute of Technology (MIT), Nicholas Negroponte, *One Laptop Per Child* (OLPC), que consta en dotar de computadoras portátiles a niños y jóvenes en edad escolar, principalmente de los países "subdesarrollados", no tardó en ser una opción asumida por diversos gobiernos de África, Asia meridional y de Sudamérica. De hecho, según datos de la propia iniciativa, en el mundo entero son 2 millones 400 mil los niños y maestros que tienen las computadoras. Las XO o "las computadoras de cien dólares", como se las conoció (aunque al poco tiempo hayan aumentado de precio), son una postal naturalizada en diversos países. Los casos más representativos en Latinoamérica son los de Perú, Uruguay con el *Plan Ceibal*. Como apuestas son dantescas: Perú y Uruguay optaron por comprar las computadoras del MIT. Novecientas mil en el caso de Perú, mientras que Uruguay con 510 mil unidades de la XO cubrió las escuelas públicas de todo el país en el nivel primario. Estos casos, con 1.400.000 computadoras, representan el 58,5% de la totalidad del proyecto. Es decir, Sudamérica se posiciona como un destino sustentable para las ideas comerciales del MIT[6]. Este dato refuerza la idea de nuevo desarrollismo.

	PAÍS	Cantidad de computadoras recibidas de OLPC
1	Afganistán	5.000
2	**Argentina**	**60.000**
3	Australia	4.400
4	**Brasil**	**2.600**
5	Camboya	1.000
6	Camerún	100
7	**Colombia**	**22.300**
8	China	1.000

[6] Estas cifras se obtienen sin contar las computadoras destinadas a Argentina (60 mil), Brasil (2.600), Paraguay (4 mil) y Colombia (22.300), muchas de ellas entregadas a modo de prueba piloto. Fuente: http://one.laptop.org/map (Consultado el 15 de abril de 2012).

9	Estados Federados de Micronesia	800
10	Estados Unidos	95.100
11	Etiopía	6.000
12	Filipinas	750
13	Gaza - Palestina	6.000
14	Ghana	1.000
15	Guatemala	3.000
16	Haití	15.000
17	India	1.000
18	Irak	9.150
19	Irán	343
20	Islas Salomón	300
21	Italia	600
22	Kenia	500
23	Líbano	450
24	Malasia	100
25	Mali	300
26	México	53.700
27	Mongolia	14.500
28	Mozambique	200
29	Nepal	6.000
30	Nicaragua	5.000
31	Nigeria	6.100
32	Pakistán	500
33	Papua y Nueva Guinea	2.350
34	**Paraguay**	**4.000**
35	**Perú**	**900.000**
36	Ruanda	110.000
37	Sri Lanka	1.350
38	Sudáfrica	500
39	Tailandia	500
40	Uganda	300
41	**Uruguay**	**510.000**
42	West Bank - Palestina	4.000
	TOTAL	1.855.793

Cuadro 1. Elaboración propia con datos tomados de la página web del proyecto *OLPC*: http://one.laptop.org/

Por su parte, el caso de Argentina, con *Conectar-Igualdad*, es de diferentes características y no pertenece a *OLPC* a pesar de haber recibido de este proyecto 60 mil computadoras a modo de donación. Luego del programa "Un alumno, una computadora", que priorizó las escuelas secundarias técnicas y rurales, se ocupó del resto de las escuelas secundarias con una inversión en tres millones y medio de netbooks de ensamble nacional, entre 2010 y 2013.

El proyecto de *OLPC* es solamente un ejemplo sistémico que ilustra el interés para que los jóvenes se acerquen a las tecnologías. A este proyecto educativo hay que sumarle que los jóvenes usan teléfonos móviles, computadoras y videojuegos tanto en el ámbito doméstico como en el público, cuando muchos de ellos concurren masivamente a los ciberlocales.

En este escenario donde la Sociedad de la Información plantea el desafío de la digitalización en beneficio de la mayoría, se inscribe el interés de nuestra investigación de hacer un salto a las premisas globalizantes y poner el foco en los usos, como universo problemático de agenciamiento de los sujetos. Los usos, las apropiaciones y las prácticas con las tecnologías en un mundo donde se plantean modos hegemónicos de uso son un terreno propicio para los Estudios Culturales, y para la Comunicación en particular, donde ver las posibilidades de agencia, creatividad, construcción de identidad y de resistencias de los sujetos comunicacionales; en este caso, de los jóvenes.

En este estadio social proliferaron las nuevas tecnologías de la comunicación como conductoras de lenguaje y creadoras de prácticas sociales. La denominada "alfabetización digital" resulta, entonces, esencial en esta sociedad. No solamente para poder acceder a la información, cada vez más abundante, sino también para poder transformar todo ese acervo de datos en conocimiento.

La información no solamente genera lazos globalizadores a escala local o mundial sino que se convierte en creadora de valor y allí estriba su mayor propiedad para el mercado global. Las tecnologías de la comunicación son aquí esenciales para convertirse en senderos de mensajes y de datos. Las prácticas generadas alrededor de estas transformaciones tecnológicas implican de modo sobre-determinante a la educación y al trabajo. De este modo, los estudiantes están cada vez más interpelados por las tecnologías que, además de entretenerlos, buscan formarlos como recursos humanos

calificados para el mercado laboral. La inclusión social entonces también pasa por la "alfabetización" de lenguajes: lectoescritural, sonoro o radial y audiovisual y multimedial.

Las "brechas" digitales se extienden a brechas sociales al erigirse la digitalización como un modo de socialización, información, comunicación y entretenimiento usual, sin distinción de edades. Sin embargo, el sector social más vulnerable es el que se encuentra en situación de pobreza. Es por ello que en el escenario actual argentino se impulsan varias iniciativas estatales tendientes a la reducción de brechas digitales y a la democratización del acceso a la comunicación. Cabe preguntarse de qué modo se llevan adelante estos proyectos, a qué actores político-sociales tienen como destinatarios-beneficiarios; cuáles organismos intervienen, qué alcances tienen y cuáles son los impactos que pretenden generar.

En este sentido, a continuación se describirán, a través de discursos y documentación oficial, la intervención argentina en la *Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información*, el *Plan Agenda Digital Argentina (PADA)* y los proyectos de impulso de la televisión digital terrestre por parte del Estado Nacional mediante la creación del *Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre (SATVD-T)* y de la apropiación de herramientas digitales en jóvenes en edad escolar mediante los programas *MI PC*, *Un alumno, una computadora*, y *Conectar-Igualdad.*

1.3 CUMBRE MUNDIAL SOBRE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

La denominada *Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI)* tuvo lugar en dos encuentros, Ginebra en 2003 y Túnez en 2005. Allí, los gobiernos unieron sus fuerzas hacia vislumbrar estrategias comunes para enfrentar el desafío de construir la Sociedad de la Información, incluir a todos los habitantes a ella y al mayor aprovechamiento de sus promesas.

Como principio fundamental se estableció garantizar que las oportunidades que ofrecen las TICs redunden en beneficio de todos. En este sentido, los representantes de las naciones estuvieron de acuerdo en que, para responder a los desafíos, los puntos centrales de un plan estratégico conjunto hacia una Sociedad de la Información integral deben incluir 1) La función de los gobiernos y de todas las partes interesadas en la promoción de las TICs para el desarrollo, 2) Infraestructura de la información y las

comunicaciones: fundamento básico de una Sociedad de la Información integradora, 3) Acceso a la información y al conocimiento, 4) Creación de capacidad, 5) Fomento de la confianza y seguridad en la utilización de las TICs, 6) Entorno propicio, 7) Aplicaciones de las TICs: beneficios en todos los aspectos de la vida, 8) Diversidad e identidad culturales, diversidad lingüística y contenido local, 9) Medios de comunicación, 10) Dimensiones éticas de la Sociedad de la Información y 11) Cooperación internacional y regional (Unión Internacional de Telecomunicaciones, 2005: 14-22).

Argentina fue representada en la *CMSI* por el Ministro de Educación de la Nación, Lic. Daniel Filmus, en 2003, quien expresó en su discurso:

> quiero enfatizar que el Gobierno Argentino asigna un papel prioritario a la democratización y desarrollo de los sistemas educativo, científico y tecnológico como base de la sociedad de la información. Estos sistemas constituyen un componente central de la estrategia nacional para superar la pobreza y sentar las bases de un proceso de desarrollo sostenido y sustentable, cuyos beneficios se distribuyan equitativamente. Sólo el acceso a un sistema educativo de alta calidad permitirá que el conjunto de la población, sin exclusiones, participe plenamente de la sociedad de la información[7].

Dos datos son esenciales en los discursos de los representantes argentinos en las dos ediciones de la *CMSI*. El primero es el pedido hacia los organismos internacionales de la condonación de la deuda externa argentina a cambio del uso de los fondos en educación.

> Sin lugar a dudas uno de los principales límites a la expansión de la inversión en el equipamiento y capacitación en las TICs es la pesada carga que significa nuestra deuda externa. Es por ello que la Argentina viene proponiendo en distintos foros regionales e internacionales, conjuntamente con otros países latinoamericanos, la discusión de estrategias e instrumentos de conversión de deuda externa por inversión en educación, ciencia y tecnología con el doble objetivo, por una parte, de reducir y aliviar el nivel de endeudamiento de nuestro país; y, por otra, de aumentar la inversión genuina en sectores críticos para el desarrollo. Creemos que un aporte concreto de los países desarrollados a la disminución de la brecha digital debiera ser favorecer mecanismos de canje de parte de los servicios de esta deuda por inversiones en democratización de acceso a las TICs a través del sistema educativo[8].

[7] Discurso del Ministro de Educación de la República Argentina, Lic. Daniel Filmus, en la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información, Ginebra, 2003.

[8] Ibídem.

Una importante propuesta que fue reiterada por el ingeniero Tulio Del Bono, Secretario de Ciencia y Tecnología, en la Segunda Fase de la *CMSI*, en 2005: "Es necesario crear Fondos Solidarios a nivel mundial. A tal fin, reiteramos nuestra propuesta de implementar un mecanismo de canje de deuda externa por inversiones en educación"[9].

En segundo lugar, cabe señalar la perspectiva de la política económica distributiva argentina que preveía en 2005 la suba del Producto Interno Bruto (PIB) destinado a educación, ciencia y tecnología al seis por ciento en 2010[10]. Perspectiva que podemos ver confirmada desde la actualidad. Sostuvo Del Bono: "Al inicio de nuestra gestión de Gobierno, el financiamiento educativo era el más bajo de toda la historia argentina (3,6%). Hoy es mayor al 4% y la Ley de financiamiento educativo que prevé llevarlo al 6% en 2010 nos colocará por encima del promedio europeo de 5,1%".

Por otra parte, el Secretario de Ciencia y Tecnología describió medidas que el Estado argentino implementó como pasos hacia la sociedad de la información: La *Campaña Nacional de Alfabetización Digital* impulsada por el *Ministerio de Educación de la Nación*, que se acompañó con la instalación masiva de computadoras en las escuelas junto con la conectividad correspondiente; haber aceptado la invitación a formar parte de los países iniciadores del programa OLPC[11], la creación en 2004 de "un grupo de trabajo interministerial, con el propósito de fomentar la elaboración de una estrategia nacional; con la participación y el protagonismo de todos los actores necesarios"; el desarrollo del sistema nacional de ciencia y tecnología en todo lo relacionado a las TICs; la creación del *Foro de Competitividad de Software y Servicios Informáticos* del cual se desprenden programas que impulsan la producción nacional, y la sanción de una *Ley Nacional de Promoción de la Industria del Software*, que otorga ventajas impositivas y financieras a las empresas del sector.

Las líneas de acción, delimitadas en la *CMSI*, obedecerían luego a la capacidad de cada gobierno y de cada país en llevarlas adelante. Asimismo tendrían relación con las necesidades digitales, cuando ya estuvieran satisfechas las principales necesidades

[9] Discurso del Ingeniero Tulio Del Bono, Secretario de Ciencia y Tecnología de la República Argentina, Segunda fase de la *CMSI*, Túnez, 2006.

[10] Ibídem.

[11] Finalmente, como veremos más adelante, el Estado Argentino si bien no implementa el programa *One Laptop Per Child (OLPC)*, recibe a modo de prueba 60 mil laptops, y luego propone programas similares.

analógicas de los pueblos destinatarios de los beneficios. En Argentina hubo que esperar unos años para que un Plan Nacional promoviera los pasos argentinos hacia la Sociedad de la Información. Esto sucedió en 2009 y se le dio el nombre de *Plan Agenda Digital Argentina*.

1.4 PLAN AGENDA DIGITAL ARGENTINA

Las propuestas argentinas en pos de la Sociedad de la Información se nuclean en un plan de acción específico. El *Plan Agenda Digital Argentina (PADA)* fue publicado en el Boletín Oficial el 18 de mayo de 2009. En el documento se expresa que

> La Agenda Digital puede ser definida como camino, o plan nacional para la inclusión y apropiación por parte del gobierno, las instituciones y las personas de los beneficios de la Sociedad del Conocimiento, mediante el uso intensivo y estratégico de las TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación).
> Es una ruta, no un puerto. Es un proceso, una construcción colaborativa, abierta y permanente. Para recorrer este camino, es necesario primero visualizarlo y planearlo, para luego marcarlo y construirlo, haciéndolo transitable para todas las personas[12].

La *Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información* sostuvo que la participación efectiva de los gobiernos y de todas las partes interesadas es indispensable para el desarrollo de la Sociedad de la Información, que requiere la cooperación y asociación entre todos ellos. Y propone como primer punto que "Se debe alentar a la formulación, antes de 2005, de ciberestrategias nacionales, que incluyan la creación de las capacidades humanas necesarias, teniendo en cuenta las circunstancias peculiares de cada país"[13].

El *PADA* tiene en cuenta, desde su argumentación, que el país vivió una crisis económica, social y cultural que desencadenó en los sucesos de diciembre de 2001 y que por ello no hubo oportunidades concretas de implementar políticas públicas para ingresar firmemente a la Sociedad de la Información. De ello que el *PADA* se proponga también como una política de la diferencia: "procurando aunar criterios para la realización de las distintas acciones, cuidando que las mismas favorezcan la integración

[12] Boletín Oficial de la República Argentina, 18 de mayo de 2009.

[13] Líneas de acción, *Cumbre Nacional sobre la Sociedad de la Información*, Ginebra, 2003.

de todas las personas, las empresas y comunidades menos favorecidas, contribuyendo con la producción y desarrollo nacional a la inserción en el mercado global".

El investigador mexicano Adolfo Rodríguez Gallardo sostiene que

> El problema de la brecha no es solamente el fenómeno de acceso a la red y a la información, es un reto para los funcionarios encargados de establecer e impulsar políticas que tiendan a disminuir la iniquidad e injusticia social. Por ejemplo, es necesario que nos preguntemos: ¿Qué deben hacer los gobiernos para lograr la equidad y justicia social? ¿Qué pueden hacer los gobiernos para asegurar que las nuevas tecnologías no marginarán a parte de la población? ¿Cómo posibilitar que las oportunidades que ofrece la tecnología de la información puedan ser disfrutadas por la mayoría de la sociedad? (Rodríguez Gallardo, 2006: 9).

Se postula como un deber estatal procurar el acceso a la Sociedad de la Información para todo el pueblo, dado que, en la delimitación sistémica capitalista de la globalización, este estadio histórico es obligatorio. Los gobiernos deben incluir al pueblo a esta perspectiva digital, teniendo en cuenta que en diversos casos y en numerosos sectores de la población, las perspectivas analógicas propias de las sociedades modernas, las cuales se caracterizan por la presencia de un conjunto de infraestructuras como la red vial, el sistema de agua corriente, el sistema de telecomunicaciones, el sistema de distribución eléctrica, y otros intangibles, tales como el marco legal, aun son una deuda.

El objetivo general del *PADA* es:

> Contribuir a una mayor y mejor participación de la República Argentina en la Sociedad de la Información y del Conocimiento, instalando al país como referente en América Latina y el Caribe, aumentando el acceso, uso y apropiación de las TIC como factor de desarrollo social, y favoreciendo la producción local de bienes y servicios de las TIC, a través del fortalecimiento institucional y la implementación de una serie de iniciativas de carácter estratégico, que permitan el desarrollo de dicha estrategia.

Mientras que plantea su estrategia en los siguientes puntos:

- Fomentar el uso de las TIC en el sector público, el privado, en el ámbito académico y en la sociedad civil.

- Propiciar la constitución de alianzas público-privadas en las diferentes áreas de acción.
- Incorporar y aprovechar las iniciativas ya desarrolladas e implementadas tanto por los organismos de gobierno como por parte de empresas, asociaciones, instituciones científico-académicas y la sociedad civil.
- Impulsar la investigación, desarrollo e innovación en materia de las TIC.
- Propiciar la constitución de alianzas entre el sector privado y el sector académico.
- Procurar el acceso universal con la finalidad de generar igualdad de oportunidades.
- Actualizar el marco normativo con relación al uso de las TIC.

Entre sus áreas de acción plantea: Infraestructura y Conectividad, Contenidos y Aplicaciones, Capital Humano, Financiamiento y sostenibilidad, Marco legal requerido para impulsar, promover y regular el desarrollo y uso de las TIC.

El año 2009 estuvo caracterizado por el alto dinamismo en materia de políticas de comunicación que, a diferencia de períodos y gobiernos anteriores, se desarrollaron en un ámbito de tensión permanente entre el gobierno y los principales grupos mediáticos.

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522 fue sancionada el 10 de octubre de 2009. La norma reemplaza a la Ley de Radiodifusión 22.285 de 1980, dictada durante la última dictadura militar cuyos rasgos distintivos fueron: el centralismo, el autoritarismo y su carácter discriminatorio al no permitir que sectores sin fines de lucro accedieran a las licencias.. Este dato tiene una doble implicancia, primero que se trataba de una ley que no era democrática, por otra parte esta ley estaba obsoleta dados los cambios en el terreno tecnológico y de la comunicación experimentados en los últimos veinticinco años. En veintiséis años exactos desde la vuelta de la democracia hubo modificaciones y emparches a la ley, incluso intentos desafortunados para proponer una nueva ley, pero no llegaba a buen destino. Tiempo antes a 2009 la posibilidad de la creación de una nueva ley llevo a que diversos actores sociales emprendieran el debate sobre las implicancias y los contenidos de una nueva Ley. Es así como mediante foros y jornadas a lo largo y ancho del país se debatió la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. De una indudable raigambre democrática, la

ley fue y es resistida por los sectores hegemónicos de los medios de comunicación. La ley promueve entre sus valores la democratización de la comunicación proponiendo una desconcentración de los medios audiovisuales propiciando la entrada como emisores de diversas organizaciones de la sociedad civil, además de la existencia de medios privados y estatales.

La Ley es el hito comunicacional argentino de principios de siglo XXI. La sanción fue por amplia mayoría en las dos cámaras legislativas con apoyo tanto del partido oficialista como de los opositores. Sin embargo, los intereses de los medios concentrados, mediante medidas judiciales, detuvieron un largo tiempo la ejecución de algunos artículos de la ley, como el de la desmonopolización[14]. La ley estipula que cada licenciatario puede contar con 24 licencias de radio y televisión, por lo cual quienes poseían más que ese número (en el caso del Grupo Clarín lo multiplica por diez) manifiestan su descontento tanto de manera directa como indirecta, empleando sus medios para difundir falacias alrededor de la ley.

La Ley genera un nuevo mapa comunicacional en Argentina, donde la amplitud de voces que pueden acceder a la comunicación masiva es su principal bandera. De una norma denominada Ley de Radiodifusión a otra titulada Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, se ponen en evidencia términos y modos de comprender la comunicación. Primeramente el hecho de considerarla un servicio, comprendiendo a la comunicación como un proceso de sentido completo donde la bidireccionalidad y construcción conjunta de sentidos es su principal definición.

La LSCA establece nuevas reglas de juego para un mercado que actualmente se encuentra híperconcentrado. Becerra, Mastrini y Marino (2009) señalan algunos de los aspectos sobresalientes de la ley al mencionar: a) la reserva del 33% del espectro para el sector privado no comercial; b) la promoción del federalismo, el aliento a la diversidad de voces, al establecer límites a la concentración y al dominio del mercado; d) favorecer la descentralización de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) al escindir la relación existente entre el Poder Ejecutivo y los organismo de control; e) la creación de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado (RTA) para la administración de los medios de gestión estatal, cuyo directorio esta compuesto por

[14] Para julio de 2014, luego de vaivenes legales que incluyeron recursos de amparo y apelaciones a diferenctes instancias judiciales, el Grupo Clarín debió acatar la Ley y presentar un plan de adecuación.

diferentes actores de la vida política, de la sociedad civil y de la comunidad académica de los gobiernos de turno.

Además, la ley fija cuotas de pantalla para la producción de contenidos nacionales, garantiza el acceso universal a todos aquellos contenidos y programación considerada de interés relevante y estipula cuotas de pantalla destinadas a la promoción del cine nacional.

En relación a los servicios digitales, en la LSCA se expresa que durante la transición desde lo analógico a lo digital, los titulares de las licencias para servicios abiertos analógicos, conservaran los derechos y obligaciones obtenidas hasta tanto se produzca el apagón analógico. Cabe destacar que actualmente (abril de 2010) la LSCA se encuentra suspendida por un fallo en segunda instancia de la Cámara Federal de la Provincia de Mendoza, que ratificó la medida cautelar adoptada por la jueza Olga Pura de Arrabal, de suspender la norma al interpretar que el Congreso incurrió en irregularidades reglamentarias, al momento de su sanción. En este sentido, es preciso aclarar que la nueva ley propulsada durante el mandato de Cristina Fernández de Kirchner no surgió únicamente de la iniciativa del gobierno sino que retomó las demandas impulsadas por distintas organizaciones sociales, entre una de las más destacadas se encuentra la Coalición por una Radiodifusión Democrática, de hecho la LSCA incluyó varios de los ejes elaborados por este grupo en el documento denominado *21 Puntos Básicos por el Derecho a la Comunicación*.

En resumen, la elección de la norma de Televisión Digital Terrestre en Argentina se insertó en este marco en el cual quedaron develados los intereses económicos de las corporaciones mediáticas, más allá de sus predicas acerca de la libertad de expresión, el periodismo independiente y el compromiso con el público. Esto se evidenció en la esfera pública, manifestándose el doble rol: simbólico y económico de estas empresas culturales.

El 14 de septiembre de 2009 se publicaron en el Boletín Oficial los *Lineamientos Fundacionales de la Creación del Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre (Norma ISDB-T)*, promocionado por el *Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios.* Para entender qué tipo de implicancias tiene la Televisión Digital Terrestre es propicio ahondar en su especificidad.

Actualmente en Argentina hay aproximadamente 10 millones de hogares y cerca de 12 millones de televisores. El 48% de esos hogares no paga para recibir señales de TV, sino que las recibe a través de antenas domiciliarias, de manera libre y gratuita. El resto de las viviendas cuenta con algún servicio de televisión de pago, en este sentido es preciso destacar que Argentina es en términos relativos, uno de los países con mayor penetración de televisión de cable en la región. La *Televisión Digital Terrestre (TDT)*, en este sentido, propone democratizar las comunicaciones, garantizar niveles de acceso y participación, reducir la brecha digital, promover el desarrollo tecnológico nacional y establecer alianzas regionales, de allí que es preciso señalar que varios países del Cono Sur han optado por la Norma ISDB-T, entre ellos, Argentina, Brasil, Chile, Ecuador, Perú y Venezuela.

En este sentido, el Gobierno Nacional autorizó en julio de 2009, mediante el decreto 943/09**,** a instalar, hacer funcionar y operar un sistema de Televisión Satelital a nivel nacional con un paquete de señales educativas, culturales e informativas con el objeto de permitir el acceso a este servicio a las personas y regiones menos desarrolladas del país. Fuenzalida (2006) explica que si el Estado garantiza la conexión de modo gratuito o de muy bajo costo a un paquete básico de ocho a diez canales sobre todo en las zonas geográficas no cubiertas por los operadores comerciales, implicaría una nueva forma de TV pública. La generación de estas señales digitales por parte del Gobierno Nacional, de no ser cooptadas por las necesidades gubernamentales de turno implicaría considerar las necesidades de los ciudadanos, teniendo en cuenta sus edades y gustos diferenciales atendiendo a los ejes que estuvieron en la génesis de las televisoras públicas.

El *Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre (SATVD-T)* previó implementarse, en una primera etapa, en el área metropolitana de Buenos Aires. Mientras que contempló una expansión paulatina de la transmisión digital para las ciudades más grandes del país, continuando progresivamente con la cobertura en el resto de la Argentina. La *TDT* planteó, primeramente, gratuidad y una mayor cobertura territorial que la televisión analógica. Con ambas variables lo que se propuso es una puerta de entrada a la comunicación social que cohesionará a sectores antes relegados a la posibilidad del acceso televisivo. Además, el Poder Ejecutivo Nacional acciona hacia que todos los habitantes tengan su propio conversor en función a sus recursos, “contemplando el derecho a la información y respetando el valor fundamental de la

equidad y de la justicia social"[15]. Los conversores, llamados *Set Top Box (STB)*, son distribuidos a los sectores más desfavorecidos económicamente: beneficiarios de planes sociales como la Asignación Universal por Hijo (AUH), jubilados y pensionados, Instituciones Educativas, y demás organismos.

El *SATVD-T* planeó trabajar fundamentalmente sobre seis ejes[16]:

• *Transmisión de la señal digital a todo el territorio nacional.* Para ello se planteó instalar 47 plantas de transmisión de Televisión Digital que potencialmente alcanzarían al 75% de la población a finales de 2010.

• *Recepción de la señal.* Ante la situación de hogares que, por su ubicación geográfica, presentan dificultades para acceder a las señales terrestres, el Gobierno Nacional garantiza la recepción gratuita de la misma transmisión digital a través del Sistema de Televisión Satelital Nacional.

• *Mayor oferta de contenidos.* Ante la posibilidad de multiplicar por cinco la cantidad de señales de aire, se promueve la mayor producción de contenidos.

• *Generación de empleo e impulso de la producción nacional.* La Televisión Digital implica la creación trabajo en un doble sentido, por un lado es preciso la renovación de todo el parque de televisores y/o la adquisición del aparato conversor de señal. Además de la mano de obra que se necesita para montar la infraestructura precisa para garantiza la recepción de la señal digital. Por otra parte, se traduce en la producción de nuevos contenidos no sólo para la televisión sino para los dispositivos móviles y para las ventajas que supone la generación de información adicional a lo contenidos producidos, en resumen se trata de incrementar el empleo para técnicos, guionistas, periodistas y artistas.

• *Desarrollo científico y tecnológico.* Para la implementación y el mantenimiento del *hardware* y el *software* que implican la digitalización.

• *Promoción y difusión.* De los alcances y las posibilidades de la Televisión Digital.

[15] Boletín Oficial de la República Argentina, 14 de septiembre de 2010.

[16] Los mencionados ejes se trabajarán en el Foro Consultivo al cual se invitará a los sectores privados a trabajar conjuntamente con el sector público para el desarrollo equilibrado e integral del Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre.

1.5 LOS PASOS ARGENTINOS EN LA EDUCACIÓN

Sostuvo Daniel Filmus que:

> Para la mayor parte de nuestros niños y jóvenes la escuela es la única posibilidad de acceder a las TICs. Si no logramos que ellos puedan apropiarse de estas tecnologías en el sistema educativo, quedarán marginados de su utilización a perpetuidad. Ello nos obliga, a pesar de la crisis socioeconómica por la que atravesamos, a invertir cada vez más en la provisión de equipamientos, en la conectividad y la infraestructura. Pero también nos exige colocar más esfuerzos en la formación y el desarrollo de las nuevas competencias y capacidades cognitivas que nuestros docentes y alumnos necesitan para asegurar un uso inteligente y pleno de estas tecnologías[17].

La reducción de la brecha digital es una meta que los Estados toman como imperativo de inclusión social y, por consiguiente, sistémica. La educación formal o la asistencia social en cuanto a *hardware* son medidas comúnmente implementadas en estos tipos de programas integradores. Dice Martín-Barbero (2002) que "la escuela ha dejado de ser el único lugar de legitimación del saber, pues hay una multiplicidad de saberes que circulan por otros canales y no le piden permiso a la escuela para expandirse socialmente. Esta diversificación y difusión del saber, por fuera de la escuela, es uno de los retos más fuertes que el mundo de la comunicación le plantea al sistema educativo". De allí que las tecnologías de la comunicación, que ganaron terreno en los terrenos de la socialización y del ocio juvenil, se propongan como modo seductor de acercar a los jóvenes al aprendizaje y a formarse como ciudadanos y como recursos humanos.

En Argentina se implementan diversos proyectos que proponen integrar a los sectores sociales desfavorecidos y a jóvenes en edad escolar con las tecnologías de la comunicación para brindarles, en primera instancia, no solamente un acercamiento a *hardware* y *software* sino a la apropiación de las herramientas como recursos de información, comunicación y conocimiento provechoso. Sostiene Martín-Barbero (2002) que "lo que nuestras sociedades están reclamando al sistema educativo es que sea capaz de formar ciudadanos y que lo haga con visión de futuro, esto es para los mapas profesionales y laborales que se avecinan. Lo que implica abrir la escuela a la multiplicidad de escrituras, de lenguajes y saberes en los que se producen las

[17] Discurso del Ministro de Educación de la República Argentina, Lic. Daniel Filmus, en la *Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información*, Ginebra 2003.

decisiones". Esto parecío ser lo pretendido con los proyectos *MI PC (Mi Primera Computadora), Un alumno, una computadora* y *Conectar Igualdad.*

***MI PC* (Mi primera computadora)**

El programa *MI PC (Mi Primera Computadora)* depende del *Ministerio de Industria y Turismo de la Nación.* El objetivo estratégico de la iniciativa es "reducir la brecha digital existente en nuestro país, entendida como la inequitativa distribución de oportunidades y capacidades en torno al acceso a nuevas Tecnologías de la información y comunicación (TICs)"[18].

El programa dispone de dos líneas complementarias de acción: En una primera propone adquirir equipamiento tecnológico a particulares, mediante el financiamiento por parte del Banco Nación. De este modo se estimula la producción, el consumo y la apropiación de tecnología informática. Por otro lado, y sobre la base de una porción de los fondos obtenidos por las ventas de dichos equipos, de donaciones realizadas por Empresas e Instituciones participantes y los aportes económicos del Estado Nacional a través del Ministerio de Industria y Turismo, genera e implementa una política destinada a la creación de *Centros de Enseñanza y Acceso Informático (CEAs)* públicos y gratuitos o con tarifa social, propuestos y gestionados por Organizaciones Sociales, en su mayoría relacionadas a proyectos de economía social y cooperativa. En el país se encuentran implantados 141 *CEAs* y hasta el 31 de diciembre de 2010, cuando culmina el programa, se prevé la continuación en la implementación de *CEAs*.

Los lineamientos principales del programa son:

- Las Organizaciones Sociales presentan los Proyectos de Instalación de *CEAs*.
- Luego del proceso de preselección y selección de proyectos el programa entrega equipos y un subsidio para el equipamiento de los *CEAs*.
- Empresas de conectividad donan un año de conexión a internet (excepto cuando no exista disponibilidad geográfica o técnica) a los *CEAs*.
- Empresas de software donan los programas operativos y educativos que se instalan en las máquinas que van a los *CEAs*.

[18] Página Web del Programa *MI PC* http://www.presidencia.gob.ar/sitios-de-gobierno/planes-de-gobierno/25185-programa-mipc (Consultado el 3 de julio de 2014).

- Las ONG gestionan el *CEA* con seguimiento y acompañamiento mínimo de un año por parte del Programa.

Los *CEAs* son centros de formación y de uso de tecnologías. Los Organismos Sociales que albergan los *CEAs* son de diferente naturaleza: organizaciones de pueblos originarios, sociedades de fomento, cooperativas de trabajo, asociaciones civiles, fundaciones, sindicatos, bibliotecas populares, escuelas populares, clubes sociales y deportivos, entre otras organizaciones. Es por ello que se hace hincapié en la apropiación de las tecnologías, dado que no son los mismos requerimientos que vienen a satisfacer las tecnologías ante las diferentes realidades de los organismos.

Un alumno, una computadora

Por Resolución del *Consejo Federal de Educación* (CFE) se crea en 2009 el *Programa Nacional "Una Computadora para cada Alumno"*. La propuesta se enmarca "en las políticas, los lineamientos y los criterios que orientan los procesos de fortalecimiento institucional y mejora de la calidad de la educación técnico profesional, asumidos en los ámbitos nacional, federal y jurisdiccional a partir del año 2003 y expresados en la Ley N° 26.058"[19]. Entre los propósitos del proyecto se encuentran:

- Incorporar una nueva tecnología informática que potencie a las tecnologías de la comunicación, como medio de enseñanza y de aprendizaje, como herramienta de trabajo y como objeto de estudio, en el ámbito de la Educación Técnico Profesional.
- Apoyar el desarrollo de las capacidades profesionales vinculadas al uso y manejo de la información y la comunicación, que les permita a los estudiantes manifestarse competentes en los procesos tecnológicos propios de las distintas especialidades de la ETP.
- Brindar a los futuros egresados de la ETP la posibilidad de acceder a una herramienta informática fundamental para su trayectoria formativa profesionalizante, en el marco de una política de equidad social.
- Facilitar, sobre la base de la formación adquirida, condiciones que favorezcan la aproximación al mundo real del trabajo, el desempeño futuro en su vida profesional, su empleabilidad y la prosecución de estudios superiores.

[19] Resolución del Consejo Federal de Educación Nº 82/09 Anexo I.

Al poner de manifiesto que se realiza el programa para un mejor desempeño futuro de la vida profesional y la empleabilidad, se supone que las TICs configuran recursos humanos más aptos para el momento histórico actual. Por ello, esta primera etapa de tecnologización de la educación se propone a instituciones de formación técnica, ya que se ve pertinente la inclusión de tecnología en estas currículas.

Los alcances del programa están divididos en tres áreas: Instituciones, Docentes y Estudiantes. Se previó dotar de equipamiento tecnológico[20] a 1.156 escuelas secundarias técnicas, incorporadas al Registro Federal de Instituciones de ETP y que disponen de, al menos, un plan de mejora aprobado en el período comprendido entre 2006 y segundo trimestre-2009; en cuanto a los Docentes, son 25.680 los beneficiados del segundo ciclo (3er, 4to, 5to y 6to año) de la educación técnica de nivel secundario[21]; y por su parte, son 231.164 estudiantes de los últimos tres ó cuatro años de la educación técnica de nivel secundario[22].

El *Programa* previó otorgar una computadora por alumno para uso individual en forma exclusiva dentro de la Institución y durante el ciclo lectivo[23]. Respecto de los docentes, se entrega una computadora por cada nueve alumnos que integran la sección o división, con un mínimo de tres computadoras por sección o división para el uso en forma compartida entre los docentes. Las computadoras portátiles a ser utilizadas por los docentes contarán con un programa que les permiten tanto el seguimiento de las tareas de los estudiantes como la realización de tareas grupales.

Conectar Igualdad

Como correlato de *Un alumno, una computadora* surge con marcadas variantes el programa *Conectar Igualdad*, para cubrir el resto de las escuelas del país. El programa

[20] El *Ministerio de Educación de la Nación* compró los dispositivos portátiles tras un proceso de licitación pública internacional en el que resultó ganadora la empresa Telefónica Móviles Argentina S. A.

[21] Docentes que se desempeñan en los espacios curriculares correspondientes a los campos formativos definidos en los términos de las Res. CFE N° 261/06 y N° 47/08.

[22] Según lo establecido en la Res. CFE N° 47/08 para el Segundo Ciclo.

[23] Con el propósito de asegurar las condiciones institucionales necesarias para la recepción y guarda de los equipos y para el buen desarrollo del programa se incorpora una línea de acción específica de *Apoyo al Programa "Una computadora para cada alumno"* que contempla tres componentes: a. materiales e insumos, b. infraestructura y equipamiento; c. servicios técnicos / profesionales. Las computadoras portátiles ingresan al patrimonio de cada institución escolar para ser empleadas con carácter de préstamo por los estudiantes y docentes.

consiste en distribuir computadoras personales a casi tres millones de alumnos y docentes de escuelas secundarias, de educación especial y de institutos de formación docente. Las tecnologías se entregan en comodato para alumnos, alumnas y docentes, y como premio para alumnos y alumnas de escuelas secundarias que se reciban.

El objetivo central del programa es: "En primer lugar, recuperar y valorizar la escuela pública, reducir las brechas digitales y educativas, garantizar la inclusión social y el acceso de todos a los mejores recursos tecnológicos y a la información, impactar en la vida de las familias"[24].

Este objetivo plantea varias problemáticas: supone una desvalorización de la escuela pública que la tecnología es llamada a "recuperar", asentándonos en un determinismo tecnológico de la educación. Por otra parte tematiza la problemática de la brecha digital, que si bien en una definición amplia significa la división entre quienes tienen acceso y quienes no tienen acceso a las tecnologías de la comunicación, también supone varias divisiones de edad, de género y fundamentalmente de conocimiento sobre el uso provechoso de las tecnologías de la comunicación. De allí, que la escuela pública de haga eco de este mandamiento sistémico de "alfabetización digital" de los jóvenes. Asimismo habla de inclusión social, ya que la educación y la posibilidad de configurarse como recursos humanos calificados es una demanda cada vez más competitiva en el mundo laboral donde la preparación en el uso de las tecnologías de la comunicación es un elemento de creación de valor. Y por último, el objetivo habla de impactar en las familias, transfiriendo desde los niños la información, la comunicación y el conocimiento de las tecnologías de la comunicación hacia un aprovechamiento social de sus posibilidades.

A diferencia de *Un alumno, una computadora*, en *Conectar Igualdad*[25] los estudiantes pueden llevarse las computadoras a su domicilio y hacer uso de ellas. El *Programa* promueve un compromiso por parte de diversos actores sociales a la hora de la entrega de los *hardware*. De este modo, las Provincias firman un Convenio de Adhesión al *Programa*, comprometiéndose a facilitar la instalación de servidores y *routers*, suministro de energía, cuidado del equipamiento cedido. Por su parte, la madre, padre o

[24] Página Web del programa *Conectar Igualdad* http://www.conectarigualdad.gob.ar (Consultada el 3 de julio de 2014).

[25] El Programa cuenta con respaldo administrativo y académico de la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI).

tutor de cada joven firma un comodato gratuito de responsabilidad por la computadora que recibe. Asimismo, los estudiantes firman un Compromiso de Honor por el uso y cuidado del equipamiento que reciben, comprometiéndose a darle prioridad al uso educativo.

El *Programa* habla de generar interés en la educación y esto supone que se vislumbra en los estudiantes un desinterés hacia la escuela. Asimismo, reconocer que los jóvenes viven en un mundo de información instantánea y de comunicación y entretenimiento, los ubica como superinformados y alfabetizados con las tecnologías de la comunicación. Esto, infiere una predisposición natural de los jóvenes hacia aprender incluso los contenidos de la educación obligatoria mediante estas vías de información.

	MI PC (Mi Primera Computadora)	**Un alumno, una computadora**	**Conectar-Igualdad**
Tipo de establecimientos beneficiados	Organizaciones Sociales donde se implantan Centros de Enseñanza y Acceso Informático (CEAS)	escuelas secundarias técnicas	escuelas secundarias, de educación especial y de institutos de formación docente.
Cantidad de establecimientos beneficiados	141 CEAs en todo el país.	1.156 escuelas secundarias técnicas, incorporadas al Registro Federal de Instituciones de ETP	Más de 13 mil establecimientos educativos públicos
Cantidad de estudiantes beneficiados	----------	231.164 estudiantes de los últimos tres ó cuatro años de la educación técnica de nivel secundario	3 millones y medio
Cantidad de docentes beneficiados	----------	25.680 del segundo ciclo (3er, 4to, 5to y 6to año) de la educación técnica de nivel secundario	Cerca de 200 mil docentes
Inversión	----------	Se estima una inversión total del programa de $323.000.000.	Una inversión total de 740 millones de dólares
Organismos intervinientes	Ministerio de Industria y Turismo - Subsecretaría de Coordinación	Ministerio de Educación de La Nación - Jurisdicciones Educativas -	Ministerio de Educación de La Nación - ANSES

		INET	
Equipamiento tecnológico	Computadoras de escritorio	250.000 computadoras ultraportátiles - 1.200 servidores escolares - 250.000 pendrives - 20.000 enrutadores inalámbricos - 7.150 muebles de guarda y recarga para los dispositivos portátiles - conexión a Internet para las escuelas.	Netbooks diferenciadas en función de la edad y de las capacidades diferentes de alumnos y alumnas. - Servidores para las escuelas.
Duración del programa	hasta el 31 de diciembre de 2010	Segundo semestre de 2009, Primer semestre de 2010, Segundo semestre de 2010.	----------

Cuadro comparativo de los proyectos del Estado Argentino para la reducción de la "brecha digital". Elaboración propia.

El concepto de "brecha digital" está presente alrededor de los objetivos de los programas de inclusión digital. La aparición de la brecha digital no hace más que maximizar las brechas sociales preexistentes. Sin embargo, el concepto no habla de un solo fenómeno, sino que existen diversas maneras de manifestarse: la que hay entre quienes tienen acceso a las tecnologías y quienes no (brecha económica), entre hombres y mujeres (brecha de género), entre jóvenes y adultos (brecha etaria), entre quienes saben usar las tecnologías y quienes no (brecha cognitiva). Si una persona se encuentra en el extremo desfavorable de la brecha digital económica es porque existen otras brechas sociales en las cuales no está bien posicionado. De este modo, la idea focaliza en que la reducción de la brecha digital económica, a la que apuntan la mayoría de los proyectos, tiene que ver con una justicia social deudora. Es propicio, en este sentido, preguntarse acerca de los alcances de las políticas de inclusión digital que encaminan hacia la Sociedad de la Información. Es claro que disminuir las desventajas en educación y en posibilidades de insertarse en un mercado laboral competitivo, es esencial en el marco del sistema capitalista. Asimismo, debe analizarse si la reducción

de la brecha digital reduce alguna otra brecha precedente y si en esas aun carentes condiciones se está ingresando, de todos modos, a la Sociedad de la Información.

La Televisión Digital masiva es una de las herramientas de democratización de la comunicación que se plantea como política a largo plazo. La conexión hacia otras realidades vía la televisión, su gratuidad, la posibilidad de generar contenidos locales y ser emitidos por múltiples señales, se plantea como un nuevo modo de entender la comunicación social y se prevé que ante una innovación tecnológica, como la digitalización, y a partir de la nueva legislación al respecto, como la *Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA),* haya un acompañamiento jurídico, pero también político y social, que permita en acto la potencialidad de la multiplicación de voces y miradas. De nada sirve un avance tecnológico de estas características si se pone en juego con las lógicas hegemónicas del mercado concentrado. De ello, la Televisión Digital llegará a todo el territorio argentino para satisfacer una necesidad comunicacional. De este modo, no es solamente una implementación técnica de avanzada, una receta de globalización, un eco de modernidad capitalista que los países considerados "subdesarrollados" o "en vías de desarrollo" adoptan, sino que también se procura, mediante políticas acordes a las comunidades donde se fueran a implementar, que sean de provecho en cuanto satisfagan las necesidades de apropiación tecnológica. La comunicación televisiva abierta, muchas veces nula en determinados sectores del territorio, se erige conectando a toda la república, propugnando contenidos regionales y la posibilidad de reflejar la propia realidad por los medios masivos.

En cuanto a los proyectos educativos como el programa *Mi PC (Mi Primera Computadora)* que consta de impulsar la producción y consumo de tecnologías financiadas a bajo costo, y dotar de computadoras a colectivos sociales a lo largo y ancho del país, el programa *Un alumno, una computadora* que provee de computadoras portátiles personales a escuelas técnicas de gestión estatal, y el programa *Conectar-Igualdad,* que provee de computadoras portátiles personales a todos los estudiantes y docentes del resto de las escuelas secundarias, no solamente se está atendiendo la falta de *hardware* y *software,* sino que se les plantea que empleen las tecnologías como les sea más útil, es decir, que se focaliza en la apropiación.

La idea de inclusión sobrevuela en todos los proyectos. Se trata de una inclusión material, ya que mercancías costosas como el *Set Top Box* o las computadoras portátiles, forman parte de estos proyectos, pero también de una inclusión simbólica al terreno de la información, la comunicación y el entretenimiento, ya que se prevé que los sectores sociales más desfavorecidos vean la posibilidad de acceder y participar en la construcción y decodificación de los contenidos. El sujeto político interpelado es un *otro* excluido de la sociedad de la información, y su inclusión a los derechos generados en la posmodernidad implica un acto de política pública capitalizado por lo político. Asimismo, la creación de sujetos políticos crea ciudadanía y mayores demandas de inclusión, devenir que las políticas públicas populistas entienden como un juego necesario de la ontología de lo político.

Por ejemplo, el programa C*onectar Igualdad* se propone como un programa social más que tecnológico, dado que se asienta en el concepto de igualdad. La *igualdad,* en términos de Ernesto Laclau, es un significante vacío ya que dependiendo del momento histórico, social y del sujeto político que lo emplee se carga de un significado diferente, siempre en lucha. En los planes de reducción de brecha digital, la igualdad supone igualar a un "primer mundo", a "países desarrollados", que generan prácticas cotidianas y "alfabetización" constante con las tecnologías de la información y la comunicación. El concepto de Sociedad de la Información supone este estadio a alcanzar. Dice Raya Diez (2002) que

> El concepto de brecha digital nos remite al problema de la desigualdad que en su versión actual se asienta sobre un nuevo factor, pero que en esencia se trata del problema de la exclusión y la desigualdad social. Es por tanto un nuevo capítulo dentro de la historia social que refleja la lucha por la implantación del igualitarismo social, en detrimento de la desigualdad legal, económica y política (Raya Diez, 2002).

La política partidaria, gubernamental, se hace eco de las necesidades del sistema, de la formación de recursos humanos para el mercado, sin descuidar la creación de ciudadanía para lo político. Impulsa mediante programas sociales que el pueblo no pide en las calles con pancartas, como sucedería con mejoras laborales y habitacionales, una inclusión necesaria para el mundo que viene y principalmente de la mano de la

educación. El spot publicitario del programa *Conectar Igualdad* lo resume con estas palabras:

> La educación es la llave maestra que tienen los pueblos para acceder a una vida mejor. Lo hemos sabido desde siempre y por eso estamos produciendo un cambio profundo, un cambio que comenzará a notarse en el presente, pero que tendrá un impacto multiplicador en la Argentina por venir. Le estamos haciendo un doble click al futuro.

2. MARCO TEÓRICO…….……..……...……...
2.1 La disputa por la **hegemonía** en los **usos** y **apropiaciones**…….…….
2.2 La dimensión simbólica de las **Tecnologías de la Comunicación**.....…….….
2.3 Conceptos de **juventud** y de **identidad**……..…….…….
2.4 **Consumos** identitarios: De las **clases sociales** a las **clases comunicacionales**…..…..
2.5 ¿Quién nombra a los **jóvenes tecnológicos**?…….....……..…....……...…..…

2. MARCO TEÓRICO

El marco teórico propone una articulación de palabras clave que guiarán el sendero hacia la comprensión del objeto de investigación construido. Creemos necesario por ello explicitar primeramente la matriz teórica de la cual partimos. En este sentido los Estudios Culturales (EC) serán nuestro esquema de abordaje conceptual.

Dentro de este marco creemos que es imprescindible poner bajo crítica los conceptos y categorías principales con los cuales trabajamos. Este punto es relevante ya que no consideramos ninguna conceptualización como "natural" o dada sino como un término político-académico resultante de tensiones y luchas por su significado. Las palabras clave arman un andamiaje teórico que funciona como prisma y sirve de camino para el estudio de otras investigaciones. Asimismo, forjan su tejido en los Estudios Culturales, y en algunos postulados de la denominada Teoría Crítica (que en sí mismos funcionan como una apuesta académico-política).

La perspectiva de los EC viene a aportar debates sobre la relación entre el poder y la cultura, sobre el lugar de los sujetos, visible en las prácticas culturales. Es además una perspectiva interdisciplinaria, por lo tanto amalgama posiciones que desde un punto de vista positivista están en compartimentos diferentes. La perspectiva se posiciona como una actividad académica que interviene intelectualmente de manera activa en el campo que desea indagar. Donde uno de los medios es "politizar la teoría y teorizar la política" (Grossberg, 2009). En este sentido, el abordaje a la comprensión de los usos de las tecnologías de la comunicación por parte de los jóvenes puede situarse a la luz de prácticas hegemónicas mediadas, por lo tanto, por luchas de poder.

El tema puede indagarse desde la propuesta teórica, política y epistemológica de los Estudios Culturales dado que el abordaje entiende a la Comunicación desde una mirada tanto material como simbólica, comprendiendo que la construcción de sentido configura

identidades individuales y colectivas relacionadas directamente con el contexto sociocultural en el que se desenvuelven los sujetos. En este orden, se sitúa la postura política que atraviesan las condiciones institucionales de producción de esta investigación[26].

Es pertinente, entonces, una revisión conceptual bajo el prisma de los EC. En este marco conceptual se ponen bajo perspectiva crítica las categorías con las que trabajamos: hegemonía, usos y apropiaciones, juventud, identidad, consumo y consumismo, clases sociales y clases comunicacionales y las diversas maneras de mencionar a los jóvenes que interactúan con tecnologías. Asimismo, en el devenir de la investigación se cuestionan las conceptualizaciones de *Sociedad de la Información, TICs, Brecha Digital, Nativos Digitales, Analfabetismo Digital,* todas ellas parte del andamiaje teórico hegemónico en la academia con relación a las investigaciones sobre nuevas tecnologías, optando o postulando en su lugar conceptualizaciones no prescriptivas y que comprenden al sujeto de la comunicación como creador de sus propias prácticas de sentido.

Esta investigación se propone salir de los edificios académicos, de las bibliotecas y adentrarse en la realidad de nuestros informantes ("nativos", los llama la Antropología)[27]. Esto se refiere a que el investigador, de modo manifiesto, conjugue la metodología de investigación con la teoría, pero también lo haga junto a sus presupuestos personales, su sistema de creencias; en definitiva, con su cosmovisión, comprendiendo a los EC "como respuesta a una serie de frustraciones y críticas a las prácticas académicas existentes y como un intento de hacer el trabajo de manera diferente" (Grossberg, 2009).

---

[26] La construcción del objeto de estudio tiene su genealogía en una beca de postgrado del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas (CONICET) -dependiente del Ministerio de Educación de la Nación y con lugar de trabajo en la Universidad Nacional de Quilmes-; asimismo, el programa de doctorado, se inscribe en la Universidad Nacional de La Plata. Además, fue importante para la construcción del objeto de estudio las experiencias previas de trabajo en proyectos de Voluntariado y Extensión Universitaria.

Por lo cual al estar enmarcado en instituciones públicas que avalan la investigación, sumado al compromiso y los intereses personales del investigador, hacen pertinente el punto de vista teórico-metodológico-político de los Estudios Culturales. El lugar de enunciación, por lo tanto, interpela a una teoría-metodología que involucre la posición política –por definición subjetiva- con el trabajo académico.

[27] Las especificaciones metodológicas y técnicas son explicitadas en el capítulo "Asir en la ebullición. Una apuesta metodológica".

Entendemos que al preguntarnos por los procesos de usos y apropiaciones nos ocupamos de manera específica del agenciamiento de los sujetos, de las posibles resistencias y negociaciones de sentido, en nuestro caso alrededor de las tecnologías de la comunicación.

Lawrence Grossberg (2009) describe el proyecto de los Estudios Culturales como "un esfuerzo por producir conocimiento basado en el compromiso por la contextualidad radical y el construccionismo, y una política de asumir las posibilidades de la transformación social". Los EC son una postura que tiene más que ver con la intervención que con la simple descripción, se interesan –sostiene Grossberg- "por las maneras como las prácticas culturales se producen, se insertan y funcionan en la vida cotidiana de los seres humanos y las formaciones sociales, con el fin de reproducir, enfrentar y posiblemente transformar las estructuras de poder existentes".

Esta investigación encuentra, entonces, su pertinencia en el marco de los Estudios Culturales dados sus intereses de investigación. Los usos de las tecnologías de la comunicación implican hegemonía, estilización, agencia y oposición, de allí que la postura teórica de los EC sea propicia ya que, como sostiene Grossberg (2009), "buscan entender no sólo las organizaciones del poder, sino también las posibilidades de supervivencia, lucha, resistencia y cambio".

En el terreno de la cultura existen regularidades, pero más importante aún para advertir desde esta perspectiva son los cambios y mutaciones de las prácticas. En este sentido, los EC, en oposición a un viejo objetivismo dogmático de la ciencia que se asienta en "la entrega al reduccionismo y la simplificación; la demanda de universalismo y el deseo de totalización; la demanda de una objetividad que no sólo aislaba cualquier pasión y compromiso, sino también cuestiones de cultura y cambio" (Grossberg, 2009), se proponen mediante la interdisciplinariedad, comprender desde la particularidad los objetos que construye.

Señala García Canclini (1997) que "en la medida en que el especialista en estudios culturales quiere realizar un trabajo científico consistente, su objetivo final no es representar la voz de los silenciados sino entender y nombrar los lugares donde sus demandas o su vida cotidiana entran en conflicto con los otros". En este sentido, la pregunta por los usos de las tecnologías de la comunicación, constantemente novedosas y configuradoras de nuevas prácticas sociales, es una pregunta por la relación de un

sector específico, etario, social y territorial, con las condiciones cambiantes de representación y comunicación de la realidad que les toca vivir con los otros, ante los otros y en medio de disputas de sentido.

Dice Henry A. Giroux (1994) que entre las características principales que describirían a los Estudios Culturales se encuentra primeramente la *interdisciplinariedad*, ya que "se basan en la creencia de que hemos ingresado en un período donde las distinciones tradicionales que separaban y enmarcaban las disciplinas académicas establecidas no pueden ser tomadas en cuenta para la gran diversidad del fenómeno cultural y social que ha venido a caracterizar un mundo post industrial cada vez más híbrido". En segundo lugar, señala el interés por los medios masivos. Sostiene que los defensores de los EC "han defendido con fuerza el rol de la cultura, incluyendo el poder de los medios masivos de comunicación y su aparato masivo de representaciones y su regulación de sentido, esto es central para entender cómo la dinámica de poder, los privilegios, y el deseo social estructuran la vida diaria de una sociedad". Tercero, "para ampliar los términos y parámetros del aprendizaje, los estudios culturales rechazan la profesionalización de educadores y el alienante y a menudo elitista discurso de profesional y "sano" experto". Cuarto, es el énfasis de los Estudios Culturales en estudiar "la producción, recepción, y uso de textos variados, y cómo son usados para definir relaciones sociales, valores, nociones particulares de comunidad, el futuro, y las diversas definiciones del yo".

En este sentido, podemos inscribir la presente investigación en los EC atendiendo además de a su perspectiva política, como genealogía, al interés teórico-metodológico en los usos y apropiaciones. El interés por los usos abre una pregunta directa por quienes desde las teorías de la comunicación fueron conocidos como "receptores". Preferimos dejar de lado el término "receptor" posicionando el de codificador/decodificador –siguiendo a Hall- que no solamente recibe mensajes o imposiciones de los emisores de los mensajes, sino que también son creadores de mensajes y quienes resignifican mediante sus usos los fines propuestos para las tecnologías.

2.1 LA DISPUTA POR LA HEGEMONÍA EN LOS USOS Y APROPIACIONES

En nuestro caso nos ocupamos de analizar mensajes expresados en los usos de las tecnologías de la comunicación, por lo tanto esta re-significación tiene la forma de *práctica* comunicacional. De allí que los jóvenes entrevistados no son denominados usuarios, por tratarse de una palabra ligada al "operador" de una tecnología y no a un creador de sentidos propios mediante los usos posibles. Cuando hablamos de "usos" hacemos referencia a usos sociales y no técnicos.

Para exponer una genealogía del término *uso* podríamos situar el umbral conceptual en las ideas de Ludwig Wittgenstein y los filósofos del lenguaje ubicados por la historia de la filosofía como mentores del "giro lingüístico".

Las reflexiones de Wittgenstein (1999)[28] se encuentran en torno al lenguaje y plantea de manera central el concepto de uso, ya que considera que el significado de una palabra está dado en el momento en que es utilizada en una ocasión concreta. Sostiene que "el uso nominativo del lenguaje sólo adquiere sentido en el seno de la situación". En este sentido introduce la idea de "juego lingüístico" o "juego de lenguaje" *(Sprachspiel)*, que emplea para advertir la existencia de diferentes escenarios y modos de usar el lenguaje para fines comunicativos efectivos[29]. La confusión filosófica consiste generalmente en extraer una expresión del juego del lenguaje en el que tiene su propio sentido, y extrapolarla a otro ámbito distinto con pretensiones de generalidad o esencialidad. La idea de los juegos de lenguaje y de uso del lenguaje evoca una postura contraria a la generalización, si bien entiende la existencia de reglas públicas del lenguaje las cuales generan, por extensión, prácticas sociales, son objeto de adiestramiento y de transmisión cultural mediadas, por lo tanto "clases homogéneas de uso". De allí, postula la imposibilidad de unas reglas que rijan el lenguaje de modo privado.

Las reglas de uso lingüístico rigen la correcta aplicación de los términos en relación con las situaciones comunicativas concretas, es decir, prestan atención a la contextualidad espacio-temporal de los sujetos comunicantes. Este aspecto del concepto de *uso* nos interesa puntualmente, ya que consideramos el contexto social como constituyente y condición de posibilidad de estos usos. De ello, las reglas pueden admitir diferentes

---

[28] Principalmente los trabajos *Tractatus Logicus-philosophicus* (1921) y las *Investigaciones Filosóficas* (1953).

[29] Cuando el enunciador dice lo que realmente se quiere decir, y cuando lo dicho es comprendido por el destinatario.

modalidades de formulación o enunciación y no son universales, sino relativas a comunidades de comunicación concretas.

En nuestra genealogía del concepto de *uso* debemos referir a J. L. Austin (1982) quien continúa los postulados de Wittgenstein proponiendo la teoría de los actos de habla, donde asienta la importancia del uso del lenguaje al momento de comprenderlo. Para Austin existen enunciados constatativos y preformativos, estos últimos tienen la cualidad de "hacer cosas con palabras"; es decir, incidir de modo perlocutivo en el receptor del mensaje. En este sentido, "declarar", "aceptar", "prometer" son actos de habla que realizan una acción al momento de enunciarlos. Asimismo, actos que no se proponen realizar una acción, como enunciar "qué frío que hace en esta habitación" y que otra persona que esté ocupando la misma habitación cierre las ventanas, responde a que el acto de habla surtió un efecto pragmático.

En este sentido, extrapolando conceptos para nuestros fines de investigación, entenderemos los usos de las tecnologías como posibilidades abiertas de juegos de lenguaje, donde la regularidad y continuidad de los modos de uso, ya sean reproductivos o creativos, por parte de los jóvenes, devienen en prácticas comunicacionales habituales (mutables y persistentes) en la contemporaneidad. A la vez, los usos no deben entenderse de manera estandarizada y taxonómica. Es entonces donde el concepto de uso contiene esa imprescindible carga lúdica, con mayor grado de indeterminación y de creación que el término "recepción". De allí nos interesa que el uso, en nuestro caso de las tecnologías de la comunicación, contenga su significado en su proceso de producción.

No obstante no implican directamente la decodificación de un mensaje, los usos que realizan los jóvenes de las tecnologías de la comunicación pueden entenderse en términos ideales en los modos que plantea Stuart Hall (1980) en su célebre artículo *Encoding/Decoding*, como decodificaciones dominantes, negociadas o de oposición[30]. Al entender que las prácticas sociales tienen lugar en una arena de lucha por la hegemonía de los sentidos que producen y despliegan, existen usos de las tecnologías (de todas ellas, no solamente de las comunicacionales) que podrían abordarse desde esta postura teórica, como usos dominantes, negociados o de oposición.

[30] El artículo se refiere a decodificaciones de los medios audiovisuales.

En cuanto a **usos dominantes** de las tecnologías, sería relacionarse con ellas solamente como objetos de consumo y como capital laboral contribuyendo a la creación de recursos humanos calificados. Estos se entienden desde el mercado como "buenos usos"[31] de las tecnologías, al tiempo que pertenecen a un grupo de usos reproductores de las lógicas sistémicas que dan origen a la justificación del consumo de estas mercancías.

En cuanto a **usos negociados** de las tecnologías, se trataría de comprenderlas como propiciadoras de la creación de sentido mediante la interacción, y de un potencial de creatividad mediado por la posibilidad lúdica. En este caso el usuario tiene la libertad de construir prácticas-discursos alrededor de un uso tecnológico.

En cuanto a **usos de oposición** de las tecnologías, también existe la posibilidad de la innovación y la creatividad, pero fundamentalmente se trataría de emplearlas de manera contraria a la propuesta hegemónica, aunque pueda ser discutible si el mercado no contempla las posibilidades "contrahegemónicas" de los usos tecnológicos y los incluyen en la reproducción sistémica.

Es importante para nuestra investigación, la idea de *decodificación negociada*, ya que al traducirla en *uso negociado*, deviene en *apropiación*. La apropiación parece ser esa lectura negociada del mensaje o el producto cultural, terminando por ser *provechosa* para el usuario. Incluso, el término remite a la creación de nuevos usos de esos objetos o mensajes.

La apropiación, entonces, muchas veces puede ser llamada a satisfacer a los sujetos ante una imposición, y transformarse en una especie de empoderamiento negociado. En este sentido, cuando se habla de apropiación siempre se habla de uso, aunque no necesariamente el uso implique una apropiación efectiva (Giraldo Ramírez y Álvarez Cadavid, 2006). En la *apropiación social* se crean *usos sociales* más o menos permanentes, habituales y dehistorizados, denominados *prácticas sociales*.

---

[31] En el marco de la *Conferencia Internacional ICDE 2011, UNQ*, Argentina 14 y 15 de abril de 2011. Educación a Distancia, TIC y Universidad: calidad, equidad y acceso a la educación superior, la doctora Frida Díaz Barriga hizo referencia con el término "buenos usos de las tecnologías" a los usos en consonancia con la "creación de conocimiento", es decir dentro del ámbito escolar o laboral, suponemos que contrapartida de los usos lúdicos, informacionales y comunicacionales.

En nuestro trabajo no postulamos una mirada moralista entre buenos y malos usos de las tecnologías, tampoco nos abstraemos a simplemente enumerar y describir posibles usos observados en las prácticas o relatados en los discursos, sino que también desde una mirada crítica, apoyada en la teoría, analizamos las lógicas constitutivas de las prácticas comunicacionales generadas social y culturalmente por los jóvenes del Conurbano Bonaerense Sur con las tecnologías.

Creemos necesario mencionar el importante aporte de Michel De Certeau a la comprensión de los usos y apropiaciones. De Certeau reconoce unos usos alternativos, a los que denomina tácticas, las cuales no están instituidas y que construyen los usuarios, y unos usos iniciales planteados que están instituidos y son las estrategias del sistema. Entre tácticas y estrategias se presenta un diálogo. La táctica es del débil, mientras que la estrategia proviene del poder. “Llamo estrategia al cálculo (o la manipulación) de las relaciones de fuerzas que se hace posible desde que un sujeto de voluntad y de poder (una empresa, un ejército, una ciudad, una institución científica) resulta aislable” y “llamo táctica a la acción calculada que determina la ausencia de un lugar propio. Por tanto ninguna delimitación de la exterioridad le proporciona, una condición de autonomía. La táctica no tiene más lugar que el del otro. Además, debe actuar con el terreno que le impone y organiza la ley de una fuerza extraña” (De Certeau, 1996: 42).

Se produce, entonces, un diálogo entre las tácticas y la apropiación como la definimos. En este devenir conceptual de autores, épocas, corrientes de pensamiento, en definitiva, procesos histórico-sociales, epistemológicos y diferentes cosmovisiones (quizás irreconciliables) tomemos las reflexiones a raíz de inquietudes similares para producir una mirada propia ante el fenómeno de los usos, apropiaciones y prácticas de mensajes y objetos, mayormente impuestos por un poder y una ley ajena a los sujetos singulares. En este caso, el sistema mediante las tecnologías de la comunicación.

En los usos de las tecnologías de la comunicación se produce un universo caótico de puesta en práctica de la construcción de la identidad, de imaginarios individuales y colectivos. En el nuevo panorama tecnológico donde Internet (y con ello las redes sociales virtuales, los juegos en red, el video en línea), la telefonía móvil y los videojuegos, nacieron nuevos modos de pensar y de interpretar los usos tecnológicos. En este escenario se produjeron las conceptualizaciones de prosumidor y nativo digital, ambas pensando a un “receptor” no solamente activo en el momento de decodificar mensajes sino que también con capacidad de agencia para producir contenido mediático a la vez que lo consume, con una facilidad, habilidad, competencia para maniobrar las tecnologías digitales y el lenguaje multimedial, protagonizado por una lectura no lineal.

En el marco de un estudio en Comunicación, los conceptos de usos y apropiaciones se encuentran indefectiblemente cargados de una dimensión política, incluyen en su conformación como categorías a la ideología y la cultura, en suma, hablar de usos y

apropiaciones es hablar de hegemonía. De ello que postulemos a la hegemonía como conceptualización esencial a la hora de abordar el objeto construido.

El concepto de hegemonía es de naturaleza compleja. Debemos partir de las reflexiones del teórico marxista Antonio Gramsci quien vio en la hegemonía una pieza fundamental para comprender el desarrollo y consolidación del sistema capitalista ya no solamente desde la base económica, como un mero modo de producción, sino desde la superestructura, donde el universo cultural –los significados construidos en determinado tiempo y espacio- servía de sostenimiento de la ideología del sector dominante, regada hacia los demás estratos sociales y siendo aceptada ya no como alienación sino de modo consensual.

El concepto de hegemonía puede comprenderse como una suma de otros conceptos que lo conforman. Raymond Williams (1997) en *Marxismo y Literatura* le dedica un capítulo a "La hegemonía" como temática clave para comprender la cultura como "proceso social total", la ideología no solamente como "el sistema conciente de ideas y creencias, sino todo el proceso social vivido, organizado prácticamente por significados y valores específicos y dominantes", el poder y el interés de clase. Esta complejidad de la que partíamos estriba en la sumatoria de palabras clave sin dejar de advertir que a su vez cada una de ellas se encuentra históricamente en medio de una lucha por sus significados, renovada y constante.

La hegemonía participa en algo más que la cultura y la ideología. Aquellos "procesos sociales totales" que conforman una cultura y los sistemas de ideas, creencias y valores que conforman una ideología son conducidos mediante la dominación, posibilidad que otorga la detentación de un cierto poder. Hablamos de hegemonía cuando este poder -no solamente conciente- se da en las prácticas sociales y comunicacionales.

La hegemonía, dice Williams, se da en la relación entre Estados, pero el marxismo amplió la definición a las relaciones entre clases sociales y "especialmente a las definiciones de una clase dirigente". Es allí donde el concepto tiene peso específico en las reflexiones de Gramsci.

En la sociedad toda, desde una sociología de las instituciones totales hasta una microfísica del poder, pueden advertirse prácticas sociales y comunicacionales hegemónicas. Estás prácticas se nutren de una relación consensual, de aceptación y reproducción constante por parte de los sectores subalternos a los dominantes que las

configuran. A su vez, estos sectores subalternos no solamente las aceptan sino que las modifican, recrean, decodifican y re-codifican constantemente. De ello que los sectores dominantes se vean obligados a modificar sus prácticas.

Dice Williams: “La hegemonía constituye todo un cuerpo de prácticas y expectativas en relación con la totalidad de la vida: nuestros sentidos y dosis de energía, las percepciones definidas que tenemos de nosotros mismos y de nuestro mundo” (Williams, 1988: 131).

Las prácticas comunicacionales, como todas las prácticas sociales, son históricas; esto quiere decir que tienen un origen, una conformación temporal que las hace existir mediante la persistencia y la transformación junto con otras variables específicas de cada sociedad en donde se desarrollan, por ello también son sociales. Las prácticas comunicacionales son puro significado. El significado está siempre en lucha entre sectores de poder generalmente político: clases sociales, etario, genérico, por ejemplo.

Las prácticas comunicacionales son puro significado, aunque tengan su dimensión material: generalmente se asientan en tecnologías disponibles en su época, el libro, el cine, la radio, la televisión, las computadoras, los videojuegos, la telefonía móvil; aunque no siempre son mediáticas. Por ello es de interés de este trabajo evidenciar las disputas hegemónicas, de poder, que se plantean en los usos de las tecnologías de la comunicación en un sector de desigualdad social como es el Conurbano Bonaerense.

Las tecnologías son objetos, pero se tratan de objetos sociales, de mercancías institucionalizadas en regímenes de consumo y usabilidad prescriptos, donde el mercado, el Estado, la moda y los propios usuarios tiranizan usos posibles. Las tecnologías de la comunicación, entonces, se posicionan en la cotidianeidad como objetos necesarios para diferentes prácticas en sociedad y en su inscripción como objetos personales llevan el ADN de sus propias imposiciones hegemónicas. De ello que entendamos a la tecnología como una conceptualización a poner en discusión y no como un mero término de diccionario.

2.2 LA DIMENSIÓN SIMBÓLICA DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN

Es común leer sobre “TICs” o “NTICs” (Tecnologías de la Información y la Comunicación, Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación). Estas

maneras de nombrar a las tecnologías como “de la información y la comunicación” suponen dos escollos para una investigación académica que pretende poner bajo crítica las principales categorías con las que trabaja. Primeramente, tanto el término “TICs” como NTICs fueron apropiados por el universo del marketing y de la gestión. Sabemos que las palabras no son ingenuas, que denominan y en muchos casos hacen existir imaginarios alrededor de aquello que designan. Este es un caso. Por otro lado, estos términos asemejan, equiparan, confunden los conceptos de información y de comunicación. Antonio Pasquiali propuso una distinción conceptual entre estos términos que se refiere a que los medios de información son aquellos que difunden mensajes ómnibus a una masa uniforme, mientras que los medios de comunicación se asientan en la bidireccionalidad y en un consaber que relaciona a los sujetos de la comunicación. En este sentido, como tecnologías de la comunicación es el modo en que elegimos mencionarlas y comprenderlas. Asimismo, al seguir los postulados teóricos de Raymond Williams no hacemos más que retomar su denominación, sin dejar de hacer explícita la postura.

Asimismo, entendemos que las tecnologías de la comunicación se presentan como un objeto de consumo más; pero que, mediadas por usos hegemónicos, se proponen como un facilitador de la vida cotidiana, al concebirlas como mercancías propuestas para el desarrollo educativo y de formación como recursos humanos y a la vez como propiciadoras de un potencial lúdico, de creación de sentido, de información, de comunicación y de entretenimiento. Mercancías que vienen a proveer modernidad y progreso, como tantas otras a lo largo de la historia, pero esta vez de manera ineludible y celebrada, por la diversidad de propuestas convincentes, adoptadas masivamente en el terreno cultural y devenidas en necesarias para la vida social. A su vez entendemos a las tecnologías de la comunicación como conductoras y creadoras de lenguaje, y a la comunicación como un proceso cultural caótico imprescindible para el ser cultural. Proponemos destacar la irrupción de las nuevas tecnologías de la comunicación bajo la forma de nuevas pantallas y con ello, la preeminencia de la imagen en la construcción de las percepciones sensoriales contemporáneas[32]. De allí que estas nuevas maneras de

[32] Desde el segundo cuatrimestre de 2011 me encuentro dictando el Seminario y Taller de Nuevas Pantallas en la Licenciatura en Comunicación Social, y desde 2013 en la Especialización en Comunicación Audiovisual Digital de la Universidad Nacional de Quilmes. En la labor como docente, la planificación y los debates en el aula con los estudiantes, la idea de “nuevas pantallas” va tomando potencia explicativa para definir la especificidad de las nuevas tecnologías de la comunicación

relacionarse con el lenguaje sean de interés de la investigación por ser constructoras tanto de identidades individuales y colectivas como de subjetividades sociales.

Diversas son las teorías, mayoritariamente en el debate entre determinismo tecnológico y la tecnología sintomática, que tienen como protagonistas a las tecnologías de la comunicación (Williams, 1975). Desde posturas que buscan zanjar las discusiones maniqueas, Raymond Williams (1975, 1992) propone poner el foco en las implicancias sociales que traen consigo las tecnologías y en su trascendente presencia como artefactos cotidianos. “Sin duda, todos estos inventos han producido efectos sociales amplios y evidentes. Pero, al extender las afirmaciones en este sentido, hemos introducido –a veces sin saberlo- una categoría más: la de los “usos”. El argumento puede, entonces, tomar distintas direcciones. Se puede decir que lo que ha alterado nuestro mundo no es la televisión, ni la radio, ni la imprenta como tales, sino los usos que se les da en cada sociedad” (Williams, 1992: 183).

Los Estudios Culturales enarbolan al sujeto decodificador como un índice esencial para comprender los medios de comunicación. Para esta postura -que se adoptó y profundizó en los estudios en comunicación latinoamericanos- concluyentemente el nuevo medio no es el mensaje. En el sexto capítulo de *Televisión*, Williams discute con Marshall McLuhan su postura ante las tecnologías como extensiones del cuerpo. “La obra de McLuhan fue una culminación de una teoría estética que llegó a ser, negativamente, una teoría social: un desarrollo y una elaboración del formalismo que podemos ver en muchos campos, desde la crítica literaria y la lingüística hasta la psicología y la antropología, pero que adquirió su influencia popular más significativa en una teoría que aísla por completo “los medios”” (Williams, 2011: 162).

En un terreno intermedio entre las posturas radicalizadas ante las tecnologías –la *apocalíptica* de Herbert Marcuse en *El Hombre Unidimensional* y la *integrada* de McLuhan en *Comprender los Medios de Comunicación*- se encuentran los desarrollos conceptuales de Williams que intenta comprender los medios de comunicación a partir de los usos y alejándose del determinismo tecnológico. En este sentido, una de las posturas que más atención merecen es la que señala Williams sobre los conceptos de “determinismo tecnológico” y “tecnología sintomática”. Los conceptos, concomitantes,

---

contemporáneas. Estos grados de institucionalización del concepto se remontan a dos artículos publicados en la Revista Académica Razón y Palabra. “Nuevas Pantallas frente al concepto de televisión. Un recorrido de usos y formatos” y “Nuevas Pantallas. Un desarrollo conceptual”

configuran posturas tanto académicas como de sentido común ante la aparición de nuevas tecnologías y sobre todo ante la proliferación seguida a la apropiación social mediada por los usos. “Si la tecnología es una causa, en el mejor de los casos podemos modificar o tratar de controlar sus efectos. O si la tecnología, tal como se la usa, es un efecto, ¿a qué otro tipo de causas y a qué otro tipo de acciones deberíamos referir o asociar nuestra experiencia con sus distintos usos?” (Williams, 2011: 22).

En este sentido, Williams se distancia categóricamente del determinismo tecnológico al que encuentra bajo dos formas, la que propone que las tecnologías vinieron a nuestro mundo a alterarlo, y la postura “tecnología sintomática”.

> Para el determinismo tecnológico, la investigación y el desarrollo se generan a sí mismos. Las nuevas tecnologías se inventan en una esfera independiente y luego crean nuevas sociedades y nuevas condiciones humanas. Por su parte, la perspectiva de la tecnología sintomática supone, de manera semejante, que la investigación y el desarrollo se generan a sí mismos pero más marginalmente. Lo que se descubre en el margen se adopta y se usa (Williams, 2011: 26).

En el primer caso se postula que los desarrollos tecnológicos son determinaciones que la sociedad recibe como imperativos de reconfiguración. El segundo término, también determinista, atiende a necesidades sociales que propiciaron la invención y el desarrollo de la tecnología. La preocupación por la cultura y la sociedad hicieron que los postulados tecnológicos y cientificistas se fueran desplazando de los estudios en comunicación.

La sagacidad de Williams es tal que sus postulados para la televisión de principios de los 70 pueden ser empleados para comprender fanatismos tecnológicos de principios de nuevo milenio. La televisión en ese momento, como Internet, la telefonía móvil y el videojuego en la actualidad (las constantes “nuevas tecnologías”) abren nuevamente el debate acerca de su rol en la sociedad y la capacidad de agencia de los sujetos ante estos aparatos omniscientes, en primera instancia vistos como regulados y prescriptivos.

Las tecnologías, como medios de expresión, definitivamente ofrecen novedosas maneras de comunicarse a los sujetos. Depende de las habilidades y creatividad desplegadas en los usos alternativos, que las tecnologías dejen de investir una carga de determinación hacia la sociedad y se revistan, finalmente, de posibilidad.

De allí que, dada la importancia por lo social y la intervención del sujeto en la apropiación y creación de prácticas comunicacionales a través y con tecnologías, tomamos esta postura para comprender, de modo complejo, el estatuto de las tecnologías de la comunicación en la sociedad contemporánea.

Las tecnologías de la comunicación están protagonizadas por pantallas, por extensión, son pura imagen. Desde hace unos años, hemos reflexionado alrededor del lugar que en los últimos tiempos toman las pantallas en estos *hardware*. De allí el concepto de "nuevas pantallas" como propuesta teórica que construye esta tesis.

La proliferación de pantallas nos está diciendo que estamos inmersos en una cultura comunicacional de la imagen, donde la fotografía, la animación, el audiovisual, lo multimedial son lenguajes propios de nuestra cultura global y fundamentalmente apropiado y conocido por el corte etario que focalizamos en esta investigación.

Hablamos de tecnologías de la comunicación, pero puntualmente nos referimos a pantallas cuando el uso del lenguaje audiovisual o multimedial es protagónico en la práctica que se desarrolla. En este sentido, las tecnologías de la comunicación devenidas en nuevas pantallas son aquellas que proponen como bondad poder reproducir estos lenguajes, antes circulantes en otras pantallas como el cine, la televisión y el video. En diferentes usos de las tecnologías por parte de los jóvenes tales como la descarga y la visualización de contenido audiovisual, en las cámaras fotográficas y la edición y posteos de fotografías y videos, se presentan las nuevas pantallas como tecnologías con identidad propia, es decir proponiendo usos, narrativas y sintaxis específicas.

Con las nuevas pantallas se realizan usos novedosos que con las viejas pantallas no se pueden realizar. Las nuevas pantallas tienen conectividad y con eso un uso a la carta en el momento y en el lugar donde se desee. Asimismo, no obstante algunos contenidos migraron de viejas pantallas, el concepto de nuevas pantallas también engloba al contenido específico creado para estas. En los usos de descarga y visualización donde los jóvenes ven acrecentado su capital cultural mediante la descarga de material audiovisual, discos, software, imágenes y videojuegos como en el uso de la construcción semiológica de uno mismo que supone a las redes sociales virtuales, los blogs, los chats y los foros, en este sentido tomando protagonismo la imagen.

Los jóvenes emplean la cámara de video de sus teléfonos móviles de manera naturalizada. No son realizadores audiovisuales a quienes les importe el encuadre, el

campo-fuera de campo, la escala de planos, o los balances en la iluminación de la imagen. Los acontecimientos que crean estás cámaras tienen que ver con reflejar un momento privado, muchas veces para verlo entre amigos, otras veces para ser publicado en Internet y buscar mayor repercusión.

Las tecnologías de la comunicación devinieron en pantallas por transitar una cultura de la imagen instalada a nivel global, pero a la vez posible dado el creciente conocimiento del lenguaje audiovisual. Los jóvenes son usuarios de la televisión, el cine, son asiduos consumidores de videoclips musicales y videojuegos. Esto genera un terreno fértil para que vean a las tecnologías de la comunicación como pantallas y se las apropien en este sentido. Las pantallas, como espejos a Narciso, nos permiten vernos a nosotros mismos, embelezarnos de sus bondades y, llevándolas incluso en nuestros bolsillos, crear el mito de que estamos conectados cara a cara en todo momento.

2.3 CONCEPTOS DE JUVENTUD Y DE IDENTIDAD

Hasta hace algunos años el discurso hegemónico en la academia para hablar sobre jóvenes estaba ligado a una mirada "posmoderna". La posmodernidad es caracterizada como un momento de la historia cultural en el cual se sentencia la caída de los grandes relatos. Jean Francois Lyotard (1979) en *La Condición Posmoderna* afirmó en modo de manifiesto el fin de una era estructurada y con certezas y abrió la puerta a un relativismo epistemológico que involucraría a prácticamente la totalidad de las instituciones sociales. En medio de esta ausencia de grandes relatos, donde se entiende a la ciencia, la religión y el arte como simples "juegos del lenguaje", se sentenciaba que los jóvenes disputaban una verdad invisible, se señalaba la crisis de las instituciones y con ello la de los sistemas de autoridad. Desde esta perspectiva, la familia, la escuela, el trabajo y la política no serían rumbos firmes en los cuales la juventud crea. Debilitado el peso específico de las autoridades, el padre, el maestro, el jefe, el político ya no serían modelos válidos y ese espacio podría ser ocupado por el consumo cultural. Una industria que está ávida de consumidores y, aprovechando las circunstancias históricas, los interpela de igual a igual, capitaliza los intersticios de confianza y se erige como la proveedora de felicidad y conformismo.

En la actualidad argentina, pensar a los jóvenes como "posmodernos" sería una falacia. En nuestros casos puntuales nos encontramos con jóvenes que expresan interesarse en la

política, en la religión, en la música, en la ciencia, en la escuela. Si tuviéramos que encasillarlos, sus discursos hablan de ellos mismos como jóvenes modernos (Murolo 2011).

En este marco contextual específico, cabe preguntarse qué es ser joven, ya que no parece ser una cuestión de edad, posibilidades y limitaciones. Como variable social es contingente y nos resulta por momentos confuso remitirnos a bibliografía extranjera para conceptualizar el término, ya que la juventud a la que nos referimos como objeto empírico se encuentra caracterizada por sus particularidades contextuales. Luego de esa salvedad necesaria para encaminarse hacia alguna respuesta, un texto clave es el de Pierre Bourdieu (2002), *La "juventud" no es más que una palabra*, donde esboza la idea de que la juventud es una categoría construida históricamente.

Bourdieu plantea que "la edad es un dato biológico socialmente manipulado y manipulable" y que "hablar de jóvenes como una unidad social, de un grupo construido, que posee intereses comunes, y referir estos intereses a una edad definida biológicamente constituye en sí una manipulación evidente" (Bourdieu, 2002: 165).

Aunque siguiendo postulados foráneos de la sociología de la cultura francesa, central en este sentido es el trabajo de Mario Margulis y Marcelo Urresti quienes acuñaron los conceptos de *moratoria vital* y *moratoria social*. La primera se refiere a la fuerza, energía biológica y distancia de la muerte que poseen los jóvenes; mientras que la segunda se refiere a condiciones de vida específicas como el goce de las necesidades básicas satisfechas y, por ejemplo, la posibilidad de estudiar sin tener que trabajar. De allí que se diferencien a los jóvenes según sus posibilidades.

De este modo la juventud se conforma como categoría dotada de signos sociales. Tales signos tienden –en nuestro tiempo- a estetizarse, a construir un conjunto de características vinculadas con el cuerpo, con la vestimenta, con el arreglo, y suelen ser presentados ante la sociedad como paradigma de lo deseable. Es esta simbolización de la juventud, sus condiciones externas, lo que se puede transformar en producto o en objeto de una estética, y lo que puede ser adquirido por adultos para extender en el tiempo su capacidad de portación del signo "juventud". La juventud signo se transforma en mercancía, se compra y se vende, interviene en el mercado del deseo como vehículo de distinción y de legitimidad (Margulis y Urresti: 1996, 16).

Desde la mirada del mercado, la juventud devino principalmente en imagen, única y unificada bajo la apariencia de una belleza y un éxito dominante, y más que signo es puro significante vacío. Su forma recurrente y endiosada por los medios de comunicación se llena de deseo de permanencia, sin rumbo. Dado que a la vez, a la misma juventud que de modo superfluo se la adora cual tótem por su estética y belleza, se la menosprecia por su bajo potencial de progreso, educativo y de compromiso. Se critican sus saberes, sus modos de socializar, sus lenguajes, su cultura. La juventud es significante y sólo es signo al colmarse de significado mediante la connotación por contigüidad que el enunciador le confiere. El joven en la industria cultural es mercancía en constante cambio, la industria sabe que existen juventudes, las engloba en el consumo pero las diferencia a razón de sus necesidades de interpelación y adoctrinamiento, las presenta como significantes vacíos que se llenan adorando ejemplos y condenando rebeldías. Todos, incluidos y marginados, son significantes disponibles a ser llenados con una connotación ideológica.

La pregunta que cabe formularse es ¿quiénes son los jóvenes de hoy? Desde la academia y los medios de comunicación prolifera la idea de "tribu" para describir a grupos de adolescentes que comparten determinados gustos musicales, de moda, de espacios, de apropiaciones tecnológicas, y sobre todo de lenguajes. Esta idea de tribu no puede despegarse de una larga historia de la civilización occidental. Por ello actúa como exotizante, cuando no de marginal. Los jóvenes de hoy están pensados, al menos desde los informativos y especiales periodísticos, de manera jerarquizada en cuanto civilización. Florencia Saintout (2009) sostenía que existen dos tipos de juventudes: el joven exitoso de las teleseries de ficción y el marginal de los noticieros. El primero se propone como ejemplar, ligado a la belleza estética y a los valores judeocristianos; el segundo, relacionado con la violencia, la droga y los excesos. Son las dos maneras de presentar a la juventud en los medios de comunicación. Los jóvenes son más que estas representaciones, sin embargo estos imaginarios ayudan a crear ideas sociales en la opinión pública. Asimismo, en *Los Jóvenes en la Argentina*, Saintout señala que las juventudes fueron entendidas desde una "epistemología de la desesperanza" en tiempos de deterioro y desvastación (Saintout, 2013: 13). Y propone pensarlos ahora desde una "epistemología de la esperanza", comprendiéndolos como sujetos de acciones colectivas. Este es un punto de partida novedoso y alejado de posturas postmodernas

desde donde pensar a las juventudes contemporaneas ante la apatía académico-mediática de años anteriores.

Por su parte, en el ámbito académico, desde los estudios sobre ciberculturas también se ensayan conceptos definitorios que pretenden agrupar a los jóvenes. Jordi Solé Blanch (2006) sostiene que "con la aparición de Internet, se ha producido un verdadero estallido en las dinámicas de las microculturas juveniles que han encontrado que el espacio virtual de la red los contenía y a partir de los cuales practicar una forma de conciencia freak y nihilismo virtual". Las ideas de conciencia freak y de nihilista, no distan demasiado a la de "tribu". La concepción exotizante y creadora de una conciencia de lo juvenil como la de un grupo de descreídos y raros tiene un origen. Esas representaciones sociales parten de algún modo sobre-determinándose entre la sociedad y los medios de comunicación y se refuerzan desde la reproducción discursiva. Los jóvenes, ajenos, con prácticas diferentes a las de generaciones anteriores como una relación cercana y cotidiana con la tecnología digital generan distancia y tipificaciones como egoístas, egocéntricos, solitarios y sobre todo desapegados de la política en pos de un consumo irrestricto de la industria cultural.

Sostiene Henry Giroux (1994) que "no perteneciendo más a ningún sitio o lugar, la juventud habita cada vez más culturas cambiantes y esferas sociales marcadas por una pluralidad de lenguajes y culturas". De ello que la juventud sea interés central de esta investigación ya que, como corte generacional, se posiciona como receptivo y *naturalizador* de los avances tecnológicos y comunicacionales. Son quienes hacen usos diferenciales de ellos y generan universos simbólicos, relacionales y de pertenencia, mediante y con ellos, donde los medios se convierten muchas veces en sustitutos de algún tipo de experiencia (pero creadores de otras).

Los estudios de juventud son un espacio institucionalizado en el ámbito académico. Tanto desde la Sociología de la Cultura, como desde la Antropología, la Pedagogía Crítica y los Estudios de Género se ocupa(ro)n de indagar a los jóvenes como subjetividades particulares. En el terreno de interés específico del campo de la Comunicación podríamos mencionar estudios sobre jóvenes y tecnologías (Cabello, 2007; Urresti, 2008; Piscitelli, 2009; Islas, 2009; Morduchowicz, 2008; 2009); jóvenes y género (Elizalde, 2006; 2010); jóvenes y consumo (Wortman, 2003); jóvenes y delito (Miguez, 2004), entre otros intereses académicos.

La juventud es un tema recurrente para los Estudios Culturales –con trabajos precursores de los padres fundadores británicos como el de Hall y Jefferson (2004), y en la vertiente latinoamericana, Martín-Barbero (2002, 2009), Reguillo (1991; 2000), Saintout (2006, 2013), entre tantos otros- ya que se presenta como una cultura adaptativa, caótica y cambiante, continuamente buscando modelos a seguir para configurar sus modos de ser.

Existen posturas que pensaron hace unos años a las juventudes desde una concepción "posmoderna" que poco tiene que ver con la contemporaneidad en la cotidianeidad juvenil argentina, pero se trata de valiosas posiciones para reflexionar sobre la relación con el consumo y el mercado.

Sostiene Beatriz Sarlo (1994: 39) que "la cultura juvenil, como cultura universal y tribal al mismo tiempo, se construye en el marco de una institución, tradicionalmente consagrada a los jóvenes, que está en crisis: la escuela, cuyo prestigio se ha debilitado tanto por la quiebra de las autoridades tradicionales como por la conversión de los medios masivos en espacio de una abundancia simbólica que la escuela no ofrece". De ello que -si bien es una postura que tiene varios años, es netamente posmoderna y sin matices-, es cierto que los medios de comunicación -en la actualidad, sobre todo los digitales- ocupan un lugar central en la cotidianeidad y la socialización de las culturas juveniles. De allí nuestro hincapié en las tecnologías de la comunicación.

En este sentido, Sarlo también agrega que "la velocidad de circulación y, por lo tanto, la obsolescencia acelerada se combinan en una alegoría de juventud: en el mercado, las mercancías deben ser nuevas, deben tener el estilo de la moda, deben captar los cambios más insignificantes del aire de los tiempos. La renovación incesante que necesita el mercado capitalista captura el mito de novedad permanente que también impulsa a la juventud". Por lo cual, las tecnologías de la comunicación como mayor mercancía destinada y consumida por jóvenes esta sujeta a estas lógicas de renovación constante y con ello de pertenencia y exclusión a un estilo, marcas, elites, en definitiva, de los más altos estándares de moda.

De los jóvenes en general a los jóvenes de nuestra investigación en particular existen especificidades que deben ser explicitadas. Los entrevistados forman parte de una construcción conceptual-metodológica que ubica sus discursos, pensamientos, reflexiones y sentires como nuestro "objeto empírico". De allí que prestemos atención

esencial a sus configuraciones como juventud. La teoría nos ayuda a presumir una juventud compleja que no atiende solamente a una dimensión etaria para constituirse como tal. Eso es un dato de partida ineludible, pero para comprender a toda juventud que queramos abordar.

Desde la Comunicación prestamos especial interés a los procesos simbólicos y una dimensión interesante para el abordaje de los sujetos históricos es el de la identidad como problemática de construcción.

El concepto de identidad es de naturaleza contingente. Sostiene Zygmunt Bauman (2005) que es una problemática que tiene pocas décadas en las Ciencias Sociales. Además la multidimensionalidad del término lleva a definiciones confusas. La Psicología como disciplina ha proporcionado ríos de tinta sobre la temática. La Sociología pone sobre relieve la clase social como principal índice identitario del sujeto social.

Es interesante la genealogía de la identidad que propone Stuart Hall (2003), allí trata de reconstruir las características de la identidad individual en las sociedades premodernas y en las modernas, subdividiendo estas últimas en diferentes fases.

> En las sociedades premodernas las identidades tenían por base las estructuras tradicionales vinculadas principalmente con la religión. La posición de las personas en la sociedad y su identidad derivaban de la posición adquirida por nacimiento, la cual se consideraba como reflejo de la voluntad de Dios. Las personas no eran consideradas como individualidades autónomas dotadas de una identidad propia, sino como partes de "la gran cadena del ser" rígidamente jerarquizada: Dios, el Rey, los demás individuos, los animales, las plantas y la naturaleza. La identidad de los individuos derivaba del lugar que ocupaban en este esquema de seres, y no de atributos particulares.
>
> Pero con el advenimiento de la modernidad, las ideas acerca de la identidad cambiaron radicalmente. En su transcurso, dichas ideas habrían pasado por tres fases sucesivas, cada una de las cuales se caracterizan por el predominio de una concepción particular de la identidad: 1) el sujeto del racionalismo ("siglo de las luces); 2) el sujeto sociológico; y 3) el sujeto posmoderno (Hall, 2003. Citado por Giménez, 2003: 32).

Martín-Barbero (1997) se pregunta desde donde pensar la identidad cuando sus referentes y significados, sus territorios y discursos, tienen la frágil *textura* del palimpsesto: ese texto en el que un pasado borrado emerge tenazmente, aunque borroso, en las entre líneas que escriben el presente.

No obstante los posmodernos se ladean entre la creencia de la existencia de una multiplicidad de identidades y la preponderancia de una sobre las demás dimensiones. Ser joven, de clase media, *cheto* o *cumbiero*, estudiante, hijo, hermano, de Quilmes (o de Villa La Florida, Ezpeleta, Bernal, Don Bosco o San Francisco Solano), ser de River o de Boca, de *La 25*, *Los Redondos*, *Chevrolet* o *Ford*, de *Dexter* o de *Walking Dead* son dimensiones de un palimpsesto identitario complejo. Dice Bauman sobre Agnes Heller que ella es judía, mujer, feminista, húngara y americana y que esa multiplicidad de identidades constituyen una identidad fragmentaria. En nuestro caso consideramos que lejos de ser una identidad posmoderna (en el sentido peyorativo del término que habla de labilidad) estas dimensiones y en el caso puntual de la constitución identitaria juvenil actual (de los jóvenes con quienes interactuamos en la presente investigación) se trata de carácter riguroso y si bien cambiante en cuanto a modas pasajeras, sus dimensiones más relevantes (las que no están ligadas al consumo de la industria cultural) como la clase social, la edad, el género, el sistema de creencias, configuran a un joven con una cosmovisión definida que comparte con pares de su generación. De ello, al ser una labor y una apuesta es que puede hablarse de identidad sin considerarla como una ropa que se puede cambiar de un día para otro.

La identidad es un proceso comunicacional de construcción constante, sostiene Bauman que es un *problema* y un *trabajo*, y de este modo no es una elección de una vez y para siempre sino una tarea diaria que tiene que ver con el doble juego de la identidad en cuanto individualidad, mismidad de cada sujeto y con la identificación con otros. De esta manera se ingresa en el debate sobre las identidades individuales y colectivas. Preferimos ocuparnos de las identidades grupales, que tienen que ver directamente con los jóvenes con quienes trabajamos. Estos de manera implícita construyen una mirada sobre sí mismos mediante su práctica discursiva. Se valen de las tecnologías, lo multimedial, audiovisual, la imagen y la música y el texto para decir algo de ellos. Pero también mediante las prácticas sociales que generan con tecnologías de manera individual y en grupo, en espacios públicos y privados, relacionadas con usos comunicacionales, informacionales, de conocimiento o de entretenimiento.

De ello que a las dimensiones de moda, como la vestimenta y los accesorios, *piercings* y tatuajes, lugares donde ir y permanecer, gémeros para bailar y cantar, modismos del lenguaje, palabras inventadas que dejan afuera a otras generaciones y otras agrupaciones

juveniles, diferentes consumos de ídolos efímeros de la industria cultural (lo divino social en palabras de Maffesoli), ya sea del espectáculo o deportiva agregan (desde hace unos veinte años) a las tecnologías digitales como constituyente privilegiado del palimpsesto de las "desconcertantes hibridaciones de que están hechas las nuevas identidades". De allí nuestro interés por el cruce entre el concepto de identidad y nuestra investigación.

Los usos de las tecnologías de la comunicación digitales, como objetos de época, suponen ser conductores de mensajes y elementos que ayudan a la apropiación del mundo, la interacción con los otros, la expresión de ideas y la vía privilegiada por los jóvenes para mostrar su propia construcción semiológica.

2.4 CONSUMOS IDENTITARIOS: DE LAS CLASES SOCIALES A LAS CLASES COMUNICACIONALES

En nuestro caso, las variables de clase, acercamiento a la moda, relaciones con sus pares, con el consumo, con los adultos, merecen una especificidad de descripción. En este devenir que atendemos en el desarrollo de la investigación, nos resulta importante señalar que en las entrevistas aparece en reiteradas ocasiones los grupos de pertenencia identitarios.

Por momentos, la cantidad de información que los jóvenes nos brindaban sobre estos círculos de pertenencia: *chetos*, *cumbieros*, *rochos*, *turros*, *punks*, *metaleros*, *skaters*, nos posicionaban ante otra tesis, otro trabajo sobre juventudes ligadas a sus identidades grupales. En diversos casos estas identidades están relacionadas directamente con algunos usos de las tecnologías (los *floggers* por ejemplo se constituían como tales tomándose auto-fotografías y subiéndolas a *Fotolog* en internet).

En este contexto nos interesa conceptualizar estos grupos en términos de *clases comunicacionales*, ya que toman la dimensión de la clásica categoría de clases social, pero no haciendo hincapié en la importante dimensión económica sino en aspectos culturales. Esta dimensión habla directamente de los jóvenes entrevistados para la presente investigación.

Las clases sociales se definen de un modo material: son, primeramente, posiciones que los seres humanos ocupamos en el entramado social según la relación que tengamos con los medios de producción. Karl Marx habló de dos grandes clases que siempre

dinamizaron la historia con su lucha de intereses. En el capitalismo, estas clases serían la burguesía y el proletariado. El propio Marx advirtió la emergencia de la “pequeña burguesía” como una clase intermedia con pretención de llegar a ser burguesía. En un rol diferente, en las sociedades actuales es de sentido común hablar de clase media y tildarla como dinamizadora de los procesos de consumo. La clase media se define como un grupo social que si bien no está formado por los dueños de los medios de producción y por ello no se trata de ricos, tampoco esta constituida por meros dueños de su fuerza de trabajo sin poder colocarla en el mercado. La clase media generalmente tiene empleo y un dejo de capacidad de ahorro, por lo cual dinamiza el consumo de mercancías y servicios medianamente costosos. De allí que para el mercado sea el público a interpelar. Asimismo, la conciencia de clase no hace mella en esta clase que es llevada a pensarse con conciencia burguesa y así lo hace, planteando como objetos de deseo las posiciones dominantes.

Entre los jóvenes que forman el objeto empírico de esta investigación, las clases sociales se definen de modo más comunicacional que económico, aunque estén atravesados en todo momento por las posibilidades materiales de consumo. Las juventudes se erigen en prácticas comunicacionales diferenciadoras que los sitúan en *ghettos*, bandas, o “tribus”. De este modo, las clases altas se aglutinan alrededor de gustos distinguidos mediante marcas y conexiones, mientras que las clases populares tienen lo que pueden y toman aquellas imposiciones deseables como objetivo. En este mapa heterogéneo, existen “tribus” con marcadas ligazones de consumo, como los fans de determinadas músicas y sagas, y otros aparentemente al margen de estas imposiciones y relegados a las migajas de una cultura *outlet*. De allí que propongamos entenderlos como *clases comunicacionales* más que como *clases sociales* –las cuales subyacen sin manifestarse en el discurso.

Para entender a las juventudes es necesario dimensionarlas, antes que como un grupo etario o generacional, como determinaciones histórico sociales. Rossana Reguillo sostiene que “La juventud como hoy la conocemos es propiamente una "invención" de la posguerra, en el sentido del surgimiento de un nuevo orden internacional que conformaba una geografía política en la que los vencedores accedían a inéditos estándares de vida e imponían sus estilos y valores. La sociedad reivindicó la existencia

de los niños y los jóvenes como sujetos de derechos y, especialmente, en el caso de los jóvenes, como sujetos de consumo" (Reguillo, 2000).

El mercado entiende que los jóvenes son una porción importante del consumo de bienes y servicios. Es por ello que se invierten recursos y empeño en dedicarles publicidades instándolos a hacerse devotos de los productos industrializados más diversos, hasta el punto que se genera la sensación de que consumir es sólo una actividad de jóvenes. Desodorantes corporales, automóviles, ropa de moda, se convierten por artilugio del marketing en objetos naturales propuestos a jóvenes con la contradictoria características de que es este rango etario el cual, generalmente, tiene menos ingresos de dinero.

En las familias de clase alta, incluso en las de clase media, que los jóvenes sean quienes deciden por determinados objetos de consumo familiar no parece ser algo fuera de lo común. Son ellos, y más que nunca en esta "Sociedad de la Información", los considerados sabelotodos en relación con tecnologías y demás objetos de avanzada, entendidos en la actualidad como cotidianos y necesarios para la vida diaria. Sin embargo, esta práctica social de consumo juvenil no parece estar mediada por instancias de crítica familiar.

El consumo se ha convertido en la mayor actividad de lematización social. Si lo pensamos detenidamente veremos que nos relacionamos con numerosas personas día a día mediante el consumo. Allí, los jóvenes son un factor esencial de estas actividades no sólo por ser consumidores de tiempo completo, sino por estar interpelados por jóvenes y ser atendidos por otros jóvenes en el suministro de esos bienes y servicios. Es frecuente que esta cadena de emisor, medio y receptor de las mercancías industriales tenga la carga simbólica de estar envuelta por el bello y reluciente velo de la juventud. En este mecanismo, las empresas proponen una estética juvenil en sus publicidades gráficas y audiovisuales no sólo para atraer a jóvenes emparentados con la mimética deseada de los modelos, sino para gustar a los más grandes que intentan retener esa juventud eterna y axiológica de la sociedad posmoderna. Lo joven es bello y lo bello es, por extensión, bueno.

Bauman (2007) hace una diferencia conceptual entre consumo y consumismo, mientras el consumo comprende a los bienes y servicios necesarios para la vida, el consumismo se refiere a un fanatismo por la acumulación de objetos suntuarios.

> En realidad, si se lo reduce a su forma arquetípica en tanto ciclo metabólico de ingesta, digestión y excreción, el consumo es una condición permanente e inamovible de la vida y un aspecto inalienable de ésta y no está atado ni a la época ni a la historia. Desde ese punto de vista se trata de una función imprescindible para la supervivencia biológica que nosotros, los seres humanos, compartimos con el resto de los seres vivos, y sus raíces son tan antiguas como la vida misma. No hay dudas de que consumir es una parte integral y permanente de todas las formas de vida que conocemos, ya sea por los relatos históricos o por los informes etnográficos (Bauman, 2007: 43).

Bauman define de este modo al consumo y agrega que "las necesidades nuevas necesitan productos nuevos. Los productos nuevos necesitan nuevos deseos y necesidades. El advenimiento del consumismo anuncia una era de productos que vienen de fábrica con "obsolescencia incorporada" (Bauman, 2007: 51). Estos productos generan en los consumidores un estatus social diferenciador de clases sociales, de allí que las mercancías se erijan como elementos ostensibles y deónticos.

Dentro de este devenir, el consumo no es único y monolítico, incluso podríamos hablar de "consumos" para referirnos a las diferentes prácticas y a los diferentes actores que intervienen en ellas. Por su parte, la juventud podría devenir en "juventudes" empleando el mismo razonamiento. De esto que obtendríamos diferentes juventudes consumidoras de diferentes objetos destinados a ellos. En el terreno de la vestimenta vemos que existen marcas "top", con "estilo", con "onda", y otras menos "top", con menos "estilo", con menos "onda", demostrando una gradación intrínseca que no propone el consumidor. Aún así se encuentran también las vestimentas sin marca, incluso usadas, o imitaciones, de ferias y outlets. Valga el ejemplo para entender esa misma dinámica en el terreno de las tecnologías de la información y la comunicación. Allí vemos que no existe, en primera instancia, una diferenciación por marcas sino por modelos. Las tecnologías en constante cambio plantean renovación, ya no de moda, sino de atributos y aplicaciones, no proponen de manifiesto una beldad estética sino de uso. Plantean entonces una necesidad.

Sostiene Bauman que

> Los objetos de consumo tienen una limitada esperanza de vida útil y, en cuanto sobrepasan ese límite, dejan de ser aptos para el consumo; como su "aptitud para el consumo" es la única característica que define su función, llegado ese momento ulterior ya no son aptos en absoluto: son inútiles. Cuando dejan de ser aptos, deben ser retirados del escenario de la vida de consumo (es decir, destinados a la

> biodegradación, incinerados, confiados a las empresas de eliminación de residuos) para hacer sitio en él a nuevos objetos de consumo aún por usar.
> Para librarnos del bochorno de quedarnos rezagados, de cargar con algo con lo que nadie más querría verse, de que nos sorprendan desprevenidos, de perder el tren del progreso en lugar de subirnos a él, debemos recordar que la naturaleza de las cosas nos pide vigilancia, no lealtad. En el mundo moderno líquido, la lealtad es motivo de vergüenza, no de orgullo. Conéctese a su proveedor de Internet ya de buena mañana y hallará algún recordatorio de esa lisa y llana verdad en la primera de las noticias de su lista diaria: "¿Se avergüenza de su móvil? ¿Tiene un teléfono tan antiguo que le incomoda responder una llamada en público? Actualícese con uno del que pueda presumir". La otra cara de la moneda del imperativo de "actualizarse" a un móvil acorde con la moda vigente en el mercado es, obviamente, la prohibición de volver a ser visto con uno como el último al que ya se actualizara usted la ultima vez" (Bauman, 2006: 19).

En otros trabajos hemos seguido la genealogía de diversos *hardware* hasta comprender la utilidad de su forma actual (Murolo, 2010b), lo interesante en esta oportunidad es dimensionar el mensaje connotado detrás de los modelos de consumo endiosados. Mientras los *walkman* devinieron en reproductor de MP3 (*iPod*), los teléfonos móviles en *smartphones* (*iPhone*) y nació la tableta (*iPad)* para satisfacer necesidades que los anteriores no pudieron satisfacer, o, por su arte, la consola de videojuegos (*PlayStation*, *Xbox*, *Wii*) genera unas prácticas atemporales en el espacio privado lúdico, un sector de la población juvenil apto para comprender estos objetos que los interpelan, no está apto para consumirlos, por no ocupar una posición económica que permita esos gustos. Asimismo, el adiestramiento en el uso de videojuegos los convierte en recursos humanos privilegiados que, por ejemplo, sabría utilizar drones en una posible guerra tecnológica Siglo XXI. Sin embargo, a pesar de que se adiestran en competencias valoradas en la contemporaneidad, no dejan de ser interpelados como consumidores. Dice Reguillo (2000): "El acceso a un mundo de bienes que fue posible por el poder adquisitivo de los jóvenes de los países desarrollados, abrió el reconocimiento de unas señales de identidad que se internacionalizarían rápidamente". A pesar de que los objetos costosos sean consumidos por un público pudiente, la pertinencia (desde el mercado, el marketing y la publicidad) es regada hacia todos los estratos sociales, que deben tomarlos como meta.

Es decir que estas heteróclitas juventudes a las que nos referimos tienen como elemento denominador el consumo. En este escenario de las juventudes dispares, de las clases sociales cada vez menos diferenciadas, aparecen las tecnologías de la comunicación

creando un *sentido de pertinencia* no vivido anteriormente. Este sentido es propuesto por las marcas y trazado como lo necesario y fatal. Por su parte, los consumidores generan, con la apropiación, otro sentido, el de *pertenencia* y crean una ligazón entre los objetos de consumo y las prácticas que sustentan en comunidad. De allí, los sentidos se aúnan y generan un espiral de consumismo natural, desideologizado; en palabras apropiadas, mítico.

En Argentina podemos observar numerosas juventudes, diversas "tribus" que se diferencian por sus gustos musicales y vestimentas. Es muy común entonces ver que las clases populares se diferencian aun más de las altas por los marcados consumos culturales y de allí la aparición de dos macro grupos y de las nominalizaciones de *chetos* y *cumbieros*.

Las nomenclaturas no nacen en el propio grupo: los *chetos* no se llaman a sí mismos de ese modo, como los *cumbieros* tampoco se llaman a sí mismos *cumbieros*. Sin embargo, como nominalizaciones dehistorizadas, son atribuidas y asumidas borrando el origen.

Una posible descripción de estas juventudes podría comenzar advirtiendo los consumos culturales: los *chetos* escuchan música electrónica, pero además tienen auto, van a boliches de moda, y usan ropas de marca; los *cumbieros* escuchan "música tropical", viajan en colectivo, van a boliches marginados por la cultura dominante y usan ropas de cualquier marca, mientras tienen devoción por las zapatillas, tildadas por ellos mismos de "altas llantas". Desde estos grupos, las nominalizaciones también tienen sus traducciones en descalificaciones: los *chetos* son "caretas", los *cumbieros* son "grasas", como también sus equivalencias que pretenden ser insultantes: los *chetos* son "putos" y los *cumbieros* son "negros". La discriminación levita en todo momento: el que está enfrente es un otro opuesto, característica central de la construcción de la identidad individual y grupal. En estas disputas no se tematiza la posición económica, pero se alude a ella en todo momento. Las prácticas comunicacionales y de consumo son las protagonistas, como dijimos, muchas de ellas aceptadas como bandera y otras, las indeseables para los *chetos* y las imposibles para los *cumbieros*, estigmatizadas hacia los otros. En muchos casos estas son elecciones como improntas identitarias, a pesar de no querer o de no poder acceder económicamente al otro estatus. El boliche, la música y la ropa se convierten en elementos conformistas de socialización prefijados, los *cumbieros* no quieren la ropa *cheta* y los *chetos* no quieren los boliches *cumbieros*,

mientras que la tecnología, en este escenario, parece unificar los sentidos: los dos grupos quieren el último celular. En otras palabras, la tecnología, costosa, no parece erigir lógicas desiguales de identificación, tanto los sectores populares como los altos -en este caso, tanto *chetos* como *cumbieros*- gustan y procuran conseguir el último designio de la tecnología de la información y la comunicación. El compartimento estanco del mercado, aglutinado como una decisión propia en ropas y consumos de la industria cultural, es en los *hardware* de la información y la comunicación donde tiene su límite. Esto para el mercado es un triunfo por demás trabajado.

En Argentina, según datos del INDEC del segundo semestre de 2013, la cantidad de personas bajo la línea de indigencia en sectores urbanos del Gran Buenos Aires es del 1,4%, mientras que las que se encuentran bajo la línea de pobreza asciende al 4,7%[33].

En este escenario, donde las políticas públicas como la Asignación Universal por Hijo[34] y los programas de Inclusión Digital que proveen a los jóvenes escolaridad y salud como obligación para percibir estos beneficios, fueron modificando el mapa de la indigencia y de la pobreza en el país. Los sectores de menores ingresos no tienen capacidad de ahorro, y si bien por ello no pueden realizar grandes gastos, dinamizan la economía de un modo esencial: en el gasto cotidiano de todos sus ingresos. Un derecho social como la Asignación Universal por Hijo supone entonces una activación del consumo hogareño y en momentos donde la juventud está inmersa en un ciclo de información, comunicación y entretenimiento que los interpela como "Generación Einstein" (Islas, 2009; Piscitelli, 2009), dejarlos fuera de ello implicaría hacerles perder oportunidades únicas de inclusión al sistema. De ello, sin diferenciación de clases, la población en su conjunto se acerca al uso de las tecnologías de la comunicación de modo cada vez más masivo y natural.

---

[33] Sitio Web del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC) http://www.indec.mecon.ar (Consultado el 1 de septiembre de 2014).

[34] La Asignación Universal por Hijo para Protección Social es una prioridad del Gobierno Nacional para que más de 3 millones y medio de niños, niñas y adolescentes menores de 18 años o discapacitados, cuyos padres estén desempleados, trabajando en el mercado informal o en el servicio doméstico (percibiendo un salario menor al mínimo vital y móvil) o sean monotributistas sociales, mejoren sus condiciones de vida, salud y educación.

Los montos a cobrar por la Asignación Universal son de 460 pesos por hijo/a y 1500 pesos por hijo/a discapacitado. Todos los meses se pagará el 80 % de estos montos porque el 20% restante se hará efectivo una vez al año si su hijo/a cumple con los requisitos de salud y educación. Más información en http://www.anses.gob.ar/destacados/asignacion-universal-por-hijo-1 (Consultado el 6 de junio de 2014).

2.5 ¿QUIÉN NOMBRA A LOS JÓVENES TECNOLÓGICOS?

Parece haber una necesidad teórica de nominalizar a los jóvenes que utilizan tecnologías. Nativos digitales es un término que ya cobró notoriedad incluso por fuera de la academia. El concepto fue acuñado por Marc Prensky (2001) en el artículo *Digital Natives, Digital Inmigrants*. En ese trabajo postulaba la inquietud acerca de que los estudiantes hablaban un lenguaje y poseían conocimientos diferentes a los docentes y que esto acarrearía un problema para la educación contemporánea. "El promedio de los estudiantes universitarios de hoy pasa menos de 5.000 horas de su vida leyendo, pero más de 10.000 horas jugando videojuegos (sin mencionar las 20.000 horas mirando TV) Los juegos de computadora, el email, Internet, los teléfonos celulares y los mensajeros instantáneos son parte integral de sus vidas" (Prensky, 2001). Los nativos digitales, familiarizados con las tecnologías de su época, y sobre todo con un nuevo lenguaje digital, superarían en conocimientos específicos a sus docentes y al estar habituados en modos diferentes de acercarse al conocimiento, la relación con la escuela entraría en crisis. Para Prensky, los nativos digitales prefieren la lectura hipervincular a la lineal, el audiovisual a lo escrito, el juego al estudio aburrido que propone la escuela.

Diversos son los autores que retoman a Prensky en sus postulados y afianzan esta teoría en diferentes latitudes. Es cierto que los jóvenes son los principales usuarios y consumidores de las tecnologías de su época, podemos arriesgar incluso que en otras épocas y con otras tecnologías sucedió lo mismo. En esta oportunidad, la digitalización se presenta como facilitadora de prácticas y se convierte en obligatoria para actividades laborales y educacionales. De ello que saber usar las tecnologías sea considerado un capital cultural de distinción en la contemporaneidad.

En Argentina, Alejandro Piscitelli (2009) en su libro *Nativos Digitales. Dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de la participación* desarrolla el concepto ejemplificando y afianzando una postura favorable ante esta manera de pensar a los jóvenes. Capítulos como "Nativos digitales. La insuturable brecha cognitiva y de esos polialfabetismos tan necesitados", "Los bárbaros de *Google*. Educando con sentido a la Generación Einstein" y "La alfabetización digital como nueva infraestructura del conocimiento" y "De los grandes maestros a los grandes mediadores. Diseñando el paradigma de los docentes 2.0", presentan visiones celebratorias de los nativos digitales

como aquellos que crean universos sobre llanuras, quienes no necesitan docentes sino mediadores, quienes se asemejan a Einstein en su inteligencia tecnológica. Esta exageración se asienta en diversos autores que replican el concepto.

Los nativos digitales serían aquellos que nacieron desde mediados de la década de los ochenta en adelante. Y por ello comenzaron a socializar a principios de los noventa y a familiarizarse con las tecnologías digitales: computadoras y videojuegos principalmente. Esta categorización un tanto positivista, podríamos decir, no se ocupa de perspectivas como la clase y engloba por un corte generacional a todos los jóvenes sin atender si tienen la posibilidad de acceder a una computadora.

El concepto señala que el nativo digital participa entonces de un lenguaje materno (de allí la palabra nativo). Esta trampa comunicacional (de sentido) supone que quienes no lean y escriban el lenguaje materno (en este caso el digital) son analfabetos. Entonces, se acuña un segundo término en este andamiaje teórico: "analfabetismo digital". Nuestra crítica al término se basa en que el analfabetismo es una condición excluyente y con el mandato social de ser superada. Las naciones miden sus niveles de desarrollo también mediante la cantidad de población alfabetizada. De ello que los estados inviertan recursos y generen políticas públicas a favor de reducir el analfabetismo. Asimismo, al ser un motivo de vergüenza y un estadio a ser superado a temprana edad, ser analfabeto también se convierte en un insulto. En este sentido, un nuevo analfabetismo, el digital, aparece en la escena moderna-posmoderna de la mano de promesas como la Sociedad de la Información donde la denominada brecha digital es entonces la división entre quienes comprenden este nuevo lenguaje y quienes no, por acceso, conectividad o saberes para maniobrar tecnologías.

Por su parte, Octavio Islas sostiene que "*La Generación Einstein* se desenvuelve en una nueva ecología cultural, en la cual las comunicaciones digitales observan un rol protagónico en la formación de la percepción y la comprensión de la realidad" (Islas, 2009). Además agrega que la habilidad de poder realizar varias tareas simultáneamente (multitasking) representa uno de los rasgos distintivos de la *Generación Einstein*. En este sentido se retoma y se afianza el concepto de Prensky proponiendo que estos jóvenes son más inteligentes que generaciones pasadas.

Consideramos a la luz de las lecturas al respecto que desde la academia se debería tener una lectura un tanto más profunda de las categorías con las que se trabaja, simplemente

poniéndolas bajo crítica antes de reproducir mandatos del sistema que poco tienen que ver con la construcción de conocimiento.

La Generación Multimedia es un término que acuñó Roxana Morduchowicz (2008) en un libro que realiza un estudio cuantitativo muy valioso donde deja de manifiesto que los jóvenes generan una relación allegada con las tecnologías. Su estudio se basa en encuestas en todo el país donde pregunta por las costumbres de la televisión, la radio, la computadora y los dispositivos de música portátiles. Como un corte etario por completo se presenta como asiduo usuario de estas tecnologías de la comunicación, el nombre "generación multimedia" le sirve a la autora para describir a un grupo que se socializa a la vez en un mismo momento histórico compartiendo una misma subjetividad.

Al margen de las palabras específicas empleadas para denominar a los jóvenes que se relacionan con las tecnologías de su época, debemos subrayar las múltiples maneras de nombrarlos como un indicador de que la relación entre jóvenes y tecnologías es percibida como un terreno donde las Ciencias Sociales y la Comunicación en especial focaliza construyendo objetos de estudio novedosos y con conciencia de época[35]. Lo que podemos inferir como hallazgo teórico es que este interés por los jóvenes usuarios de tecnologías evidencia la aparición de un nuevo sujeto de la comunicación. Si en páginas anteriores nos preguntábamos acerca de los términos "usos" y "apropiaciones", debatíamos el tradicional concepto de "receptor", reivindicando el aporte de Stuart Hall al hablar de "decodificador", los jóvenes que se relacionan con las tecnologías, con las características que describíamos, se erigen como el sujeto de la comunicación emisor-receptor, creador de la narración tanto en el momento de su puesta en acto (chat, mensajería instantánea, videojuego), como emisor de sus propios acontecimientos (video y foto en sitios de alojamiento de video como *YouTube* o *Vimeo*, de imágenes fijas como en *Picasa* o *Fotolog*, y de narraciones multimediales como en *Facebook*). En términos teóricos el joven que se relaciona con las tecnologías contemporáneas tiene las características de un *prosumidor*. Esta conceptualización la acuñó Alvin Toffler (1980) en su libro *La Tercera Ola*. El término hace referencia a los consumidores, usuarios de productos que a la vez contribuyen de algún modo a crear otros. Habla de una actividad conciente en la producción y en los procesos de consumo concomitantes. Este sujeto, en

[35] Un trabajo que se ocupa de mapear los términos que se emplean para denominar a los jóvenes que usan tecnologías recomendamos la lectura de Gértrudix Barrio, Felipe y otros "Una taxonomía del término "nativo digital". Nuevas formas de relación y de comunicación.

el plano comunicacional, participa de la creación de mensajes, de prácticas de lenguaje, de usos novedosos y diversos de tecnologías, a la vez que usa y realiza prácticas que le preexisten. Esta ida y vuelta entre la creación y la reproducción hace del prosumidor un creador dentro de los cánones de ciertos mecanismos estipulados. Por ello, no consideramos que el prosumidor trabaje sobre la nada. En términos de Bajtín podríamos decir que sienta sus bases novedosas sobre una polifonía, es creador y dueño de su narración, pero a la vez no es un primer hablante que rompe con su palabra el silencio eterno del universo sino que copia sintaxis, rememora acontecimientos, crea sobre un terreno fértil narraciones textuales, sonoras, audiovisuales, fotográficas, en definitiva, multimediales, poniendo en juego los elementos que su bagaje cultural (podríamos decir su habitus en términos bourdienos) le otorga.

Las tecnologías son en primera instancia mercancías y de allí que hacer uso de ellas implica el consumo. El concepto de consumo nos interesa cuando está ligado a la identidad. En nuestro trabajo “Consumos identitarios. Construcciones comunicacionales recíprocas entre *chetos* y *cumbieros*” (Murolo, 2011), exploramos la configuración de los grupos juveniles desde la perspectiva del consumo. De allí que entendamos que algunas mercancías o prácticas que se derivan de ellas se suman al constructo identitario juvenil en grupos del pertenencia.

Desde estas perspectivas nos interesa explorar el objeto de investigación construido.

3. ASIR EN LA EBULLICIÓN. UNA PROPUESTA METODOLÓGICA……..……
3.1 El objeto empírico y las unidades de análisis. El Conurbano Bonaerense como territorio simbólico…….……..……...…
3.2 Relevamiento bibliográfico……...
3.3 La entrevista y los entrevistados……
3.4 Otras técnicas…..……...……....
3.5 Categorías de análisis……..……..

3. ASIR EN LA EBULLICIÓN. UNA PROPUESTA METODOLÓGICA

El objeto de investigación que hemos construido para esta tesis se inscribe en el campo de la Comunicación. Escapa a este trabajo reflexionar en torno a la caracterización de campo, disciplina o área de conocimiento. Sin embargo, apostamos a la Comunicación como una mirada, como un modo ecléctico de abordar los objetos interesándose principalmente por los procesos de construcción de significado en el marco de las prácticas sociales[36].

Los objetos de la Comunicación son construidos a raíz de las preguntas que se hace un comunicador. Estas tienen que ver fundamentalmente con la génesis, permanencia, consolidación, transformación, y disputas por la hegemonía en la construcción de significaciones. Muchas veces, como en nuestra investigación, estas significaciones están ligadas a los usos, apropiaciones y las prácticas en sociedad. En este afán de respuestas no resulta ajeno abordar los objetos de diversos modos, algunas veces novedosos, otras veces con las mismas herramientas con las cuales otras disciplinas abordan los suyos. La diferencia estriba en qué se busca responder con el abordaje metodológico en la consecuente focalización.

En nuestra investigación buscamos abordar usos sociales de las tecnologías de la comunicación y en la misma enunciación se establece la problemática metodológica.

[36] Por esta postura que tomamos consideramos que el campo de la Comunicación debería dejar de pedir permiso y perdón en ponencias, proyectos de investigación, tesis, por tomar prestadas de otras disciplinas técnicas de recolección de datos. Consideramos que el campo de la Comunicación forja una identidad propia, y podemos, en primera instancia, recurrir a un punto de vista institucional para reafirmarlo: carreras y facultades, institutos y centros de investigación, investigadores y becarios, publicaciones, congresos y jornadas dedicados a las problemáticas de la comunicación. Además del escenario social que toma a la comunicación como temática de agenda en casos de resonancia mundial como NSA o Wikileaks y Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina. Es decir, una trayectoria tal que le permite presentarse como un campo conformado. Entonces, al margen de sus aportes, la identidad del campo tiene que ver con la mirada que propone y también con su eclecticismo metodológico.

Los usos son cambiantes, dependen de quien los practique, en qué momento histórico tienen lugar, en cuál sociedad se desarrollan, bajo que condiciones materiales y simbólicas, bajo qué régimen político de distribución y accesibilidad. Por otra parte, las tecnologías son de orden cambiante (cualesquiera sean, no solamente las comunicacionales). Al no asentarnos en datos cuantitativos, proponemos entonces, una exploración que se basa de algún modo en indicios (Ginzburg, 2008) los cuales logran operacionalizarse en reiteraciones y encadenamientos con otros indicios.

Los usos y apropiaciones, por múltiples y cambiantes, por momentos pertenecen a una dimensión inclasificable. Es entonces cuando la perspectiva cualitativa permite un abordaje indicial. Ginzburg ejemplifica esta práctica con las figuras del detective, el cazador y el médico porque se valen de huellas, síntomas y datos que a primera instancia pueden parecer mínimos. Son estos los indicios necesarios para cimentar sus reflexiones y conclusiones, para construir su conocimiento. Estas *pistas* en nuestra investigación se traducen principalmente en impresiones de observación y dichos de los entrevistados, pero también en datos tomados del relevamiento bibliográfico específico, documentación oficial y publicaciones mediáticas. Estas informaciones son abordadas por nuestra investigación de modo indicial y articulado. Esto es relacionando los indicios como datos pertenecientes a un contexto histórico-social y cultural específico. Es imposible investigar en Ciencias Sociales por fuera del contexto histórico en el que se inscribe la construcción del objeto y la mirada que lo interpela.

Estos aislados datos indiciales –mínimos en comparación con contundentes datos cuantitativos- son los necesarios para satisfacer nuestras inquietudes alrededor del objeto de investigación que hemos construido.

Los usos y apropiaciones tecnológicos son de índole cambiante, porque las tecnologías como artilugios creados por el ser humano pertenecen a una época y satisfacen necesidades coyunturales a la vez que participan de una economía moral individual, familiar y social al proponer elecciones, pertenencia y status social (Silverstone y otros, 1996). Por otra parte, variables como la juventud y el territorio donde realizamos la investigación se presentan también como dimensiones móviles.

La juventud como concepto se caracteriza de una manera o de otra dependiendo de las variables del tiempo y del espacio: la juventud no siempre fue como hoy la conocemos, de hecho –siguiendo a Bourdieu- hubo momentos históricos donde la juventud como

categoría social y proceso vital no existía como hoy la conocemos y se pasaba de la niñez a la adultez. Ser joven entre los años 2011 y 2014 no es lo mismo que serlo cien años atrás; en Argentina, puntualmente en el históricamente contingente territorio del Conurbano Bonaerense Sur, no es lo mismo que serlo en la India, San Salvador de Jujuy o, sin ir más lejos, el Barrio Norte de la –cercana- Capital Federal. Porque las variables que intervienen son temporales y espaciales, histórico-sociales, pero por debajo y por detrás entendemos que son dimensiones simbólicas: de representaciones, imaginarios, modos de habitar el mundo y, de ello, resignificar, y participar en tensiones de poder por construir significados.

Estar escolarizado o no, tener a los padres presentes o no, contar con la posibilidad de realizar los consumos culturales deseados o no, determinan una construcción de joven que a la vez sobre-determina sus modos de ocupación del espacio público, los usos del cuerpo, de la moda y, por supuesto, de las tecnologías de su época. Por estos motivos nuestras principales categorías de investigación nos configuran un terreno fangoso, un palimpsesto más que un rompecabezas, por lo cual debemos tener conciencia de que si bien clasificamos y agrupamos usos y apropiaciones para poder explicarlos, se trata de prácticas en sociedad que contienen una densidad política y cultural en ebullición.

Los usos sociales tecnológicos, entendemos, participan en la actualidad de modo privilegiado en la construcción identitaria juvenil. La moda, los accesorios, tatuajes y piercings, los peinados, las formas de ocupar el espacio público, los lugares donde hay que ir, modismos del lenguaje, bandas musicales a las cuales hay que seguir –consumos culturales en general- son indicadores por momentos sincrónicos de cómo son los jóvenes. En este sentido, los usos tecnológicos operan como una variable más –históricamente novedosa- de esta construcción de la identidad en una era de la digitalización que tiene a los jóvenes como sus principales usuarios, impulsores de apropiaciones y prácticas sociales creativas con otros jóvenes.

Por otro lado apelaremos a la narración de casos puntuales que a la luz de las entrevistas a jóvenes entendemos que son casos testigos y resultan pertinentes a la hora de describir y permitirnos analizarlos como usos recurrentes.

Las tecnologías se constituyen como un continuum de novedad, son a la vez emergentes y perecederas. Los usos de las tecnologías son, en primera instancia, difíciles de categorizar, de encuadrar y con ello también son difíciles de ver, de anotar, de registrar

en video o en audio, son difíciles de asir porque se encuentran constantemente en ebullición. Podemos obtener muestras metonímicas en los registros de video y fotográficos que contextualizaremos con las notas de campo y refuerzan a los testimonios.

Entendemos que la metodología es la teoría de la práctica, mientras las técnicas son sus herramientas. En esta investigación proponemos algunas herramientas para abordar el estudio de los usos de las tecnologías de la comunicación por parte de los jóvenes del Conurbano Bonaerense Sur. Es de nuestro interés evidenciar los usos hegemónicos y contrahegemonicos que pudieran darse. Esto es, en las relaciones de poder que se ponen en juego a la hora de la apropiación y resignificación tecnológica entre normas y postulados sociales frente a usos novedosos juveniles que irrumpen como prácticas en sociedad.

Roger Silverstone sostiene que la apropiación se da en tres niveles, uno alienado, donde se realiza lo que la tecnología –gestores y agentes del marketing- proponen hacer con ellas; en segundo lugar, usos que adornan y ejercen algún tipo de modificación a las prácticas pre-establecidas y finalmente usos que modifican, que crean un nuevo espacio de acción. El nacimiento de nuevos modos de emplear las tecnologías de la comunicación tanto como la reproducción, objetización, incorporación y conversión de modos ya existentes serán puntos de atención de nuestro abordaje metodológico (Silverstone y otros, 1996).

En ese sentido en las primeras exploraciones en el campo, mediante observaciones y entrevistas, nos encontramos con diferentes grados de uso y apropiación de las tecnologías que nos condujo a apelar a categorías de análisis como herramientas metodológicas. En este sentido, los apartados que se ocupan de los usos educativos, los usos de descarga y visualización de material en internet, los usos de las redes sociales virtuales y chats como plataformas para la construcción semiológica de uno mismo, los usos del ciber, los rituales generados alrededor de los videojuegos y los desplegados con la telefonía móvil en el espacio público, no pretenden aglutinar diferentes usos para los fines expositivos y analíticos, como tampoco pretenden ser categorías estancas ni abarcar la totalidad de los usos posibles. De ello que diferentes usos tengan diferentes modos de ser abordados y consideremos necesario hacerlo explícito en cada apartado.

Las preguntas por los usos proponen la perspectiva metodológica a seguir. La pregunta por *cuáles* son los usos de las tecnologías (una pretensión más por acercarnos a su conocimiento que por categorizarlos) nos lleva a agruparlos y a rotularlos.

Entonces, la pregunta sobre *cómo* se usan las tecnologías, los modos de percibir estos usos, los significados construidos dentro de los regímenes de usabilidad propuestos y desarrollados por los jóvenes, son espacios donde la presente investigación pone su foco de interés.

3.1 EL OBJETO EMPÍRICO Y LAS UNIDADES DE ANÁLISIS. EL CONURBANO BONAERENSE COMO TERRITORIO SIMBÓLICO

El objeto de investigación es construido por un investigador y para eso intervienen variables que por una parte "recortan" es decir dejan de lado universos que no se abarcan porque no pertenecen a los intereses directos de la investigación. Por otro lado intervienen variables que "focalizan". A diferencia del recorte que se desentiende de lo que queda por fuera y se queda con lo "recortado", la focalización pone su atención en un objeto construido pero no aísla este objeto de su contexto. Es como una luz que ilumina puntualmente un referente, pero que deja vislumbrar –aunque por momentos, difuso- sus alrededores. Consideramos que muchas veces esos alrededores también son el referente.

En el marco de las Ciencias Sociales entendemos a los objetos que forman parte de nuestra investigación como construcciones históricas, sociales, culturales, producto de luchas de sentido y condiciones de existencia, bajo regímenes de visibilidad y circulación, en definitiva, dentro de condicionamientos políticos -en el sentido amplio del término.

De ello que nuestras focalizaciones –no recortes- comprenden dimensiones espaciales, temporales y decisiones que conciernen al objeto empírico a ser indagado, como también a las unidades de análisis. Los usos sociales de las tecnologías de la comunicación pueden ser indagados en diferentes momentos históricos y diferentes sociedades. En nuestro caso decidimos realizar el estudio en el Conurbano Bonaerense Sur y como objeto empírico trabajamos en el partido de Quilmes.

El Conurbano Bonaerense se comprende generalmente mediante una división en "cordones". La noción de "cordón" tiene una connotación estrictamente de continuidad

geográfica; el “primer cordón” se representa en general como un anillo de partidos que rodean a la Ciudad de Buenos Aires; y el “segundo cordón” como un anillo sucesivo que abarca partidos más alejados de la Ciudad de Buenos Aires. También se habla a veces de un “tercer cordón”. Según el INDEC, “cuando se habla de las características del primer o segundo cordón, también se da por supuesta una cierta homogeneidad de la población en ellos incluida” (INDEC, 2003). El entonces Jefe de Gabinete de Ministros de la Nación, Aníbal Fernández, en una entrevista exclusiva para la presente investigación en 2010, afirmaba que las condiciones sociales de los partidos del Conurbano Bonaerense son similares. El funcionario, exintendente de Quilmes, confirmaba la premisa del INDEC y la presunción de que nuestro recorte y focalización en Quilmes es válido como índice del territorio que se intenta indagar[37].

De allí que indagar sobre la realidad comunicacional y social de un territorio urbano cercano a la Ciudad de Buenos Aires, puede arrojar indicios para entender el cruce entre la modernización propuesta por la denominada Sociedad de la Información y las prácticas comunicacionales generadas por los jóvenes de este momento histórico.

La división en “cordones” supone este mapa:

Primer Cordón: Avellaneda, Lanús, Lomas de Zamora, La Matanza (una parte), Morón, Tres de Febrero, San Martín, Vicente López, San Isidro.

Segundo Cordón: Quilmes, Berazategui, Florencio Varela, Esteban Echeverría, Ezeiza, Moreno, Merlo, Malvinas Argentinas, Hurlingham, Ituzaingo, Tigre, San Fernando, José C. Paz, San Miguel, La Matanza (una parte), Almirante Brown.

Tercer Cordón: La Plata, Berisso, Ensenada, San Vicente, Pte. Perón, Marcos Paz, Gral. Rodríguez, Escobar y Pilar.

El partido de Quilmes, junto con Berazategui y Florencio Varela forma parte del segundo cordón del Conurbano Bonaerense Sur.

Algunos datos a tener en cuenta del partido de Quilmes son los siguientes:

- El Municipio de Quilmes es uno de los 134 municipios que integran la Provincia de Buenos Aires.
- Está ubicado en el sudeste del Conurbano Bonaerense, sobre la costa del Río de la Plata y a 17 kilómetros de la Capital Federal.

[37] Entrevista exclusiva realizada en la Casa de Gobierno en agosto de 2010. La desgrabación completa se encuentra en los anexos.

- Quilmes pertenece al conglomerado del Gran Buenos Aires. Ocupa una superficie de 94 km2 con una población de 582.943 habitantes, según INDEC 2010[38].
- Es el segundo partido más poblado del Conurbano Bonaerense y suma casi el 5 % de la población total de toda la Provincia de Buenos Aires.
- El Municipio de Quilmes se encuentra subdividido en las localidades de Quilmes, Bernal, Don Bosco, Ezpeleta, San Francisco Solano y Villa La Florida.
- Densidad de población: 4.663,5 hab./km².
- No existen zonas rurales.
- El analfabetismo es inferior al 2,5%.

Como observamos, el municipio de Quilmes se encuentra dividido en seis localidades: Quilmes Centro, Bernal, San Francisco Solano, Villa La Florida, Ezpeleta y Don Bosco. En estos barrios se representa el Oeste y el Este del partido. Se trabajarán las técnicas de observación en ciberlocales y en el ámbito privado, las entrevistas cualitativas.

El territorio[39] es elegido por tratarse, desde algunos puntos de vista, de un espacio social intermedio y contingente entre la premodernidad y la posmodernidad. El Conurbano Bonaerense es un territorio donde conviven las villas de emergencia con los barrios cerrados (*countries*), los almacenes de barrio con los *shopping centers*, las calles de tierra con el asfalto, los restaurantes de renombre con los locales bailables de música tropical, los autos de lujo y los carros tirados por hombres o caballos, es donde conviven los *chetos* con los *cumbieros*. El Conurbano Bonaerense es el escenario por antonomasia del oxímoron donde se encontraron las Universidades Públicas nacidas en los últimos veinte años, con el clientelismo político. Una posibilidad de seguir estudiando para un inmenso público que, en numerosos casos, se erige como primera generación familiar en acceder a la universidad, conviviendo con residuos de prácticas políticas partidarias que se asentaron en la ignorancia y la necesidad. Este territorio de

---

[38] Datos disponibles en: http://www.indec.gov.ar/ (Consultado el 24 de enero de 2012).

[39] Hacemos referencia a una definición conceptual de "Conurbano Bonaerense", pero nos referiremos comúnmente a "Conurbano Bonaerense Sur", como porción del territorio escogida para el desarrollo de la investigación empírica. El Conurbano Bonaerense Sur implicaría los partidos de Avellaneda, Quilmes, Berazategui y Florencio Varela, estos últimos también dentro de la denominación "segundo cordón", en referencia a la distancia geográfica de la Capital Federal. Para una descripción oficial del territorio "Gran Buenos Aires", remitirse al documento del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC), disponible en: http://www.indec.mecon.ar/glosario/folletoGBA.pdf

desigualdad endémica hace propicia una mirada que ponga el foco en las diferencias de clase (sin entrar en una taxonomía de las clases sociales en el sentido clásico, sino más bien entendiendo a las clases como *comunicacionales* más que sociales[40]), con relación a unos objetos sofisticados, pero habituales por obligación sistémica, como son las tecnologías de la comunicación.

Sostiene Gilberto Giménez que "si asumimos el punto de vista de los sujetos individuales, la identidad puede definirse como un proceso subjetivo (y frecuentemente auto-reflexivo) por el que los sujetos definen su diferencia de otros sujetos (y de su entorno social) mediante la auto-asignación de un repertorio de atributos culturales frecuentemente valorizados y relativamente estables en el tiempo. Pero debe añadirse de inmediato una precisión capital: la autoidentificación del sujeto del modo susodicho requiere ser reconocida por los demás sujetos con quienes interactúa para que exista social y públicamente. Por eso decimos que la identidad del individuo no es simplemente numérica, sino también una identidad cualitativa que se forma, se mantiene y se manifiesta en y por los procesos de interacción y comunicación social (Giménez, 2004).

La identidad colectiva, si bien puede recaer en un reduccionismo y generalización, existe desde el momento en que un grupo reconoce como parte de su cultura determinados valores, prácticas, hábitos y una historia común. A la vez, los "otros" la reconocen en ellos, produciendo una identificación. En el caso del Conurbano, los discursos sociales que pretenden identificarlo provienen de una construcción desde el afuera.

Un enfoque minimizador y simplificador de las problemáticas que pueden existir en el Conurbano Bonaerense es el que, de modo metonímico, proponen los medios masivos de comunicación para definir el territorio. La inseguridad, la droga, la violencia, una juventud perdida, son los significantes recurrentes preferidos para categorizar un territorio caótico y desesperado. De ello que la simple definición "Conurbano", por insistencia, remita a aspectos negativos de toda una comunidad. A su vez, Conurbano equivale a suburbio, lo que hace que esa oscuridad significante persista en el término. Eso que rodea, que es y no es, que es ciudad pero no es "la gran ciudad" lindante; que es

[40] Esta postura teórica fue explicitada en el marco teórico y trabajada en "Celu, Play y Altas Llantas. Jóvenes, consumo y diferencias sociales", Murolo (2010). Disponible en: http://www.redcomunicacion.org/memorias/p_jornadas_p.php?id=1282&idj=11

subdesarrollado, pero no es un espacio rural con una temporalidad otra para la socialización; esa identidad confusa y errante hace del Conurbano Bonaerense un terreno contingente.

El terreno está signado, entonces, por la lucha de sentido. Por un lado, una categorización ideológica culposa y tributaria de los males sociales; por otro, una insistencia en la reivindicación que apela a "valores" -podría decirse que hasta religiosos- para demostrar la verdad del territorio. La familia, el trabajo, el estudio, la solidaridad, la idea de "barrio" se erigen en el discurso como un bastión genérico argumentativo que necesita describir su realidad social como "normal".

En este escenario, la identidad construida desde afuera se presenta como parte del habitus, donde los jóvenes distribuidos en clases comunicacionales como *chetos* y *cumbieros*, asimilan su pertenencia a grupos como *turros* y *rochos*, estos últimos asumiendo el estigma de los medios de comunicación hacia su propia construcción semiológica. Modos de vestir, de ocupar el espacio público, de peinarse, usar piercing, usos del cuerpo y del lenguaje son señalados como originarios entre los pibes y pibas del Conurbano como índice esencial de su configuración como grupo social específico. El Conurbano es, por definición, un significante en lucha. Por un lado la hegemonía del lenguaje de los medios masivos de comunicación y la cimentación social excluyente, por el otro el pueblo del Conurbano que en sus prácticas es tanto reproductor como resistente de estos sentidos. El agenciamiento de los jóvenes del Conurbano se expresa no solamente en estas agrupaciones alrededor de los modos de vestir, la música y las modas, sino también en las maneras, algunas de ellas novedosas, de utilizar las tecnologías de la comunicación de su época. Usos como el ciber y *Conectar Igualdad* son de alta visibilidad en este terreno, otros como el de "Telefonía móvil y espacio público", que usan sus reproductores de MP3 en el transporte público sin auriculares, serán fruto de importantes apartados del capítulo destinado al análisis de los usos hallados y considerados en el proceso de recolección de datos.

Dos elementos más hacen del territorio un espacio de interés para la presente investigación. El primero es que en el Conurbano Bonaerense habita un cuarto de la población total del país[41], y a raíz de esta masa poblacional se generan preguntas acerca

[41] Los 24 partidos del Gran Buenos Aires cuentan con una población de 9.910.282 de habitantes, sobre 40.091.359 de habitantes totales del país (Censo 2010), datos disponibles en http://www.censo2010.indec.gov.ar/

de lo simbólico en las maneras de vivir juntos y el interés por vivir allí. En segundo lugar, los estudios académicos sobre el Conurbano Bonaerense se centran principalmente en la Sociología y la Ciencia Política –por ejemplo Kessler, Svampa y González Bombal (2010)- más que en la Comunicación y los procesos de configuración de sentido desde el territorio, donde encuentra pertinencia y vacancia nuestra propuesta de tesis.

En cuanto a la dimensión temporal, es de nuestro interés abordar la investigación de modo sincrónico, es decir, evidenciar y visibilizar usos sociales y prácticas tecnológicas por parte de jóvenes en el momento en que están siendo llevadas a cabo. De ello que la investigación fije sus límites temporales entre los años 2011 y 2014.

Una decisión dentro de las variables planteadas es la de definir etariamente a los jóvenes que son nuestros informantes. El concepto de juventud corresponde ser definido en el marco teórico, y sin lugar a dudas la manera en que comprendamos esa idea tendrá relación al modo de emplear el concepto como categoría empírica. De allí operacionalizamos nuestro objeto empírico. En este sentido, nuestros informantes son varones y mujeres, definidos entre 14 y 24 años de edad, residentes en las seis localidades del partido de Quilmes.

En cuanto a la cantidad de nuestros entrevistados hemos propuesto veinte informantes que, al tratarse de entrevistas cualitativas, es una cantidad que resulta pertinente para evidenciar casos y provocar un análisis a la luz de la teoría.

Estos jóvenes fueron escogidos de manera aleatoria. Es decir, no son conocidos del investigador sino conocidos de conocidos, por lo cual la entrevista se desarrolla como un intercambio ciego, que necesita primeramente una negociación de confianza. Al tratarse la totalidad de las entrevistas de esta manera se mantiene un criterio de selección y de desarrollo de la búsqueda de información.

En relación a estos jóvenes, estamos hablando de un sector que la Psicología llamaría “adolescentes” y también de más edad, sector generacional que se encuentra interpelado por las tecnologías, en una franja etaria de la juventud donde se produce la constitución de la identidad de manera individual y grupal con mayor evidencia que en otras instancias de la existencia. Por ello haremos hincapié en advertir las dinámicas de constitución de grupos juveniles (llamados “tribus” por algunos autores) los cuales presenten marcadas ligazones con las tecnologías.

Las unidades de análisis principales de la investigación son las entrevistas realizadas a los jóvenes. Sus dichos, descripciones y pensamientos acerca de sus prácticas tecnológicas son citas recurrentes y disparadores de reflexiones articuladas con la teoría.

3.2 RELEVAMIENTO BIBLIOGRÁFICO

Para sistematizar los antecedentes sobre las temáticas abordadas se exploró primeramente bibliografía específica que tematizara los conceptos clave de nuestra investigación. Se investigaron las memorias de los congresos y jornadas nacionales del campo de la Comunicación, revistas académicas, publicaciones, equipos de investigación y autores que trabajan los conceptos clave. Desde esta búsqueda se abordan los cruces de los conceptos de *juventud*, *tecnologías* y *usos* de la comunicación. Focalizamos primeramente en el recorrido de investigaciones realizadas en Argentina, como territorio de interés, y luego nos expandimos a relevar trabajos extranjeros.

Es insoslayable la producción académica de la comunicadora argentina Roxana Morduchowicz quien tiene una vasta bibliografía sobre el cruce entre jóvenes y tecnologías de la comunicación. Sus principales libros: *A mí la tele me enseña muchas cosas. La educación en medios para alumnos de sectores populares* (2001), libro surgido de su tesis doctoral, se adentra desde una perspectiva etnográfica en la relación entre estudiantes y la televisión en escuelas de sectores de bajos recursos de la Ciudad de Buenos Aires; en *La Generación Multimedia. Significados, consumos y prácticas culturales de los jóvenes* (2008), la autora explora los usos de las tecnologías en jóvenes argentinos mediante un estudio cuantitativo; y *Los jóvenes y las pantallas. Nuevas formas de sociabilidad* (2009), entre otros, se interesan en los usos que los jóvenes hacen de las tecnologías en medio de dos posturas extremas que se ocupan del estudio de los medios como foco central, una "apocalíptica" que ve a los jóvenes como víctimas de la exposición a escenas de violencia y de sexo a las cuales pueden acceder mediante Internet; y otra postura "integrada" que presenta a la juventud como una "generación del ordenador" y exalta de ella las capacidades de "sabios" que tienen en el manejo de tecnologías del futuro. En este sentido, su postura es observar los contextos sociales y culturales donde se desarrollan los usos y apropiaciones de estas tecnologías.

Morduchowicz es Licenciada en Comunicación Social y Doctora en Comunicación por la Universidad de Paris VIII y docente titular en la carrera de Ciencias de la

Comunicación de la Universidad de Buenos Aires. Dirigió el programa “La escuela y los medios”, dependiente de la Secretaría de Educación del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, donde fue responsable de la formación docente en este campo. Su libro *La Generación Multimedia* ha sido posible a partir de la investigación realizada para el programa. Es consultora en medios de comunicación y educación para la UNESCO y la Organización de Estados Iberoamericanos. Asimismo, fue autora de *La tele en familia* una publicación realizada para el Grupo Clarín con el fin de “orientar a los más chicos cuando ven la tele”. Como vemos su desempeño profesional oscila entre la administración pública, los organismos multilaterales de representación internacionales y los monopolios de medios de comunicación. De allí que podamos observar que sus posturas no pongan bajo una crítica aguda las conceptualizaciones hegemónicas que traen consigo las propuestas de la denominada “Sociedad de la Información”. En sus trabajos, por ejemplo, es común hallar referencias al “analfabetismo digital” y las perspectivas de clase. Si bien su libro *A mí la tele me enseña muchas cosas* se asienta en un trabajo de campo en villas de la Ciudad de Buenos Aires, no plantea la necesidad de posturas contra hegemónicas ni critica los postulados hegemónicos detrás de la imposición de las tecnologías, sino que propugna por un determinismo tecnológico y una adecuación de los jóvenes y el sistema educativo a estas.

En este mapa de autores podemos relacionar a Morduchowicz con Dominique Pasquier ya que publicó un artículo en su libro *Los jóvenes y las pantallas. Nuevas formas de socialidad.* Por su parte, Jesús Martín-Barbero es citado con frecuencia por la autora y prologó su libro.

Martín-Barbero es quizás uno de los primeros autores del campo de la comunicación que advirtió la importancia de teorizar acerca del cruce entre jóvenes y pantallas. En trabajos como: *Jóvenes: comunicación e identidad* (2002) y *El cambio de percepción en los jóvenes. Socialidades, tecnicidades y subjetividades* (2009) se ocupa de retomar la categoría de *nuevo sensorium* benjaminiana para aplicarla a la subjetividad juvenil entorno a las tecnologías de la información y la comunicación constantemente novedosas. En este sentido, Martín-Barbero propone prestar atención a la variable temporo-espacial en la que se experimenta la subjetividad juvenil. De ello que las tecnologías sean una expresión más de la velocidad vivencial de la música, los

automóviles, el videoclip y demás elementos cotidianos de una socialidad juvenil en la cual las tecnologías son una reafirmación y continuación naturalizadas.

En otro sector de nuestro mapa de autores ubicamos Néstor García Canclini y a Rosalía Winocur. García Canclini es una figura destacada en las Ciencias Sociales y en el campo comunicacional, su focalización principal estriba en el estatuto de la posmodernidad en Latinoamérica, el arte y los medios de comunicación. Se ocupa de los jóvenes y las tecnologías de la comunicación en su libro: *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad.* (2004). Formada en su equipo de investigación, la antropóloga argentina Rosalía Winocur, profundizó en temáticas ligadas con jóvenes y tecnologías, principalmente Internet y telefonía móvil, como en sus trabajos: *Robinson Crusoe ya tiene celular* (2009), *Internet en la vida cotidiana de los jóvenes* (2006), *La computadora e Internet como estrategia de inclusión social en el imaginario de los pobres* y *Redes virtuales y comunidades de internautas: nuevos núcleos de sociabilidad y reorganización de la esfera pública* (2001). Winocur propone interesantes tópicos para reflexionar sobre la inclusión de las tecnologías de la comunicación en las prácticas cotidianas de los jóvenes. La escuela, los medios de comunicación y la familia son vistos como factores mediadores esenciales a la hora de crear imaginarios alrededor de la imperiosa adopción de las tecnologías como un factor de inclusión social y laboral. Asimismo, sus trabajos sobre el estatuto de la telefonía móvil en la sociedad actual proponen pensar al dispositivo como un "artefacto ritual para controlar la incertidumbre" (Winocur, 2008) o como un "ansiolítico" (Winocur, 2010).

El investigador español Carles Feixa cuenta con obras destinadas a comprender las subjetividades grupales juveniles. En este sentido, retoma conceptos como el de "tribu" acuñado por Michele Maffesoli. En su libro *De jóvenes, bandas y tribus. Antropología de la juventud* (1998), se ocupa de realizar un mapa de microculturas juveniles comprendiéndolas por sus usos del espacio público, de la música, el consumo y las prácticas con el propio cuerpo. En este sentido, sus apreciaciones son de utilidad para repensar el estatuto de las culturas juveniles en Latinoamérica y en Argentina específicamente. Si bien la noción de "tribu" no es completa para describir a los grupos juveniles, ya que olvida o no pone en cuestión variables de tenor político como la clase social, el género, los niveles de educación, este trabajo propone una taxonomía siempre

incompleta pero interesante sobre la vida juntos de los jóvenes de fin de siglo XX. Asimismo, Feixa retoma conceptos imprescindibles al momento de pensar las culturas juveniles, como la idea de "cultura de habitación" acuñada por la antropóloga sueca Helena Wulff. Otra vez, este polémico concepto entra en lucha mediante su uso. Mientas Wulff lo acuña para pensar la realidad de las jóvenes de clase media-alta que mantienen prácticas intimistas en su habitación, escribiendo diarios íntimos, como espacio de encuentro con amigas y como espacio de propiedad para experimentar el paso de la niñez a la juventud. En realidades diversas como la que proponemos analizar en esta investigación, la idea de una cultura de la habitación muchas veces se ve desdibujada. Lo que pone de manifiesto que es imprescindible reflexionar sobre la aplicabilidad de conceptos hegemónicos en el campo de las Ciencias Sociales al momento de describir y analizar realidades diversas. La perspectiva histórico-social advierte este defasaje teórico, al tiempo que al advertir conceptos hegemonizados debemos mencionarlos y recalcar su impertinencia.

Asimismo, en este escenario de tecnologización cambiante nacieron conceptualizaciones tecnofílicas como las de "nativos digitales" y "emigrantes digitales" (Prensky, 2001). Los primeros son un grupo generacional –en primera instancia- pero luego social, económico, educativo, cultural, que comparte facilidades y desenvolvimientos casi naturales en el mundo digital; los segundos, quienes debieron "alfabetizarse", aprendiendo usos que no le son propios de nacimiento, pero que son requeridos en la sociedad actual para interactuar, estudiar y trabajar, como también para divertirse, entretenerse, abstraerse y pertenecer. Diversos son los autores que se ocuparon de retomar este concepto o de reconceptualizar a estos jóvenes tecnológicos (García, Portillo, Romo, Benito), los estudios de Alejandro Piscitelli (Argentina), en su ensayo *Nativos Digitales. Dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de la participación* (2009), artículos del mexicano Octavio Islas como *La convergencia cultural a través de la ecología de medios* (2009), donde califica a los jóvenes tecnologizadas como "Generación Einstein". Por su parte, Silvia Bacher (Argentina) en *Tatuados por los medios. Dilemas de la educación en la era digital* (2009) se ocupa del cruce entre educación y tecnologías advirtiendo un cambio de época y una deóntica actualización de la educación, proponiendo en su conclusión una serie de pasos hacia una "escuela Wiki".

Desde la Sociología en la Universidad de Buenos Aires, y alrededor de la temática de la digitalización y los jóvenes argentinos, son importantes los aportes de Mariana Pahor (2008), Julia Fernández Jeansalle (2008) y Julieta Bouille (2008), quienes tematizan estos usos desde una perspectiva de clase social. En el libro *Ciberculturas Juveniles* de Marcelo Urresti (2008), las tres autoras proponen los capítulos: "Cibercafés o la nueva esquina. Usos y apropiaciones de Internet en jóvenes de sectores populares urbanos" (Boullie), "Doble clic. Internet y jóvenes de clase media en la Ciudad de Buenos Aires" (Fernández Jeansalle), y "Conectad@s. Cómo usan Internet los jóvenes de clase alta de Buenos Aires" (Pahor). Boullie sostiene, al respecto de los jóvenes de clases bajas, que se acercan a Internet por medio de los cibercafés, en consonancia a una transpolación del espacio público de la plaza al espacio privado. Y allí aprenden ayudados por amigos, familiares o empleados de los locales a utilizar las tecnologías.

Por su parte, en la Universidad Católica de Santa Fe, la investigación bajo la dirección de Liliana Rita Barotto se ocupa de los "usos de las NTIC en la UCSF", donde se focaliza en las prácticas con las tecnologías por parte de docentes y estudiantes. En el libro *Cultura digital en América Latina. Investigación interuniversitaria, investigación y evangelización* (2012) se incluye en el capítulo VII, titulado "Uso de las TIC en las prácticas educativas universitarias", un estudio cuantitativo.

En este sentido, debemos mencionar el trabajo *La apropiación de las TIC por jóvenes de sectores populares urbanos en espacios de acceso público*, de Aguerre y otros (2011), trabajo que tematiza el uso por jóvenes en el partido de La Matanza, ubicado en el Noroeste del Conurbano Bonaerense. No obstante el trabajo guarda relación con nuestra propuesta en cuanto a un cruce de intereses y variables, el estudio se aplica puntualmente a organizaciones políticas.

Aunque en un estado inicial del tema, también debemos mencionar en este apartado el trabajo de Natalia Sarena (2006) que trata temáticas afines a nuestros intereses.

Asimismo, un tanto alejado a nuestro cruce de variables, pero tematizando cuestiones tangenciales, el investigador y bibliotecólogo mexicano Adolfo Rodríguez Gallardo en sus libros *La brecha digital y sus determinantes* (2006) y *Tecnologías de la información y brecha digital en México, 2001 – 2005* (2005) conceptualiza la brecha digital y analiza las variables incluidas en esa categorización, incluyendo la perspectiva económica. También en México, la tesis de maestría en antropología de la comunicadora Rossana

Reguillo Cruz, *En la calle otra vez. Las Bandas: identidad urbana y usos de la comunicación* (1991) se pregunta por los que denomina como "chavos banda", jóvenes de tribus urbanas (los metaleros, los punks y los cholos) y las construcciones identitarias mediadas por sus experiencias con la comunicación. Perspectiva también de interés para nuestra investigación ya que caracterizamos a la juventud de la cibercultura como un corte generacional que realiza sus actividades bajo la forma de identidades grupales de pertenencia.

La investigación en Comunicación sobre jóvenes tiene un lugar de relevancia dentro de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP. Esta institución nació como Escuela de Periodismo en 1934, en los '60 se transformó en Escuela Superior de Periodismo y logró estatuto de Facultad en 1994[42].

La temática juventud ocupa espacios como el *Observatorio de Jóvenes, Medios y Comunicación*, este espacio nuclea a otros y es partícipe del interés por describir y analizar las realidades juveniles junto con otros espacios de investigación, intervención y divulgación académica. Impulsado por la Dra. Florencia Saintout –Decana de la Facultad desde 2010- el observatorio cuenta entre sus áreas de trabajo la de "Jóvenes y consumos culturales"[43], donde se hallan trabajos pertinentes de retomar para esta tesis. En el marco del Observatorio se encuentran publicaciones en formatos de libros y periódicas: en la colección juventudes encontramos el libro "Videojuegos: las apariencias ¿engañan? Prácticas, relaciones e interacciones de los jóvenes usuarios de juegos en red" de María Bettina Blanco y Karina Beatriz Jáuregui. Asimismo, desde 2009 el Observatorio impulsa la *Revista Argentina de Estudios sobre Juventud*, dirigida por Saintout, y de aparición semestral. Tanto el tercer número de esta publicación digital titulado "Jóvenes y Tics: metáforas, apropiaciones y discursos", como el número cinco titulado "Jóvenes hoy: ¿generación y nativos digitales", contienen artículos de investigación de nuestro interés.

Asimismo, de esta articulación surgen también los Encuentros sobre Juventud, Medios, Industrias Culturales (JUMIC), que convocan a investigadores sobre juventudes en cada

---

[42] Página Web de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP http://www.perio.unlp.edu.ar/node/21 (Consultado el 6 de junio de 2014).

[43] Otras áreas de trabajo son: "Configuraciones mediáticas sobre las juventudes", "Jóvenes, políticas públicas y derechos", "Jóvenes, conflictividades y agencias de control" y "Jóvenes y participación política".

edición. De estos espacios que describíamos tomamos material de investigación relevante para nuestra investigación.

En otros espacios institucionales como la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) se encuentran inscriptos los programas de investigación en "Comunicación y Cultura" y el "Programa Juventud" desde los cuales se produce material académico pertinente para ser retomado por la presente investigación.

En cuanto a Congresos y Jornadas nacionales donde se trabajan y desarrollan temáticas relacionadas a los jóvenes, debemos focalizar nuestro relevamiento a los espacios destinados al cruce de variables juventud y tecnologías. En este sentido, son de importancia los Encuentros sobre Juventud, Medios de Comunicación e Industrias Culturales (JUMIC), realizados en cuatro oportunidades. La primera vez que se realizó JUMIC fue impulsado por la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata en 2009. En esa oportunidad tuvieron lugar paneles y mesas destinadas al cruce de jóvenes y tecnologías como el panel "Jóvenes y usos desiguales/diferentes de las tecnologías de comunicación", y las mesas: "Los jóvenes y las pantallas. Nuevos y viejos usos y apropiaciones", "Culturas juveniles y apropiaciones del espacio público a través de la tecnología", "Generaciones multimediales" y "jóvenes y consumos culturales", por lo cual en el encuentro se le asignó un lugar transcendente a la relación entre juventud y tecnologías. Las ponencias de estas mesas nutren por lo tanto este estado de la cuestión. En este encuentro se hallaron veintiocho ponencias que tematizan el cruce entre jóvenes y tecnologías, de autores de todo el país.

La segunda edición de JUMIC tuvo como título "Sujetos, miradas, prácticas y discursos" y se llevó adelante en la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Tucumán. En el encuentro tuvieron lugar el panel: "Jóvenes, viejos y nuevos medios". Asimismo contó con las mesas de interés para nuestro trabajo: "Discursos sobre jóvenes y juventud en los medios de Comunicación", "Recepción, prácticas y usos: los modos juveniles de estar juntos en la cultura de masas", "Juventud, Educación y Nuevas Tecnologías: apropiaciones y usos" y "Jóvenes, políticas y alternatividades". En el marco de estas mesas se presentaron dieciseis trabajos que incumben a nuestra tesis.

3.3 LA ENTREVISTA Y LOS ENTREVISTADOS

En una primera instancia las entrevistas se postulan como las principales unidades de análisis. Estas entrevistas fueron realizadas en la misma ciudad de Quilmes, por las tardes y en diferentes espacios, generalmente en entornos amenos donde además de ser entrevistados (más a modo de charla informal, aunque focalizada en un tema principal) los jóvenes y el investigador comparten una merienda.

Los espacios preponderantes fueron el comedor de la Universidad Nacional de Quilmes, donde tenemos lugar de trabajo de la beca del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET); en el patio de comidas de *Quilmes Factory* (el shopping de Quilmes Oeste, cercano a San Francisco Solano y Villa La Florida), como también el bar de la estación de servicios *Shell* ubicada en la intersección de las calles Garibaldi y Lavalle (Quilmes Centro), apropiada como centro neurálgico de encuentro juvenil previo a las salidas a boliches y bares de Quilmes Centro. Asimismo, algunas entrevistas se realizaron en los domicilios de los jóvenes[44].

	ENTREVISTAS CON JÓVENES INFORMANTES				
	FECHA	LUGAR	NOMBRE	LUGAR DE RESIDENCIA	EDAD
1	05/05/2011	Villa La Florida	Facundo	Villa La Florida	17 años
2	19/05/2011	Villa La Florida	Lucas	Villa La Florida	14 años
3	01/06/2011	Villa La Florida	Leandro	Villa La Florida	15 años
4	11/06/2012	Vía MSN	Fernando	Quilmes Centro	24 años
5	12/11/2012	Vía MSN	Lautaro	Quilmes Centro	22 años
6	11/03/2013	UNQ	Federico	Quilmes Centro	20 años
7	18/03/2013	UNQ	Nair	Quilmes Centro	18 años
8	25/03/2013	UNQ	Joaquín	Quilmes Centro	15 años
9	25/03/2013	UNQ	Marianela	Quilmes Centro	19 años
10	08/04/2013	UNQ	Agustina	Quilmes Centro	17 años
11	08/06/2013	Shell Quilmes	Facundo	Quilmes Centro	20 años
12	01/10/2013	UNQ	Aldana	San Francisco Solano	16 años
13	01/10/2013	UNQ	Micaela	San Francisco Solano	14 años
14	16/10/2013	UNQ	Nico	Bernal Oeste	16 años
15	21/10/2013	UNQ	Talia	San Francisco Solano	14 años
16	21/10/2013	UNQ	Natalia	San Francisco Solano	16 añlos
17	28/10/2013	UNQ	Lucas	Ezpeleta	18 años
18	29/10/2013	UNQ	Marina	Don Bosco	20 años
19	20/11/2013	UNQ	Lautaro	Quilmes Centro	17 años
20	25/05/2014	Vía Chat	Nicole	Quilmes Centro	18 años

Cuadro 1. Datos sobre las entrevistas cualitativas realizadas a jóvenes quilmeños.

[44] La totalidad de las entrevistas exclusivas realizadas forman parte del anexo tanto en su formato de audio digital en un DVD, como su desgrabación impresa.

En una segunda instancia, se realizaron entrevistas a funcionarios públicos de gobierno, docentes y directivos de escuelas y empleados de los ciberlocales, todos ellos actores sociales que interactúan con los jóvenes que utilizan tecnologías. Estas entrevistas se incluyen en la tesis de un modo caótico y no estructurado, ya que fueron en un principio solicitadas por el investigador para aclarar dudas, corregir datos, puntualizar detalles, pero se creyó necesario incluirlas en determinados apartados para fijar los testimonios ajenos.

En este sentido: en el uso denominado “En el colegio” hemos entrevistado a funcionarios públicos del Gobierno Nacional que explicitan postulados principales de la política pública *Conectar Igualdad* al tiempo que les proponemos pensar los usos adyacentes que estas tecnologías pueden tener en la vida cotidiana de los jóvenes. En este sentido hemos entrevistado a Aníbal Fernández, por entonces Jefe de Gabinete de Ministros del Gobierno Nacional, a Eduardo Thill, al Subsecretario de Tecnologías de Gestión dependiente también de la Jefatura de Gabinetes de Ministros de la Nación, a Silvina Gvirtz, Directora del Programa *Conectar Igualdad*, a Jorge Cabezas al Director del Programa de Inclusión Digital del Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo (INADI). Asimismo, hemos entrevistado a una directora de escuela media de la localidad de San Francisco Solano que nos relata “del otro lado” los modos de uso conjunto entre directivos, docentes, estudiantes y padres de las computadoras personales.

De manera contigua, producto de nuestras exploraciones preliminares, intentando contextualizar y dimensionar el caso argentino a la luz de otros casos relevantes, hemos entrevistado a la Coordinadora pedagógica del Plan Ceibal, en Uruguay. Este caso cuenta con notoriedad mundial por tratarse del primer país en completar la totalidad de sus estudiantes primarios de escuelas públicas que cuentan con una computadora personal provista por el Estado.

En cuanto al uso del ciber son también interesantes y relevantes los aportes que hicieron los empleados de los locales, donde expresan escenas de interacción con los jóvenes y se posicionan como testigos clave de las dinámicas de uso de las tecnologías y del espacio, a la vez de actor posibilitador de algunas de esas prácticas.

Los entrevistados de estas características se exponen en el siguiente cuadro.

ENTREVISTAS CON ADULTOS INFORMANTES			
FECHA	LUGAR	NOMBRE	CARGO
18/01/2010	INADI	Jorge Cabezas	Programa de Inclusión Digital "Internet para todos y todas"
24/02/2011	Viaje de Buenos Aires a La Plata	Jorge González	Investigador mexicano
16/03/2010	Ministerio de Educación Uruguay	S. Siri	Coordinadora Pedagógica del Plan Ceibal
08/04/2010	Dirección de Juventud Quilmes	Cristian Galleguillo	Director de juventud de Quilmes
13/07/2010	Jefatura de Gabinete de Ministros de la Nación	Eduardo Thil	Subsecretario de Tecnologías de Gestión
19/08/2010	Casa Rosada	Aníbal Fernández	Jefe de Gabinete de Ministros de la Nación
30/05/2013	Domicilio	Beatriz Caramés	Directora Escuela N 11
01/07/2013	Conectar Igualdad	Silvina Gvirtz	Directora del Programa Conectar Igualdad

Cuadro 2. Entrevistas con adultos informantes

(Funcionarios públicos, académicos y docentes ligados a juventud y tecnologías).

La entrevista es nuestra principal técnica de recolección de datos. A través de ella accedemos al relato de la práctica, al decir del hacer de los propios sujetos.

En la categorización de entrevistas que propone Francisco Sierra, entre entrevistas cuantitativas y cualitativas, las primeras suponen una modalidad cercana a la encuesta donde el informante se somete a responder entre sí o no a un cuestionario prefijado con antelación por el investigador, mientras que en las entrevistas cualitativas los informantes hablan de sus vidas, sus ideas, sus modos de relacionarse con el mundo, sus prácticas, al tiempo que tienen lugar sus reflexiones, sus ideas y sistemas de normas y valores alrededor del tema en cuestión (Sierra, 1998).

Estas entrevistas cualitativas pueden ser de dos tipos: en profundidad y focalizada. En nuestros casos contamos con diferentes tipos de entrevistados: nuestros informantes más preponderantes son los jóvenes que realizan los usos que tenemos interés en indagar y otros actores sociales como funcionarios públicos, docentes y empleados de ciberlocales que piensan en los usos por parte de estos jóvenes, interactúan con ellos y/o rodean estos usos. Para con ellos las entrevistas son diferentes, mientras que para los jóvenes nos situamos en entrevistas focalizadas, para los funcionarios y demás sujetos sociales proponemos entrevistas semiestructuradas, en las cuales confeccionamos un

cuestionario basado en tópicos que deben aparecer en el trascurso de la entrevista en lugar de preguntas directivas y ordenadas.

Se trata entonces de una entrevista etnográfica, cualitativa, y el trabajo etnográfico tiene como premisa tratarse de una postura, una mirada más que una técnica. Dice Elsie Rockwell que "si se acepta que la etnografía no es un método, sino un enfoque, no se la puede tomar como una herramienta neutral o aséptica que se utiliza en cualquier contexto" y se pregunta "¿es una posición política?" (Rockwell, 2009: 184).

Esta técnica, lo decíamos, es la herramienta que atraviesa la recolección de datos de la totalidad de los usos indagados, mientras que en cada apartado, para cada uno de los siete usos categorizados, se encontrará la explicitación de las adicionales técnicas empleadas para tratar de asir mayor información.

3.4 OTRAS TÉCNICAS

Observación

La técnica de la observación de los usos de las tecnologías generalmente se utilizó bajo la modalidad de "investigador oculto". Tanto en el ciber como en el transporte público realizamos las mismas tareas que los demás sujetos y participamos de las prácticas a la vez que registrábamos los datos de campo.

Estas observaciones se asientan principalmente en soportes de registro de lo observado. En primera instancia nos valemos de la escritura. En el relato escrito, a modo de bitácora y de nota de campo, en primer lugar se describen espacios, y la visión del investigador de las prácticas juveniles con las tecnologías allí realizadas.

En segunda instancia nos valemos del uso de la fotografía. En usos como "Ciber" y "Telefonía móvil y espacio público", que requieren de la técnica de la observación para acceder a los usos, fue posible tomar imágenes fotográficas con el teléfono móvil, ya que es una tecnología de fácil camuflaje en un entorno híper tecnológico. Más complejo sería el uso de una cámara fotográfica, que si bien es una tecnología de uso doméstico, se vería como un objeto intimidatorio.

Las observaciones de los usos de la telefonía móvil en el transporte público se realizaron durante marzo, abril y mayo de 2012, en trayectos de la línea 582 que atraviesa el partido de Quilmes desde la localidad de San Francisco Solano, pasando por Villa La Florida y Quilmes Centro, hasta llegar a la localidad de Ezpeleta.

Al valernos de diferentes tecnologías como la escritura, la fotografía y el video estamos accediendo a documentar lo que perciben los sentidos del investigador, de ellos también estas técnicas reflejan un recorte, una mirada que además de asentarse en presunciones, ideología, en palabras de Bourdieu en el *habitus* del investigador, la observación está tamizada por un ejercicio de vigilancia y rigor intelectual para con el objeto construido.
Asimismo, el marco teórico y la perspectiva metodológica proponen ver el objeto de investigación desde una perspectiva o prisma determinado, impulsan a buscar modos específicos y anatómicamente pertinentes para el objeto y analizar los resultados teniendo en cuenta perspectivas histórico-sociales, cambiantes, por momentos asibles (porque para poder asirlas se diseña desde la teoría y la metodología), pero a la vez concientes de su ebullición.

Notas de campo

La observación implica un modo de registro de las descripciones y de las impresiones bajo la forma de notas de campo. Todo lo anotado tiene que ver con lo visto, para luego reflexionar sobre ello. Mediante las notas el investigador puede volver a lo observado para cotejar con las impresiones del momento, completar información y reflexionar articulando con otros datos extraídos de demás documentación.
En este sentido, las notas son representación de lo observado y de ello que la fotografía y la filmación, que reflejan otros lenguajes diferentes al escrito, pero con similar importancia, cumplan el mismo fin que las notas de campo: ser representación, encuadre y selección de lo observado.

Registro fotográfico

El registro fotográfico es una técnica que nos permite atestiguar en imágenes recortes de nuestras observaciones. Sirve asimismo para volver a ellas en las descripciones y notas.
Esta técnica la empleamos en usos como “Ciber” y “Telefonía móvil y espacio público”, en ambos espacios se mantienen usos de las tecnologías en ámbitos públicos, un local comercial y el transporte. De ello que las imágenes puedan ser tomadas libremente. Para capturar estas imágenes empleamos tecnologías domésticas como teléfonos móviles.

Registro en video

En última instancia, también usamos el registro en video, principalmente en el uso "Telefonía móvil y espacio público". Al tratarse de un uso que tiene lugar en el espacio público del transporte de pasajeros, nos es posible también filmar en video con el teléfono móvil sin ser percibidos como espías, ya que estamos ocupando un lugar similar a los jóvenes que realizan las prácticas con las tecnologías que nosotros tenemos interés en conocer.

Algunas aclaraciones son necesarias para la justificación de estas técnicas, primeramente que si bien no pedimos permiso a los observados para ser registrados en imágenes fijas y en video, no usamos esas imágenes para hacerlas públicas en *YouTube*, *Facebook*, *Flickr*, o diversos portales de Internet donde se publican fotografías y videos domésticos. Sino que lo empleamos netamente para fines de investigación. De ello que, al ser estos materiales tratados como el registro escrito nos sirven para volver a ellos y describir de manera más detallada la escena y graficar lo narrado como dato construido para la tesis.

Documentación

Por último, se emplea documentación oficial proveniente de leyes, decretos, Boletín Oficial, trabajos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC), discursos de funcionarios públicos como los de los Ministros de Educación y Ciencia y Técnología en las *Cumbres Mundiales de la Sociedad de la Información*. Como material confeccionado por la Jefatura de Gabinete de la Nación sobre cantidades de usuarios de Internet y telefonía en el país.

En usos como "En el colegio" se hace un relevamiento y análisis de documentación pública acerca del programa *Conectar Igualdad* y proyectos similares.

En el caso de "Telefonía móvil y espacio público" accedimos a documentación municipal de distritos que prohíben el uso de dispositivos móviles en el transporte público a raíz de la popularización de los usos juveniles de la música.

Esta fuente de información es de carácter secundario para nuestra investigación, ya que se tratan de datos que contextualizan. Dice Elsie Rockwell que los documentos públicos "eliminan la diversidad, soslayan lo particular, prescinden del saber local" (Rockwell, 2009: 186).

Notas periodísticas y capturas de pantalla

Para temas específicos es necesario recurrir a notas de periódicos que tratan estas temáticas para documentar algunos aspectos que fueron noticia y que no han sido trabajado en profundidad desde el ámbito académico, como en el caso “Telefonía móvil y espacio público” cuando en los periódicos se ocupan de las nuevas disposiciones en contra de poder escuchar música con dispositivos móviles sin auriculares en el transporte público y los comentarios de los demás usuarios. A la disputa hegemónica por los usos tecnológicos se inscriben estas posiciones como discursos de parte que generan y alientan el debate por la posibilidad y la censura de los usos novedosos de las tecnologías en el espacio público.

En el uso “Descarga y visualización” fue necesario que recurramos al discurso periodístico para reconstruir información acerca de las disputas legales llevadas delante por parte de discográficas y cinematográficas contra sitios de internet de descarga de material con derecho de autor. Al tratarse de temáticas novedosas los datos de las noticias ofician como elementos esenciales para contextualizar estos usos.

En los usos como “En el colegio”, “La construcción semiológica de uno mismo”, “Descarga y visualización”, “Videojuegos” y “Telefonía móvil y espacio público” nos resultó necesario aportar al análisis las capturas de pantalla de redes sociales virtuales y páginas web que muestren características que surgen de los diálogos con los jóvenes.

3.5 CATEGORÍAS DE ANÁLISIS

En el capítulo siguiente se podrá acceder a los datos y reflexiones producto de nuestra investigación empírica. El apartado se encontrará expuesto mediante diferentes categorías de análisis que fueron producto del trabajo de campo. Las diferentes divisiones de los usos sociales de las tecnologías que proponemos: usos en la educación, la piratería, las redes sociales virtuales, los videojuegos, los ciberlocales y los usos de la telefonía móvil en el espacio público, son modos de usar las tecnologías que fueron recurrentes en el discurso de los jóvenes y de ello que se erijan como las principales categorías de análisis, las cuales son, finalmente, producto de una dialéctica entre la reflexión metodológica y el propio trabajo de campo que produce información.

La interpretación se asienta en la comprensión del significado otorgado por los sujetos a su propia realidad social (Rockwell, 2009: 66). De ello que tomamos una caracterización de los usos que proviene de las entrevistas y mediadas por la teoría logramos derivamos en un constructor analítico.

Es decir, estos apartados funcionan como ordenadores y agrupadores de tipos de usos sin intención de establecer por intermedio de ellos modos estancos de categorización o división. Entendemos que en ellos se entrecruzan variables que implican diferentes usos sociales de las tecnologías como el ámbito público y el ámbito privado, las "tribus" o clases comunicacionales a las que pertenecen los jóvenes, la edad, el género, los usos individuales y colectivos, los usos comunicacionales, informacionales, de conocimiento o de entretenimiento, entre otras cuestiones que atraviesan a las miradas de los diferentes usos como conceptualización densa por parte de esta investigación.

El análisis de las entrevistas cualitativas no se realizó mediante *software*s destinados a este fin. Por el contrario, se prefirió realizarlo de modo artesanal: desgrabando los audios a textos, leyendo y releyendo las entrevistas en busca de datos. De ello, que este procedimiento supuso una sistematización realizada mediante colores. En el anexo se encuentran la totalidad de las entrevistas cualitativas con los jóvenes donde se marcan las menciones de los usos categorizados en los apartados, cada uno con un color diferente.

Por otra parte, se abordará lo referente a la operacionalización de las categorías de análisis mediante la observación de las prácticas que se despliegan alrededor de las tecnologías de la comunicación.

En cuanto la categoría de *usos,* se tornaría un tanto relativista proponer que existen tantas formas de usos como "usuarios", por ese motivo planteamos -en términos ideales y categóricos, pero para nada estancos- que además de las variables sociales y culturales propuestas (edad, género, espacio público y privado, usos individuales y colectivos) pueden *visualizarse* los usos atendiendo al fin que buscan satisfacer en los macro grupos de ***usos relacionales***: individuales y colectivos; ***usos espaciales***: en espacio público y en espacio privado; ***usos etarios***: niños, jóvenes, adultos, adultos mayores; ***usos genéricos*:** hombres, mujeres; ***usos clasistas:*** sectores populares, medios, elites. Además podemos entender los ***usos por el propósito que buscan*** como informacionales, comunicacionales, de conocimiento, lúdicos y de entretenimiento.

Sin embargo, la categorización propuesta se produjo de manera analítica en el mismo campo de trabajo y resulta pertinente y necesaria para los fines expositivos. En las entrevistas y en los espacios hacia donde acceder a la información prefiguraba una tipología de usos más o menos estable, las recurrencias en las informaciones sobre el ciber, el uso del espacio público, los usos en la escuela, las redes sociales virtuales, la descarga de material y los videojuegos son macro usos y dentro de ellos se despliega un universo de rituales que varían y se mixturan, que se cruzan y por ello un uso no es nunca opuesto a otro, sino que se complementan, coexisten y tienen que ver con apropiaciones que atienden a variables históricas y sociales. Evidenciar estos cruces es uno de los principales intereses de nuestra investigación.

En un sentido analítico recurrimos a un trabajo teórico de Roger Silverstone, Eric Hirsch y David Morley (1996). El autor propone cuatro elementos o fases para describir usos sociales de las tecnologías de la comunicación.

Apropiación: la primera apropiación se produce en los hogares, los cuales "se conciben como parte de un sistema de relaciones sociales y políticas en el seno de la economía y la sociedad formales o más objetivas de la esfera pública".

Desde el momento en que se compra una tecnología y pasa de ser una mercancía a ser un objeto de uso de una persona, se produce la apropiación por parte de su dueño. Lo mismo sucede con los mensajes, es decir, con los videojuegos, series, películas, softwares ya que de ellos también se toma posesión. De este modo "los artilugios se vuelven auténticos (as mercancías se convierten en objetos) y alcanzan significación".

Objetización: cuando se exterioriza a sí misma por medio de la exposición. Muestra el *self* y el lugar que ocupa en el mundo. Se ubica en una disposición espacial privado/compartido, adulto/niño, hombre/mujer. Hay tecnologías que se compran por su aspecto más que por su funcionalidad. "Para que una tecnología se vuelva funcional ha de encontrar su sitio en la economía moral de la casa familiar, específicamente en lo que se refiere a su incorporación a las rutinas de la vida cotidiana".

Incorporación: cuando esta tecnología forma parte de prácticas –en nuestra investigación hablamos de rituales, por su reiteración- de modo cotidiano, incluso crean nuevas prácticas permanentes, prácticamente naturalizadas. La incorporación tiene que ver con las formas con las que se utilizan las tecnologías. Luego de la apropiación y la objetización la incorporación obedece a usos que también se encuentren por fuera de los

propuestos por la tecnología por parte de los diseñadores y agentes del mercado[45]. Las preguntas alrededor de la incorporación de la tecnología a las prácticas cotidianas giran en torno a ¿con cuáles tecnologías vivís? ¿Sin cuáles tecnologías no podrías realizar tareas cotidianas? ¿Libera tu tiempo o lo controla?

Conversión: cuando la posesión de la tecnología y los saberes para maniobrarla se canjean por valor simbólico en el ámbito público posibilitando reconocimiento y aceptación en grupos de pertenencia. Por esto, la incorporación de las tecnologías, algunas veces, ofician como "billetes de entrada a grupos de iguales". En palabras de Silverstone, Hirsch y Morley se pasa de una "economía moral de la familia" a una "economía pública", donde se realizan transacciones simbólicas con otros en sociedad. Además sostienen que "las formas en las cuales las tecnologías de la información y la comunicación están doblemente articuladas: facilitando la conversión (y la conversación) y siendo objetos de conversión (y de conversación)".

Este esquema puede ser provechoso a la hora de aplicarlos como categorías metodológicas de análisis y no solamente como índices teóricos. Esta herramienta le permite a la investigación observar el grado de involucramiento de los jóvenes con las tecnologías de su época y la participación de estas en las prácticas sociales cotidianas. A su vez podemos modificar algunas concepciones teóricas de este esquema, no comprendiendo las instancias como sucesivas sino como momentos específicos de los usos sociales con as tecnologías. En este sentido, puede no producirse la apropiación siguiendo a Silverstone (tener propiedad de una tecnología) ya que puede usarse una tecnología prestada o alquilada, pero sí producirse la incorporación (cotidianeidad en las prácticas sociales generadas alrededor de dicha tecnología).

La conversión tiene lugar entonces en espacios de socialización juvenil como la escuela o el barrio y allí estriban algunas ostentaciones en el espacio público, a modo de posicionamiento y reafirmación de la identidad individual y colectiva.

[45] En este uso también haremos uso a modo de categoría teórico-metodológica las propuestas de Michel De Certeau en lo concerniente a tácticas y estrategias.

4. ANALISIS DE LOS DATOS CUALITATIVOS……
4.1 En el colegio……..
4.2 Descarga y visualización……..…….
4.3 La construcción semiológica de uno mismo……..
4.4 Ciber…….…….
4.5 Videojuegos…….……..
4.6 Telefonía móvil y espacio público……..……...…

4. ANÁLISIS DE LOS DATOS CUALITATIVOS

Las entrevistas y las observaciones arrojan datos cualitativos que agruparemos en seis apartados. Esta división no es categórica, la proponemos como eficiente para los fines expositivos y porque de algún modo ordenan los datos.

Los apartados se titulan “En el colegio”, “Descarga y visualización”, “La construcción semiológica de uno mismo”, “Ciber”, “Videojuegos” y “Telefonía móvil y espacio público”. Estos macro-usos incluyen varios usos específicos encontrados en el proceso de investigación. De ello que se le otorgue un lugar preponderante a los testimonios de los jóvenes, los cuales relatan en primera persona los sentidos puestos en juego mediante estas prácticas.

Cuando se les pregunta a los jóvenes con cuáles tecnologías cuentan en sus casas ellos mencionan en primer lugar a la computadora. Este artefacto muchas veces es compartido con hermanos y con sus padres.

> Mi papá usa computadora. El *MSN* lo abre de vez en cuando, pero lo tiene porque a veces necesita hablar con gente que trabaja. Después usa la computadora para imprimir CDs, para grabar CDs, películas y eso, lo usa para eso, para descargar películas, y no nada más a veces juega a los juegos como yo. Hay un router que hace que tenga Internet en toda la casa. La novia de mi papá tiene una notebook. Cuando la trae se conecta. Hay veces que yo uso la compu de mi papá o mi papá usa mi compu, vemos la tele, para ver la tele tenés que tener una placa, y la placa tiene una ficha atrás como sería como la que tiene la tele y tenés que poner la ficha del cable en la placa, lo ponés atrás y ahí ves la tele (Lucas, 14 años, Villa La Florida).

> Tengo una notebook, es de mi hermana. Con Internet, después hay otra que tiene mi viejo, que está arriba para escuchar música (Leandro, 15 años, Villa La Florida).

> Tenía una compu que era de toda la familia, pero el año pasado me compré la note. En casa hay una compu de escritorio, una note que es la mía y una net que es de papá (Jeremías, 22 años, Quilmes Centro).

> La compu, es de todos digamos, porque también la usa mi papá, mi mamá, así que. Está en mi pieza (Micaela, 14 años, San Francisco Solano).

> La computadora de escritorio la usan los demás. Mi hermano usa la de escritorio o el celular, que es como una computadora el celular ahora (Lautaro, 17 años, Quilmes Centro).

Las tecnologías digitales de la comunicación son usadas por jóvenes más que por ningún otro corte etario. Sin embargo, dados los diversos usos sociales que estriban, generan pertinencia en todos los cortes generacionales. Para trabajar, para estudiar, para comunicarse, y para el entretenimiento, existen usos de adultos quienes buscan en las tecnologías de la comunicación la facilidad y el acortamiento de tiempos y espacios. Estos aprendizajes son diferentes a los de los jóvenes que nacieron en un mundo donde las tecnologías digitales ya existían y –siendo que más allá de las clases sociales, mediante el sistema escolar argentino, los ciber y amigos y familiares que cuentan con tecnologías- los jóvenes simplemente tienen que acostumbrarse a los cambios de modelos y novedosos *software*.

> Uso tecnologías con una intensidad absoluta, me levanto y probablemente prendo la tele para ver la temperatura y cosas así, además que me levanto con el despertador del celular después descanso de la tecnología una hora hasta que llego al laburo, y ahí internet a full, *Excel*, etc. Después a la noche te conectás un toque a internet capaz para socializar (Fernando, 24 años, Quilmes Centro).

> Del celu si soy obse, pero después del resto no tanto (Jeremías, 22 años, Quilmes Centro).

> Uso la computadora, a veces la tele, a veces el equipo de música y a veces la *Play*. Más de eso no (Nair, 18 años, Quilmes Centro).

> Por ejemplo, mi compu. Necesitaba una nueva porque la otra estaba hecha bolsa. Le faltaba un pedazo, no daba más la batería. No es que te la van a comprar automáticamente, pero si la pedís capaz que te la dan. Por ejemplo, mi hermano ahora le están por comprar una compu nueva por el cumple (Agustina, 17 años, Quilmes Centro).

> Si no tenés tecnología sos un anticuado o un aburrido, una de las dos cosas (Aldana 16 años, San Francisco Solano).

> Tengo *Facebook*, después *WhatsApp* y el celular, computadora también tengo, Internet en mi casa no. A mis amigos y a algunos familiares que tengo también. Porque ahora casi todos tienen *WhatsApp* (Talía, 14 años, San Francisco Solano).

> A veces vos tenés tres horas, cuatro horas, y en vez de decir: "ah, voy a visitar a tal", decís: "bueno, me conecto, hace mucho que no lo veo, hablo con tal". Y, por ahí, vos no te das cuenta pero, a la vez, estás cortando… Por ejemplo, yo a mi mejor amiga la veía todos los días, todos los días, todos los días. Más en el colegio porque la tenía… desde que tengo cuatro años que nos vemos todos los días y los fines de semana también nos veíamos porque íbamos a fiestas, por ahí, o salíamos a caminar, o a lo que sea. Y ahora, por ahí, que estamos en la facultad lo que me pasa es que, bueno, por ahí, de lunes a viernes no te podés ver porque, claramente, yo voy a la mañana, ella va a la tarde y no podés. Pero los fines de semana, por ahí, nos hablamos, ni nos vemos. Y ayer me había hablado, y me dijo: "te das cuenta que hace como dos semanas que no nos vemos". Y para mí habían pasado, no sé, 3 días: "sí, es verdad", le digo. Y, pero… o sea, como que no sos conciente, no te das cuenta de que no estás viendo a la persona porque al hablar todos los días. Por ahí, yo con ella hablo todos los días, ¿entendés? Entonces, al hablar todos los días es como que digo: "si ya la vi" o "si ya hablé con ella, ya sé lo que es de su vida" o esas cosas. Y por ahí ni la viste, eso pasa (Nair, 18 años, Quilmes Centro).

Como una de las premisas preliminares que podemos inferir se encuentra que los jóvenes tienen una ligazón manifiesta con las tecnologías. Sin embargo, vemos que difieren los modos de relacionarse y qué piensan de estos usos. Desde este punto de partida emprendemos el relevamiento y análisis de testimonios y observaciones.

Las tecnologías están presentes en los hogares, las comparten con sus padres y hermanos, las usan para la escuela, para comunicarse, informarse y entretenerse. Por momentos, es necesario estilizarlas para pertenecer y no parecer "anticuados o aburridos". En algunos casos las usan con una "intensidad absoluta" y sobre todo se relacionan con sus amigos y familiares mediante diferentes *software*, que en algunos casos suplantan el encuentro cara a cara.

Estas son inferencias y primeros dichos de nuestros entrevistados a la hora de ubicar las tecnologías en su cotidianeidad y relacionarlas con las prácticas sociales más recurrentes en sus rutinas.

4.1. EN EL COLEGIO (USOS DE CONOCIMIENTO)……..…….
4.1.1 Las técnicas de recolección de datos de los usos escolares.…….…..……
4.1.2 Suturar la brecha: la apuesta dantesca de Argentina……..……
4.1.3 Lo posible y lo conveniente: usos de *Conectar Igualdad*….....……..……..……
4.1.4 Los lenguajes del sistema escolar……..……...…….…….……
4.1.5 Las negociaciones de sentidos……...…..……...……

4.1 EN EL COLEGIO (USOS DE CONOCIMIENTO)

Los jóvenes pasan en el colegio gran parte de su semana y allí tienen lugar diversos usos sociales de las tecnologías de la comunicación: las proporcionadas por el sistema escolar y las propias. Los usos desplegados se encuentran mediados por las posibilidades económicas de contar con estas tecnologías, por los hábitos generados en grupo con sus compañeros y por el rol de poder que ejercen los docentes.

En el escenario escolar no podemos dejar de mencionar en primera instancia que el Estado argentino promovió el programa *Conectar Igualdad* y la resultante es tres millones y medio de computadoras personales distribuidas entre estudiantes y docentes de escuelas medias y de formación docente. Este dato es de interés para nuestra investigación ya que acerca a las tecnologías a numerosos jóvenes que concurren a escuelas públicas. Esta inclusión tecnológica, pero más que nada social, propone usos de las tecnologías propios del sistema educativo. Se entiende a la computadora personal como una herramienta en el proceso de adquisición de conocimientos. De ello que su uso es principalmente en el aula y con las directivas y supervisión de los docentes.

Ahora bien: existen otros usos de estas tecnologías y de otras en el ámbito escolar. Quienes concurren a colegios secundarios privados no cuentan con la computadora personal de *Conectar Igualdad* y en algunos de estos casos los docentes crean dinámicas de trabajo con computadoras personales de propiedad de los estudiantes.

Asimismo, existen otras tecnologías en el colegio y para el colegio. Se produce un uso de computadoras hogareñas –de uso individual de cada joven o de uso familiar- que se emplean para hacer la tarea. En este contexto es ineludible la presencia de internet en los discursos de los entrevistados, como también una recurrencia a consultas de información para llevar a clase en sitios web como *Wikipedia* y *Google,* principalmente, y *YouTube* y *Encarta*, en menor medida. Asimismo, alrededor de redes sociales

virtuales, como la creación de grupos de *Facebook* y la telefonía móvil, se hacen usos sociales novedosos para el colegio que generan pertinencia en la mayoría de los jóvenes. El colegio los combate y los acepta en medio de una negociación de sentidos planteada por los jóvenes. El mote de "nativos digitales" les sirve en este caso para que les cedan terreno en la disputa por los sentidos puestos en juego en los usos de las tecnologías.

Finalmente, los entrevistados mencionan otros usos con fines de conocimiento desplegados mediante estas tecnologías. Tienen que ver con la búsqueda de información, tutoriales y cursos sobre determinados temas como aprender a utilizar un software, un juego o cómo tocar un instrumento musical. Estos conocimientos, al margen del sistema educativo, no son soslayados en nuestra investigación. Por el contrario, la sumatoria y variación en los usos autodidactas con los lenguajes escrito, sonoro, fotográfico, audiovisual y multimedial son una dimensión que ocupa nuestro especial interés.

4.1.1 LAS TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS DE LOS USOS ESCOLARES

En nuestro recorrido visibilizando las negociaciones de sentidos en los usos escolares de las tecnologías mediados por luchas hegemónicas, encontramos en primer lugar un programa propuesto por el Estado nacional. Para acceder a los lineamientos principales del programa *Conectar Igualdad* recurrimos a la lectura de documentación oficial y de la información accesible en la página Web del programa. En estos espacios encontramos datos acerca de los propósitos e implícitos. Asimismo, en las entrevistas con los jóvenes de Quilmes tematizamos el uso de *Conectar Igualdad* tanto con aquellos que concurren a colegios secundarios públicos y cuentan con este derecho, como con la opinión de quienes concurren a colegios privados y aquellos más grandes que van a la Universidad.

Asimismo, tomamos como disparador de interrogantes para el caso argentino la entrevista concedida para esta tesis por Shirley Siri, coordinadora pedagógica del *Plan Ceibal* en la República Oriental del Uruguay. Allí se explicitan una serie de evaluaciones y resultados preliminares de la aplicación de un plan estratégico de distribución de tecnologías por parte de un Estado nacional a la totalidad de los estudiantes de escuelas públicas primarias.

En segunda instancia, apelamos a las entrevistas realizadas para esta tesis a los funcionarios públicos a cargo de los programas de inclusión social relacionados con tecnologías.

Por último, nos resultó pertinente entrevistar a Beatriz Caramés, directora de la Escuela N°11 de San Francisco Solano, para consultarle sobre los usos de las computadoras personales de *Conectar Igualdad* desde la visión de una docente responsable de la implementación en un establecimiento del partido de Quilmes.

Si bien estas entrevistas corresponden a funcionarios públicos a los cuales no se los interpela como usuarios de las tecnologías -principal objetivo a indagar por este trabajo- es de interés para nuestra investigación la palabra oficial que reivindica o evalúa los usos prescriptivos y hegemónicos de estas tecnologías en el ámbito escolar.

En cuanto a los otros usos escolares tienen que ver con las computadoras personales en los colegios privados, los usos de Internet en general, de *Wikipedia*, *Google* y *Facebook*, en particular, para las materias con y sin participación de los profesores; los usos de la telefonía móvil en el ámbito del aula y la posibilidad de escuchar música con dispositivos portátiles en momentos de resolución de trabajos prácticos. Para acceder a información y caracterizar estos usos un tanto generalizados y para tomar conocimiento de otros particulares, nos asentamos en las entrevistas cualitativas a los jóvenes, principales fuentes de información de nuestra investigación.

4.1.2 SUTURAR LA BRECHA: LA APUESTA DANTESCA ARGENTINA

Como se anticipó, impulsado por la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información (Ginebra 2003 y Túnez 2005) y fundamentalmente por el proyecto *One Laptop Per Child* del MIT, los programas estatales que entregan una computadora personal para cada estudiante de escuela pública se fueron multiplicando en el mundo contemporáneo. Casos como el *Plan Ceibal* en Uruguay, por ser el primer país que completa su población escolar con computadoras personales, es paradigmático. Asimismo, el caso de Perú, también perteneciente a *One Laptop Per Child*, ocupa un lugar destacado a la hora de mencionar experiencias, ya que es uno de los mayores adquisidores de computadoras personales para su distribución, con 900 mil unidades.

En Argentina, el programa es similar, pero no igual. Desde 2010, *Conectar Igualdad*[46] es un proyecto que propone entregar tres millones y medio de computadoras personales a estudiantes y docentes de escuelas secundarias y de formación docente públicas de todo el país. A su vez, este programa dantesco propone conectividad y servicio técnico para las computadoras personales, además de capacitación a los docentes para su uso.

El programa *Conectar Igualdad* en Argentina se da en el marco de otras iniciativas estatales que tienen a los jóvenes como destinatarios. Cabe mencionar en primer lugar que desde el 28 de octubre de 2009 entró en vigor el decreto Nº 1602 estableciendo la Asignación Universal por Hijo para protección social, que consta de "Un subsistema no contributivo de Asignación Universal por Hijo para Protección Social, destinado a aquellos niños, niñas y adolescentes residentes en la República Argentina, que no tengan otra asignación familiar prevista por la presente ley y pertenezcan a grupos familiares que se encuentren desocupados o se desempeñen en la economía informal.[47]"

En segunda instancia es necesario enmarcar también la Ley Nº 26.774 promulgada el 1 de noviembre de 2012, que permite ejercer el derecho ciudadano de votar a los jóvenes de 16 a 18 años de manera optativa. Estas dos medidas, un decreto y una Ley, tienen como referencias a los niños y jóvenes en términos de ampliación de derechos, entendiéndolos como sujetos políticos.

En este marco se propuso el programa *Conectar Igualdad*. Estas tecnologías, en palabras de sus impulsores, vienen a cubrir una necesidad social de inclusión, llamada en la contemporaneidad "brecha digital". Esto es la posibilidad de contar con tecnologías cada vez más necesarias a la hora de estudiar y de formarse como recursos humanos deseables para el mercado laboral. Asimismo, lo sabemos por nuestro trabajo de campo, las tecnologías de la comunicación para los jóvenes suponen en gran parte un universo de entretenimiento, no menos necesario para su formación como ciudadanos, como consumidores críticos, y en términos generales, como jóvenes que comparten una generación. En este sentido, el programa ofrece lo que se propone, pero además otras posibilidades. La directora de *Conectar Igualdad*, Silvina Gvirtz, señala que

[46] Este apartado se centrará en los usos de estas tecnologías. En el capítulo destinado a la Fundamentación -donde se propone una contextualización política de las medidas relacionadas a tecnologías destinadas a jóvenes- se hace mayor descripción del programa *Conectar Igualdad* como marco ineludible de referencia en nuestra investigación.

[47] Decreto 1602/09 del Poder Ejecutivo Nacional.

> lo que primero hacen las computadoras cuando las entregás es reducir la brecha digital. Por ejemplo un chico que no tiene computadora o que nunca tuvo o que en la familia nunca hubo, por ahí prende la tele y entiende lo que es chatear o no entiende lo que es y hay mucho vocabulario que se utiliza en la televisión vinculado a las nuevas tecnologías y en otros medios que dejaban afuera a gran parte de la población que no tenía acceso a la tecnología. Y, por otro lado, garantiza el derecho a la alfabetización científica o la alfabetización digital. Muchos teóricos dicen que la alfabetización fue al siglo XIX lo que es la alfabetización digital al siglo XXI (Silvina Gvirtz, entrevista exclusiva, 2013).

"En dos años Argentina estará en condiciones de afirmar que habrá superado la brecha digital", dice Eduardo Thill, Secretario de Tecnologías de Gestión de la Jefatura de Gabinete de Ministros de la Nación. Las frases son ambiciosas y dependen obviamente de qué entendamos por "brecha digital". Sin embargo, la apuesta dantesca argentina del plan agenda digital engloba la Televisión Digital, la conectividad, los Núcleos de Acceso al Conocimiento (NAC)[48], *hardware* como los set top box distribuidos gratuitamente a sectores económicamente desfavorecidos[49], y otros proyectos que se ocupan de diferentes aspectos de la denominada "brecha digital": el acceso a las tecnologías, pero también a la conectividad y la enseñanza en sus usos y apropiaciones. Específicamente destinados a los sectores económicamente desfavorecidos mediante políticas de inclusión social, tecnológica y puntualmente cultural (Televisión Digital) y educativa (*Conectar Igualdad*).

Existe una convergencia de tecnologías, por ejemplo en las computadoras personales de *Conectar Igualdad* se encuentran alojados los contenidos audiovisuales de la Televisión Digital Argentina, específicamente *Canal Encuentro* y *PakaPaka*, lo que hace posible la circulación de estos envíos en más de tres millones de pantallas, al margen de las mediciones de rating y con un fin únicamente cultural-educativo. Por lo cual, no

[48] "Los Núcleos de Acceso al Conocimiento - NAC son espacios públicos de inclusión digital que brindan, a todos los habitantes y en igualdad de condiciones, conectividad libre y gratuita y acceso a las nuevas Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones (TIC).

Estos espacios funcionan en el marco de instituciones de desarrollo comunitario abiertas a toda la población, para la inclusión digital de las personas sin posibilidad de acceder a los servicios de telecomunicaciones a través del mercado, ya sea por su situación de vulnerabilidad social, económica o de alejamiento geográfico". Disponible en: http://www.nac.gob.ar/faq2.php

[49] Para acceder a la Televisión Digital Argentina se debe contar con un hardware llamado Set Top Box que se adosa al televisor y a la antena. Este aparato es distribuido gratuitamente por el Estado Nacional en todo hogar donde haya un joven que perciba la Asignación Universal por Hijo (AUH) o jubilados y pensionados, entendido como un derecho de acceso inclusivo a la cultura.

obstante la "brecha digital", como vimos, es un concepto abstracto y un "daño colateral" de la denominada "Sociedad de la Información", podemos coincidir en que estos programas ayudan en primera instancia a acercar a sectores económicamente desfavorecidos a tecnologías cotidianas en la sociabilidad, sobre todo juvenil.

Luciano Sanguinetti (2012) sostiene que el programa "aparece como una promesa cumplida" y "es universalmente aceptado como una primera iniciativa que abarca la totalidad del sistema". Reflexionando en torno a la evaluación coordinada por el Ministerio de Educación y realizada por catorce universidades nacionales y la Universidad Pedagógica de la Provincia de Buenos Aires, Sanguinetti sostiene que "Los estudiantes se manifiestan reconocidos e interpretan el programa desde una perspectiva de derechos que revaloriza la educación pública. Los testimonios dicen que cuando llegan las netbooks, los chicos aplauden. Este dato nos muestra una reconciliación entre escuela y comunidad que no es menor" (Sanguinetti, 2012)[50].

En este contexto explícito, es de interés de este apartado vislumbrar los usos novedosos, creativos -por fuera de los implantados por la hegemonía del sentido-, la apropiación e incorporación, que hacen los jóvenes de esta tecnología.

Imagen 1. Página de *Facebook* de *Conectar Igualdad*, martes 21 de mayo de 2013.

[50] SANGUINETI, Luciano (2012) "*Conectar Igualdad*: La UNIPE y otras universidades evaluaron el programa". Disponible en: http://unipe.edu.ar/blog/noticias/conectar-igualdad-la-unipe-y-otras-universidades-evaluaron-el-programa/ (Consultado el 24 de abril de 2014).

Las computadoras personales de *Conectar Igualdad* son entregadas a los jóvenes en comodato –como préstamo- por parte de la Administración Nacional de la Seguridad Social (ANSES), y cada computadora le corresponde a esa persona por estar identificada con su número de CUIL. Esto hace inútil poder venderlas o que sean robadas, ya que pueden ser bloqueadas y desactivadas de su uso.

Las computadoras personales de *Conectar Igualdad* son distribuidas entre los estudiantes y estos pueden llevárselas a su hogar cuando salen del colegio. Se entregan como un derecho, no como dádiva, aunque por momentos como premio, como cuando los estudiantes terminan el colegio secundario sin adeudar materias y pueden quedárselas.

Es interesante observar las opiniones de los jóvenes entrevistados que no cuentan con las computadoras de *Conectar Igualdad* por concurrir a colegios privados o por ser mayores de 18 años. Como programa nacional de alto impacto es conocido por la mayoría de los jóvenes y por tratarse de tecnologías y de sus pares, se forman una opinión al respecto.

> ¿*Conectar Igualdad* es la que regalaron laptops a los chicos en 2011? Hay contrapesos en políticas como estas. Probablemente en esta política haya algún grado de clientelismo, y fuertes ineficiencias, como que se da la computadora a gente que no tiene internet, habría que analizar si los estudiantes utilizan la computadora para fines que después puedan ser beneficiosos para ellos mismos y para la sociedad. Pero bueno, evidentemente es una forma de integración también (Fernando, 24 años, Quilmes Centro).

> Capaz que no tiene esa facilidad y, bueno, el gobierno… pero no lo hacen de buena manera, lo hacen de mala leche, lo hacen para que lo voten. “Yo te doy esto, bueno, vos dame tu voto”. Aunque no quieras. Porque a un pibe –ponele, esto de la ley para votar a los 16-, a un pibe que le das una computadora, decís: “bueno, le di una computadora, me va a votar”. Es así. Lo hacen por eso. No lo hacen por “sí, vamos a conectarnos todos”. Las pelotas, lo hacen por el voto. Es así. Como todo. Te arreglan una calle para que los votes, no lo hacen porque aman a la ciudad. Ni en pedo, ni en pedo (Federico, 20 años, Quilmes Centro).

> Para opinar sobre *Conectar Igualdad* tendría que estar en la situación también. Si me viene una computadora de arriba, no sé, bárbaro, pero lo veo de afuera y digo que el gobierno los está comprando con cosas (Marianela, 19 años, Quilmes Centro).

En casos que lo ven de manera negativa se vislumbra que no comprenden el proyecto como un derecho, sino como un “regalo”, como una “compra” por parte del gobierno de turno, tornando la medida como clientelismo político. Estas opiniones generalmente provienen de los entrevistados más grandes en edad, quienes están en la Universidad y no contaron con este derecho. Por parte de algunos jóvenes en edad de escuela secundaria y que concurren a colegios privados las críticas estriban específicamente en los usos “indebidos” de las computadoras de *Conectar Igualdad* por parte de los beneficiarios.

> La computadora de *Conectar Igualdad* si fuera usada correctamente estaría bueno. Por ejemplo, en un colegio privado si saben hacer bien las cosas los pibes no van a ir a boludear en clase, pero yo la verdad que últimamente la quise tener pero porque no me gusta escribir y tardar tanto. Me acostumbré más a escribir con un teclado, rápido y bien aparte. Y es más fácil para hacer las cosas, pero los de colegios públicos vos los ves que hacen cualquier cosa con las notebooks, para lo que menos la usan es para el colegio. Se meten en las redes sociales y con eso se distraen en clase. También o las rompen, le ponen cosas, la quieren no hackear sino cambiarle el modo de los encendidos y apagados. Las arruinan. No le dan el uso que tendrían que tener (Joaquín, 15 años, Quilmes Centro).

Las políticas de inclusión social tienen resistencia por sectores acomodados de la sociedad. La dicotomía escuela pública-escuela privada aparece en algunos discursos como determinante de aprovechamiento de los recursos para estudiar. Lo interesante es que proviene de jóvenes hacia jóvenes –deberíamos decir intra-generacional- donde la perspectiva de clase no es una variable manifiesta en los discursos pero se encuentra presente.

Este debate por la hegemonía de los sentidos se traslada a las redes sociales virtuales como terreno de batalla. Páginas oficiales o simpatizantes de las políticas gubernamentales contemporáneas se erigen como espacios de debate constante donde la imagen, el texto y el audiovisual se usan al servicio de la disputa.

Imagen 2. “Te Molesta? Jodete!!!”, en Página de *Facebook* de 7D.

Otra de las detracciones proviene de algunos padres, quienes creen que los jóvenes van a estudiar menos o serán destinatarios de educación de menor calidad mediante estas tecnologías. “A algunas madres, yo estaba escuchando que no les gustaba porque como que la enseñanza de ahora no es mucha y no les gusta que tengan computadoras, como que se van a embobar más” (Talía, 14 años, San Francisco Solano). Este pensamiento puede provenir del conocimiento de los usos cotidianos que sus hijos hacen con las tecnologías: chatear, redes sociales virtuales, música, videojuegos y emparentar la tecnología con los usos de entretenimiento. En estos casos, la tecnología no llega a exorcizarse de esta carga para ser pensada como una herramienta que también puede ser usada con fines de conocimiento.

Al mismo tiempo, también es recurrente el uso de las computadoras por parte de algunos integrantes de la familia. Este es un fin buscado por el programa ya que se trata de inclusión social y no solamente de inclusión tecnológica que las familias de los jóvenes accedan a las tecnologías. De ello que haya padres o abuelos que comienzan a utilizar por primera vez una computadora.

Por otro lado, también se encuentran las voces de jóvenes que testimonian a favor del derecho. Entre sus argumentos se encuentra la facilidad de escribir con el teclado en vez de escribir con lapicera y papel, la protección de la ecología por no utilizar papel o tener toda la información en un mismo lugar y no perderla.

> Para mí está bueno que las privadas también tuviéramos… o sea, no sé si que nos la den porque la mayoría de nosotros tiene notebook en la casa y estaría bueno llevarla. Pero aparte por el tema ecológico, para mí es mejor. No usás más las hojas y escribís todo ahí, para mí es mejor. Y aparte tenés todo ahí y no corrés riesgo de que se pierda, pero para mí es mejor, estaría bueno. Pero capaz no hay muchos que tengan el soporte económico que puedan comprar una notebook o algo, no sé, lo que pueda, pero estaría bueno. Sería un buen avance que todas las secundarias tengan eso, no sólo las públicas o si las privadas… que algunos alumnos no tengan el soporte para comprar una notebook que se la dé el gobierno, pero después que la compre, o sea, cuando puedan. Eso estaría bueno (Agustina, 17 años, Quilmes Centro).

> Para mí está bien porque nos cuesta escribir con la lapicera, bah, a mí no me gusta mucho estar con la carpeta, así, me gustaría usar la computadora, sí. Pero a la vez, no sé porque cuando las guardan, ahí también entran a robar, un par de veces entraron a robar al colegio y si las roban, no sé qué van a hacer después (Talía, 14 años, San Francisco Solano).

Finalmente se encuentran quienes son conscientes del impacto social que persigue el programa y están de acuerdo con su implementación, a pesar de no contarse entre los jóvenes destinatarios.

> *Conectar Igualdad* me parece genial, creo que es una posibilidad que tienen personas a las que se les complica el acceso a determinadas cosas de estar al día, de tener las mismas posibilidades que yo por ejemplo, una educación universitaria pública pudiendo cumplir con las exigencias de hoy en día (Jeremías, 22 años, Quilmes Centro).

> Y, qué pienso de eso… que no está ni bien, ni mal. O sea, depende de los docentes porque ellos te dan la computadora para que la uses, pero capaz que hay pibes que no tienen la facilidad para ir a Garbarino o a Frávega para comprarse una computadora. Entonces, la computadora no vale dos pesos (Federico, 20 años, Quilmes Centro).

Asistimos entonces a dos niveles diferentes de la disputa hegemónica. En un primer lugar el Estado proporcionando un derecho, sus detractores y sus simpatizantes. Por otra parte, las disputas de sentido que se dan también entre los mismos jóvenes, quienes cuentan con el derecho y quienes no, por no concurrir a la escuela secundaria o por hacerlo en instituciones privadas. El otro, depositario del derecho, es por momentos visto como un usurpador de un objeto destinado para estudiar y es mal usado para entretenerse. Jóvenes censuran usos sociales de las tecnologías de sus congéneres desde

una solapada perspectiva de clase. Este interés por el destino de los fondos públicos se emparienta con frases recurrentes del discurso de algunos sectores de la clase media que por ejemplo piden saber cuál el sueldo de los periodistas de la televisión pública porque, como contribuyentes, dicen pagar sus salarios.

Cuando el Estado invierte recursos para satisfacer necesidades, los privilegios se homogenizan, los nuevos derechos incluyen y esto desata un debate en torno al destino de los recursos y el aprovechamiento social que esto genera. Desde una perspectiva macro se trata de un primer nivel de disputa por la hegemonía de los sentidos de esta práctica de inclusión social y tecnológica que tiene lugar en la Argentina contemporánea.

En el terreno específico de los usos en el aula –podríamos llamarlo microfísico- se dan otras batallas en forma de negociación de sentidos entre el sistema educativo, encarnado en directivos y docentes, y los estudiantes. En estos espacios que siempre fueron de tensión, por la mediación del poder, se adicionan como elementos diferenciadores las nuevas tecnologías y lenguajes, los cuales trastocan el ambiente habitual del estudio mezclándolo con espacios destinados al ocio. “Desde hace más de 50 años, la escuela es también la institución que más resistencias le opone a estas transformaciones de época” (Quevedo, 2003). La misma computadora que sirve para estudiar y buscar información aloja redes sociales virtuales, la vastedad de internet y videojuegos. Nuevas formas de apropiación, de objetización, incorporación y conversión social de los usos tecnológicos nacen y se enmarañan con antiguas prácticas estructuradas en las instituciones sociales, algunas de ellas persistiendo con prácticas decimonónicas.

> Las comunicaciones en el siglo XX produjeron cambios que han producido profundas mutaciones en los procesos de personalización, en el mundo del trabajo, en las instituciones básicas que instituyó la modernidad, al tiempo que se establecieron nuevas claves culturales en relación al mundo de las imágenes, la proliferación de los no lugares y la aparición de una nueva estética, el “neobarroco”, signado por la búsqueda de formas caracterizadas por la inestabilidad y la mutabilidad de los objetos y los bienes culturales. Paralelamente se transformaron las estructuras del conocimiento y de apropiación simbólica del mundo que se forjaron en los últimos cuatro siglos (Quevedo, 2003).

En este intríngulis simbólico ocupa un rol central el enfrentamiento inter-generacional docentes-alumnos, pero también padres-hijos.

4.1.3 LO POSIBLE Y LO CONVENIENTE: USOS DE *CONECTAR IGUALDAD*

Los usos esenciales de las computadoras personales de *Conectar Igualdad* tienen que ver con los impuestos por la política pública. Las computadoras no tienen prohibiciones per se, por ejemplo, para ingresar a determinadas páginas de internet. La hegemonía en los usos de estas computadoras personales es ejecutada en primera instancia por el Estado mismo y en las aulas por los docentes y directivos. La directora de *Conectar Igualdad* señala que

> cada escuela tiene su Intranet y en la Intranet, obviamente, el contenido lo regula el que agrega contenido exterior. Y después los chicos que tengan Internet en la casa, esperamos que la familia, los padres, estimulen el uso de Internet. Y también se trabaja con temas vinculados a enseñarles a los chicos lo qué es una Internet segura, qué pueden hacer y qué no, qué conviene y qué no conviene, pero no hay límites de Internet (Silvina Gvirtz, entrevista exclusiva, 2013).

En medio de estos debates sobre "qué pueden hacer y qué no", "qué conviene y qué no" que parecen dados, la hegemonía de los sentidos en los usos es manifiesta y asumida por quienes implementan la política pública. Se libra entonces una tirantez entre jóvenes y adultos –docentes y padres- sobre usos "posibles" y "convenientes". La directora de la Escuela N° 11 de San Francisco Solano sostiene

> Está el docente cuya postura es "yo sé todo, acá mando yo". Así como les dice: "está bloqueado el *Facebook*"… o se las bloquea él porque el docente con su computadora lo puede hacer. Puede manejar la computadora de sus alumnos en el horario de clase. Tiene el escritorio docente donde se carga cada grupo de chicos que tenés. Entonces, desde ahí… por ejemplo, yo docente quiero que vean una película y se las mando a todos, en el momento la vemos y la comentamos. O un trabajo interactivo y lo vamos haciendo entre todos. Y yo veo la pantalla de cada chico y puedo bloquearlo, o no. Entonces, muchos docentes no quieren perder ese poder, ese lugar, y bloquean (Beatriz Caramés, entrevista exclusiva, 2013).

Existe una "libertad de cátedra" como derecho docente de utilizar o no las computadoras y de optar por hacerlo, implementarlas del modo que le parezca más conveniente con su materia, los contenidos y dinámicas que tiene que brindar. Asimismo, se posiciona como autoridad y con derecho a observar y censurar usos no convenientes para el colegio.

> En general, lo que nos dijeron es que eso es para estudiar, no para estar en el *Facebook* porque ellos pueden desde su computadora revisar todo lo que nosotros estamos haciendo… y eso. Y después creo que en las vacaciones por ahí te la bloquean a la computadora. Y después cuando llega el colegio te la desbloquean, eso es lo que le hacen algunos no, casi todos (Talía, 14 años, San Francisco Solano).

La práctica de bloqueo implica la imposibilidad de acceder a determinadas páginas de internet, generalmente de entretenimiento. Asimismo, esta muestra de poder disminuye la posibilidad de privacidad de cada estudiante en su computadora, diferente a la de su cuaderno de papel. La tecnología habilita de esta manera un tipo de vigilancia.

Las computadoras son para estudiar, realizar trabajos prácticos, tomar apuntes y por eso están dotadas de información para la totalidad de las materias de la currícula. Existen numerosos docentes que toman cursos de capacitación para el uso de estas computadoras[51]. Estos docentes utilizan las computadoras en dinámicas de trabajos novedosas. Al mismo tiempo, en el incipiente proceso de ejecución hay profesores que no las usan, de hecho nos cuentan que son pocos quienes las utilizan al cien por ciento de su posibilidad. Puede deberse a que se trata de una implementación inédita y que llevará su tiempo estar a punto. De ello que no haya mucha innovación y despliegue de capacidades a la hora de trabajar con las computadoras en el aula. Por lo tanto, los usos que proponen una negociación de sentido provienen en su mayoría de los estudiantes.

Los jóvenes que nacieron desde mediados de la década de los ochenta comenzaron a socializar en medio de tecnologías de la comunicación digitales que forman parte de su cotidianeidad. De ello que determinadas posturas académicas los posicionen como "nativos digitales", con habilidades diferentes a generaciones anteriores. El aprendizaje hipervincular, al estilo "mosaico", es una de las características de los procesos de educación que se procuran los jóvenes. El concepto nativo digital sostiene que a estos jóvenes poseen habilidades propias de una conciencia de época.

[51] Estos seminarios y talleres son periódicos, destinados a docentes de las más diversas materias y a lo largo y ancho del país. Tuvimos la oportunidad de tomar cursos a modo de observación participante para esta investigación, durante el Seminario Latinoamericano de Experiencias 1 a 1. Estrategias de capacitación y contenidos. Programa *Conectar Igualdad*. 17-18 de marzo de 2011. Sheraton Buenos Aires & Convention Center. Organizado por la Presidencia de La Nación.

> Es difícil mantenerlos atentos en una clase tradicional de exposición de contenidos por parte del profesor, porque tienen la percepción de que ese contenido lo pueden consultar en Internet, lo pueden intercambian entre ellos, localizar otras fuentes, elaborar mapas o visualizaciones. En definitiva, tienden a participar activamente en la construcción de su propio conocimiento (García, Portillo, Romo, Benito, 2005).

Estos jóvenes son quienes conocen cotidianamente las tecnologías por contar con ellas en sus casas en el mejor de los casos, pero sino por haberlas usado en casa de amigos, familiares, o ciberlocales. “Aprenden por descubrimiento, investigación y experiencia, lo que los capacita para retener información y usarla de formas innovadoras; están cómodos en multitareas y usan un amplio rango de tecnologías para buscar información” (Cabra Torres y Marciales Vivas, 2009: 121). En este sentido detentan el gobierno de la tecnología, muchas veces por delante de los adultos. De ello que se encuentran bien posicionados a la hora de plantear la batalla por los usos, tanto los de conocimiento –que propone el colegio- como los de entretenimiento y ocio –que presentan los jóvenes.

> Se puede poner de todo. Es más, hemos tenido en una de las escuelas problemas porque los chicos borraban todo lo que era escritorio de alumnos, todo, y el profesor ya no podía conectarse con el alumno, no cumplía la función que tenía que cumplir la computadora. ¿Por qué? Por cargarle juegos que son pesados, entonces necesitan más espacio, algo así. Le cambian los discos, eso no se puede hacer, los discos rígidos los cambian por más GB, más qué sé yo qué (Beatriz Caramés, entrevista exclusiva, 2013).

Hay casos en que los docentes no bloquean las computadoras y los jóvenes las usan para jugar o redes sociales virtuales.

> ¿Quién no hace que funcione esto? Que los docentes no incentivan a los chicos a que traigan las computadoras, a nada. O sea, ahí está el problema, porque ellos están capacitados, hacen cursos y todo. Entonces, ahí está el problema. ¿Los profes? Porque cuando van a clase los chicos mayormente se ponen a jugar al Counter, o a cualquier otra cosa, y ellos no los bloquean ni nada. Entonces, es como que se dispersan mucho también (Lautaro, 17 años, Quilmes Centro).

Los jóvenes se llevan las computadoras a sus hogares luego de clases. Existen usos recurrentes de estas tecnologías en el ámbito extracurricular o extra-áulico que queremos subrayar. El primero de ellos obedece a la conectividad por WiFi que las

escuelas tienen para poder brindar la posibilidad de navegar por Internet a los estudiantes con sus computadoras personales. Esta conectividad hace que los estudiantes en diversos casos concurran a la puerta de la escuela fuera de los horarios de clase solamente para poder usar Internet. En este sentido, no es descabellado ver jóvenes sentados en la puerta de la escuela un sábado o un domingo con sus computadoras personales. De ello que el "tiempo off" del colegio no siempre se traduce en tiempo de estudio en el hogar. La misma computadora que contiene ilimitada información es depositaria de redes sociales virtuales, videojuegos y cuenta con la posibilidad de hacer circular la más variada industria cultural.

Nicolás dice: "Mi prima tiene la computadora de *Conectar Igualdad*, todo el tiempo la usa. Aparte, siempre está la casa de un amigo que tiene WiFi y vamos allá" (Nicolás, 16 años, Bernal Oeste). Los espacios donde usar la computadora son variados y los usos se tornan infinitos dadas las posibilidades que permite internet. Se despliegan, como en el caso mencionado, usos de entretenimiento grupales, en medio de juegos o de escuchar música y ver videos de *YouTube*. Como también usos informacionales y comunicacionales como el chat o la mensajería instantánea al estilo *Skype*.

El propio programa *Conectar Igualdad* propone una reflexión sobre el uso fuera del aula. Primeramente en un spot audiovisual llamado "Apagala un rato"[52], *Conectar Igualdad* propone en voz en off:

> Hoy, más de dos millones y medio de chicos de escuelas secundarias públicas de la Argentina tienen su netbook del programa *Conectar Igualdad*. Lograr esto costó mucho trabajo por eso no vas a creer lo que te vamos a pedir: te vamos a pedir que la apagues… un rato. Porque aunque parezca que con tu compu no hay dato que no pudieras encontrar, todavía quedan preguntas que no pueden responder los buscadores y queremos que salgas a hacer esas preguntas. Salí a la calle, conocé gente, porque no importa si tenés tres mil amigos en las redes sociales, si no tenés uno que te dé un consejo mirándote a los ojos entonces no tenés ninguno. Jugá a la pelota, volvé al potrero que ahí nunca te va a aparecer "game over". Mirá el atardecer, vas a ver que ningún 3D y HD le puede ganar a eso. Bailá, corré, divertite. Y si te olvidaste la cámara no pasa nada, el disco rígido de tu memoria es inagotable. Reíte mucho, pero sin emoticones, reíte fuerte y de verdad. Salí a la vida, cuando vuelvas tu compu va a estar ahí esperándote para que sigas aprendiendo y uses todo lo que sabés para hacer un mundo mejor.

[52] "Apagala un rato". Spot publicitario de *Conectar Igualdad*, disponible en http://www.youtube.com/watch?v=S8OCf-LCubM (Consultado el 21 de febrero de 2014).

La dicotomía uso escolar -"la computadora va a estar ahí esperándote para que sigas aprendiendo"- frente a un uso de entretenimiento encarnado en las redes sociales virtuales y los videojuegos está presente en este discurso.

En este mismo sentido, se encuentra el uso en vacaciones de verano o de invierno que en primera instancia se lo vería como un "uso libre" del estudio y con la legítima posibilidad de emplear las computadoras para el entretenimiento. Esto es tematizado por el programa en su perfil de *Facebook* mediante posteos como esta imagen:

Imagen 3. "#ConectardeVacaciones", en Página de *Facebook* de *Conectar Igualdad*.

La directora de *Conectar Igualdad* señala que

> el trabajo en la tecnología en el tiempo libre y en las casas es central porque los estudios internacionales dicen que la computadora mejora el aprendizaje en aquellos casos en que los chicos la tengan en la casa, pero lo que sí sabemos es que los estudiantes pasan minutos intensivos de la computadora no sólo en la escuela o en el tiempo libre, en los recreos, en la tarde, etcétera. Así que, en el tiempo escolar puede ser tiempo en la escuela con un docente y tiempo fuera de la escuela, pero para alguna tarea vinculada a lo escolar. Dentro del tiempo libre, los chicos hacen miles de actividades desde chatear con otros hasta los videojuegos. Lo que pasa es que también es cierto que muchos videojuegos y parte de la tarea que hacemos son también educativos, jugar no es

> necesariamente perder el tiempo, al revés, jugar es algo necesario, jugar es algo de lo que se puede aprender y de lo que se debe aprender (Silvina Gvirtz, entrevista exclusiva, 2013).

Los videojuegos alojados en las computadoras son educativos. Cuando se tematizan los videojuegos por parte de quienes implementan la política no se mencionan otras aplicaciones o programas que los jóvenes agregan a las computadoras. De hecho las computadoras no suponen un ámbito de privacidad, están abiertas a que los docentes puedan ver sus contenidos porque se trabaja asiduamente sin contraseña. El usuario es "Alumno", nombre por defecto genérico que viene en todas las computadoras. Como en cualquier sistema operativo se puede cambiar o agregar usuarios con sus respectivas contraseñas, tornando privada la información cargada. Al respecto Beatriz Caramés cuenta:

> le decís "no pongas la contraseña, dejá en "Alumno"; o poné una contraseña vos y aparte "Alumno", cosa de que yo la pueda abrir desde ahí y desbloquearla" y "no, porque en casa si no me la usan". O sea, es un elemento que, si bien lo comparten en la casa y muestran lo que quieren mostrar, o sea, la intimidad del adolescente que la hubo siempre y, en este caso, obvio. O porque tienen un hermano chiquitito o porque tienen el padre que sabe -porque ya él le enseñó a manejar la computadora-, entonces la bloqueó con una contraseña. Y solamente pueden ingresar cuando yo quiero que ingresen. Eso es algo que llamó mucho la atención (Beatriz Caramés, entrevista exclusiva, 2013).

En este sentido, si bien las computadoras cumplen con el rol de instrumento de inclusión social para las familias de los jóvenes alcanzados con este derecho, son ellos quienes detentan el poder sobre los usos principales de estas tecnologías en el hogar. La contraseña puede no ser usada y quedar con la que los docentes conocen para manejar las computadoras de todos los alumnos. Sin embargo, los jóvenes le agregan una contraseña propia que burla el control. Una vez más el mote de "nativo digital" se capitaliza en la negociación de los sentidos en favor de los jóvenes, quienes gobiernan los usos extra-áulicos. Ya que las computadoras, aunque comprendan que es en comodato y que tienen que graduarse sin adeudar materias para que sea suya, la cuidan y usan como propia, ya que convive con ellos fuera de la escuela. Asimismo, muchos de ellos al tratarse de sectores económicamente desfavorecidos cuidan la computadora porque se trata de un objeto que de otro modo no podrían tener.

> La cuidan porque después no te olvides que salen a cartonear, salen con el carro o ayudan en la casa, hacen tareas domésticas. Hay un montón de cosas que hacen… Como me decía una nena, "ah, yo el viernes salgo –ella viene al turno mañana- salgo y hago la tarea en mi computadora. Y después miro -¿cómo es que se llama esto que tienen ellos?- *Facebook*, miro el *Facebook*, qué se yo qué. Y después hasta el lunes no la abro porque imaginate –me decía, ¿no?- con las manos mojadas no la voy a tocar, si estoy bañando a mis hermanos o estoy limpiando…". Entonces todo esto es como que tiene un cuidado a veces excesivo (Beatriz Caramés, entrevista exclusiva, 2013).

A pesar de cuidarla como propia, al convivir con ella se produce una apropiación –objetización en términos de Silverstone (2007)- que podemos definir como un uso individual e intimista y particular, que se trata de "tunear" la computadora. Es decir, escribirla, pintarla, marcarla con signos personales.

Al respecto, la directora de la Escuela N°11 de San Francisco Solano dice:

> He visto pintadas con aerosol, he visto marcadas con cutter poniendo su nombre de *Facebook*, por ejemplo. Después, dibujos con fibrones, todos los que quieras. Stickers esos que se compran y se pegan con brillitos, con cositas, todos los que quieras. Y he visto, de una nena, la tapa de la computadora toda con fibrones de distintos colores, un paisaje. Y vos abrías la computadora y en los costados de la pantalla, el nombre de ella. Y en cada tecla, esos aritos, brillantes, chiquitos. Eso es la apropiación. No hay una sola, yo no conozco una sola computadora de las que se les haya entregado a los pibes que esté virgen. Sí la de los profesores, la mayoría, la mayoría está virgen porque muchos de los profesores también tiene sus cositas (Beatriz Caramés, entrevista exclusiva, 2013).

Imagen 4. "Mandanos la foto de tu netbook de *Conectar Igualdad* tuneada", en Página de *Facebook* de *Conectar Igualdad*.

Uno de los usos particulares que surgieron en las entrevistas es el que llevó adelante un grupo de estudiantes de la Escuela N° 11 de San Francisco Solano. La directora nos contaba que los jóvenes emplearon las computadoras personales para realizar las elecciones del centro de estudiantes. Monitoreados por profesores de educación cívica, generaron padrones y plataformas electorales y se ejerció la contabilidad de los votos con estas tecnologías. Es una idea que surgió de los propios jóvenes y que los docentes vieron pertinente y apoyaron. Este uso negociado merece ser mencionado como caso específico en una escuela de nuestra región de estudio.

> Y los pibes decían "y bueno, tenemos la máquina, nosotros capaz que a los 16 podemos votar, podemos elegir", porque también se habló de esto. "¿Y, pero, si con la máquina hacemos…?". Empezó por el padrón, haciendo un padrón. "¿Y para qué van a hacer un padrón?". O sea, sí, está bien, tenemos a todos y… ¿a quién van a votar? ¿Y cómo se hace? Y ahí empezaron a trabajar los de Construcción ciudadana, buscaron en Internet, bajaron desde el año 83' que empezó la democracia, bajaron los distintos formatos de lista, los distintos formatos de propaganda (Beatriz Caramés, entrevista exclusiva, 2013).

Decíamos que los jóvenes que obtienen las computadoras de *Conectar Igualdad* pueden llevarlas a sus casas luego de clase. Es definitivamente de su propiedad y se la quedan cuando terminen los estudios secundarios. En ese sentido, las computadoras para jóvenes que quizás no cuentan con otra en sus hogares pasan a ser un objeto no solamente para usos escolares. Una de las prácticas espontáneas de los jóvenes tiene que ver con el uso de Internet: si muchos de ellos no cuentan con computadoras en sus hogares tampoco cuentan con Internet de banda ancha ni de Internet inalámbrica o WiFi. Es común, entonces, observar a jóvenes usando las computadoras en las puertas de las escuelas los fines de semana para captar señal de Internet.

El espacio con la carga simbólica de ser el lugar de estudio, estructurado con las constricciones y cánones que supone la escuela: autoridades, temporalidades y espacios a respetar en cada ritual escolar, desde formar fila y acatar los tiempos de cada materia y los recreos, las fechas de pruebas y entregas de trabajos prácticos, las disposiciones corporales que ubican a la autoridad adelante y de pie y la imposición constante de normas de conducta, las decisiones de poder constante encarnadas en los docentes y

directivos, ese espacio material del colegio es el mismo que ahora devenido en espacio simbólico es terreno de una batalla por la hegemonía del uso tecnológico.

El colegio es de algún modo la visibilización del Estado; la computadora de *Conectar Igualdad* también lo es; lo usos alrededor de esta implican una transformación de los significados. La formación escolar de un joven se completa también con su formación identitaria como joven, y en la actualidad los jóvenes se relacionan entre sí mediante tecnologías de la comunicación. Es por lo tanto una característica definitoria de ellos contar con un perfil de *Facebook* o chatear mediante *Skype*. El uso "de la puerta del cole" es una estrategia tácita de pertenencia a un espacio otro de las tecnologías, donde el colegio (paradójicamente) no apunta ser escenario y que los jóvenes necesitan transitar para la fugaz constitución como tales.

El escenario de este uso es la vereda del colegio, el afuera. Para adentro se encuentran reservados los usos oficiales de las tecnologías. Se tematiza con *Conectar Igualdad* una inclusión social, un derecho más que una dádiva, desde las mismas premisas estatales se plantean estos sentidos en juego. La inclusión a un sistema escolar que facilita el acceso al conocimiento; aspecto que en este estadio histórico se encuentra, como la mayoría de las producciones culturales, en proceso constante de digitalización. Las mismas tecnologías sirven para otros usos: información, comunicación y, fundamentalmente, entretenimiento. Podemos decir que este uso lúdico es el que prevalece en la vereda, material y simbólicamente: en el afuera del colegio. Sin embargo, sigue siendo en el colegio. De manera concomitante el joven y el colegio (el Estado) se pertenecen mutuamente.

El joven es ciudadano y depositario de derechos como la educación (el colegio le pertenece, la computadora personal le pertenece). El joven es ciudadano y carga con obligaciones tales como asistir al colegio (debe estudiar y formarse constantemente como ciudadano, debe usar la computadora personal para los fines pedagógicos (de conocimiento) que le indica el colegio). En los márgenes, -siguiendo a De Certeau- la táctica del débil se enfrenta a la estrategia del poderoso. El WiFi del colegio se "roba" quizás para jugar o para socializar con amigos mediante redes sociales virtuales. Emulando a un ciberlocal -el cual también es terreno propio de quienes no cuentan con banda ancha en sus hogares- la vereda del cole es una arena donde acampar, cual plaza, para desarrollar un uso tecnológico de entretenimiento en un espacio común y en un

tiempo diferente al de clases: los fines de semana o a contra horario. El Estado lo habilita proveyendo el hardware y la conectividad. A su vez en la inclusión que promete se vislumbra una más amplia que tiene que ver con construcciones juveniles, identitarias, cívicas, de grupo; por momentos de consumo, pero fundamentalmente y en el más amplio de los sentidos, políticas.

4.1.4 LOS LENGUAJES DEL SISTEMA ESCOLAR

Para los jóvenes argentinos el acceso a educación pública gratuita mediante instituciones del Estado es un derecho y a la vez concurrir a clases es una obligación. La adolescencia es el estadio donde se transita por la escuela secundaria y a la vez un período etario donde la construcción de la identidad en torno a la rebeldía forma parte del crecimiento psicofisiológico y la cotidianeidad cultural.

Es común entonces que la cultura adulta sea depositaria de quejas y enojos, por tratarse de la oposición más inmediata. Son los padres y los docentes quienes velan por las obligaciones y deciden e implementan una economía de límites y castigos. Por otra parte, este lento paso a la adultez se vive como adultez y se reniega de las censuras. En este contexto notamos que existe un descontento de algunos jóvenes hacia la escuela secundaria. Puede pensarse que es propio de la edad y que la adolescencia como estadio de rebeldía tiene en los profesores y en el sistema escolar sus principales destinatarios de rivalidad. Sin embargo, las quejas que nuestros entrevistados proporcionan son diversas, desde el “porque sí”, pasando por el aburrimiento, porque hay que leer mucho, porque son muchas horas, porque es difícil, hasta la falta de incentivo. Por momentos, las demandas son profundas. Algunos de ellos dicen que le va mal o regular en el estudio y atribuye esto a diferentes factores.

> La escuela no es entretenida, pero te enseña. Hay profesores que buscan maneras para que el alumno llegue a participar en la materia, a ver, a entender, y hay otras que no, que vienen y te dan quince hojas “estudiante esto, si no entendés no me importa. Yo prefiero entender una hoja y bueno, yo sé que esa hoja la entiendo, pero no leer quince y no entender ninguna (Facundo, 17 años, Villa La Florida).

> Me llevo todas las materias. Todos están como yo, todos se llevan todo. Porque son siete horas, imaginate, entras a las siete y salís a las dos y media. Me gusta gimnasia, porque es lo más fácil (Leandro, 15 años, Villa La Florida).

> Algunos de mis compañeros están concentrados en seguir estudiando, yo con las personas con las que me junto, que me rodean todo el tiempo piensan seguir estudiando una carrera como Contabilidad y Gastronomía y personas con las que paso un tiempo determinado, no piensan seguir estudiando, piensan empezar a trabajar y dedicarse a otra cosa, muchos de mis compañeros piensan seguir con el fútbol o encontrar un trabajo, lo primero que encuentren y no seguir estudiando. Algunos ya piensan dejar el colegio ahora y no volver a tocar nunca más un libro (Aldana, 16 años, San Francisco Solano).

> Me va mal creo. Necesito aprobar dos materias para poder pasar bien. Pero es fácil. Fue porque en el primer trimestre como que me sacaba todo mal en las pruebas y no estudiaba mucho (Micaela, 14 años, San Francisco Solano).

Otros de nuestros entrevistados hablan en buenos términos del colegio y dicen esforzarse en el estudio. Terminar la escuela secundaria forma parte de un imaginario de valoración positiva que tiene que ver con un objetivo personal y una necesidad social.

> El colegio todavía no lo terminé. Lo dejé, pero lo pienso terminar, o sea, lo quiero terminar, me falta un año. Es como un objetivo personal, obviamente, y es algo muy necesario para todo lo que quieras hacer. Yo estaba estudiando cuando empecé a trabajar, bueno, por unos problemas personales y demás… no es que tuve que dejar, sino que prácticamente no iba. Me iba mal y demás, y en ese momento puse en la balanza estudiar o trabajar -que era lo que estaba haciendo- y me rendía mucho más trabajar. Entonces me dediqué más a eso. Y después por una cosa o por otra no pude ponerme de nuevo, pero ahora como que se está acomodando todo de a poco y... ganas, sí, ganas no me faltan (Facundo, 20 años, Quilmes Centro).

En otros discursos aparecen ideas en torno a seguir estudiando carreras terciarias o universitarias. Es interesante la reflexión y el reclamo de Facundo, de 17 años, quien interpela a la escuela y sobre todo a los profesores a tener mayor atención con los estudiantes.

> Que te den ganas de interrumpir, eso es muy interesante. Que uno sepa, que uno sepa. Si uno sabe, la materia cumple un objetivo fundamental. Para mí la escuela tiene que ocuparse de eso, la comprensión. Yo no puedo darte un concepto y vos que no lo sepas, ponele te puedo decir: “qué es tal cosa” y bueno, vos no lo sabés… está bien, pero un concepto importante en la secundaria y no lo sabés porque algo estuvo mal planteado. Entonces, estos profesores para mí plantean bien la materia, porque saben que se encuentran con un grupo o numeroso o con pocos alumnos, o con alumnos que son de tal manera, porque nosotros hace tres años que venimos juntos, ya nos conocen los profesores. Hay una profesora que nos hace un test vocacional, porque nosotros se lo pedimos, entonces esa

> profesora qué está haciendo, se está adaptando a lo que el grupo también quiere, pero la que viene acá y dice: “yo tal cosa y hago tal cosa, y el que no haga tal cosa, se va a llevar la materia”. Entonces, ya estás medio por la línea, en la que te equivocaste un poquito ya estamos todos con un uno (Facundo, 17 años, Villa La Florida).

Las formas y los contenidos son cuestionados. Parece haber una demanda que posiciona a los jóvenes más concientes de su educación como actores políticos en defensa de sus derechos a una enseñanza apropiada y de calidad.

El sistema escolar desde su génesis estuvo asentado en el lenguaje lecto-escritural, dejó fuera de su injerencia, entendidos como lenguajes puramente mediáticos, al sonoro –o radial- y al audiovisual –cinematográfico y televisivo-, más allá de alguna dinámica aislada implementada con películas, documentales o envíos televisivos. Con el lenguaje multimedial no sucede lo mismo. Se comprende sus beneficios y la cercanía que tienen los jóvenes en su uso. El sistema educativo lo adopta de diferentes maneras para sus prácticas pedagógicas dentro del aula.

> La institución escolar debe enfrentar entonces los problemas que se derivan de la necesidad de articular dos lenguajes y dos modos de aprendizaje diferentes: aquel que es propio de la tradición escolar y está basado en la lectura, el estudio y el avance de lo simple a lo complejo que supone un trabajo lineal y ordenado, por un lado; por otro, el lenguaje de los medios de comunicación y de la informática, que implica la adquisición de un "conocimiento en mosaico", caracterizado por los montajes temporales y la fragmentación, por el hipertexto que implica un nuevo modo de leer, por la mezcla de información y ficción y por la superposición de géneros estéticos (Quevedo, 2003).

4.1.5 LAS NEGOCIACIONES DE SENTIDOS

Los jóvenes dicen utilizar tecnologías para estudiar y mencionan comúnmente internet como fuente de información. Algunas veces son los propios profesores quienes solicitan que los jóvenes busquen allí lo que necesitan para estudiar, en otros casos los argumentos para recurrir a Internet en lugar de a bibliotecas tienen que ver con la facilidad y la rapidez. La dicotomía internet-libros aparece en los discursos de los jóvenes como contraposición. La simplicidad que mencionan al acceder a información en *Wikipedia* va en detrimento del uso del libro, un objeto al cual hay que tomarse el trabajo ir a buscar y leer con otra atención ya que cuando se está consultando el libro no se hace otra cosa, mientras que en la computadora se puede tener *Wikipedia* en una

ventana de buscador al tiempo que en otra explorar una red social virtual, un chat o escuchar música. La multi-atención y la no linealidad en la adquisición de conocimientos hace que el libro se presente como un objeto en desuso; se lo menciona como una segunda opción, incluso en los casos de quienes no cuentan con internet. En este escenario los docentes como mediadores esenciales son quienes tienen que solicitar que consulten en libros.

> Los profesores dicen "busquen tal cosa" y no les importa si es de Internet. A veces para trabajos te piden específicamente que sea de libros, pero si es de Internet que pongas de dónde lo sacaste, que eso me parece bien. Pero si no, no les importa si es información al azar. La de Historia a veces nos dice "busquen más en libros, en Internet no tanto" porque no sabés quien pudo haber escrito esa información (Agustina, 17 años, Quilmes Centro).

> Hay alguno que no tiene Internet. Igual llevamos diferente información. Hay algunos que lo buscan en libros. O sino usan la *Encarta*. Libros no uso mucho. Uso Internet. De una uso Internet. Para hacer resúmenes y todo eso. A veces tengo que leer el libro y lo busco en Internet a ver de qué se trata y eso para estudiarlo así de ahí en vez de leer todo el libro (Lucas, 14 años, Villa La Florida).

> Libros habré bajado tres… aparte yo tengo la facilidad también de tener un montón de libros en casa porque mi mamá es docente y tengo toda la información que necesito en libros. Hay veces que la saco de libros, pero la información más concreta siempre la buscás en Internet. Porque es más fácil, más práctico (Joaquín, 15 años, Quilmes Centro).

> Cuentan como que ya tenemos. Y si no es así, le pedís a tu compañero, te lo presta tu compañero, lo buscas en un libro o le pedís ayuda a tus abuelos a ver si saben algo (Aldana, 16 años, San Francisco Solano).

> No es muy conveniente. Pero, no, la verdad, yo prefiero usar la computadora y buscarlo por ahí, que sé que va a aparecer. De vago más que nada porque tranquilamente si te ponés a hojear y lo vas a encontrar, capaz. Pero sabés que en la computadora en un abrir y cerrar de ojos ya está. De última lo copiás a mano o lo llevás impreso, que es más fácil (Federico, 20 años, Quilmes Centro).

Estas tecnologías y lenguajes son producto de apropiaciones simbólicas por parte de los jóvenes quienes los utilizan también fuera del aula. Los entrevistados mencionan Internet como la fuente principal de información a la hora de hacer usos de conocimiento de las tecnologías de la comunicación. Se posicionan como los sitios más

consultados *Google* y *Wikipedia*, demostrando una uniformidad de criterios a la hora de buscar información.

> Para la escuela uso Internet, uso *Google*, uso *Wikipedia*, hay veces que *Wikipedia* dice cualquier cosa. Me fijo. Imprimo cosas que necesito o imágenes y eso, lo que necesito para la escuela lo agarro siempre de Internet. A veces lo llevo así como está, después lo llevo a la clase y le digo a la profesora qué hago con eso, lo subrayo (Lucas, 14 años, Villa La Florida).

> Todos usábamos *Wikipedia* me acuerdo. Pero, depende. O sea, yo a veces me ponía a buscar, y buscaba mucho. O sea, no era que me quedaba con lo primero que veía. Leía, preparaba. Por ahí agarraba un poco de una página, un poco de otra página (Nair, 18 años, Quilmes Centro).

> En el colegio llevaba lo primero que encontraba en *Wikipedia*. Todos decíamos lo mismo (Marianela, 19 años, Quilmes Centro).

> Si es de *Wikipedia*, por ejemplo, uno está leyendo y todo el mundo está siguiendo lo que lee porque todos tienen lo mismo. O sea, es la primera página que salta. No te vas a detener a buscar más porque ya tenés la información ahí. No sabés si está bien o está mal porque no se cuestiona la *Wikipedia*, es *Wikipedia*. Si se llega a la segunda página, eso ya es mucho (Agustina, 17 años, Quilmes Centro).

> Vos si vas a un salón te das cuenta quien trajo información y la buscó porque la trae impresa aunque no la haya leído porque son de ir a *Wikipedia*: copiar, pegar, imprimir. Y están los que se copian exactamente lo mismo, está el de tratar de cambiarlo un poco para que no se dé cuenta y eso no lo hacen algunos (Aldana, 16 años, San Francisco Solano).

En este sentido se presenta el problema sobre si la mayoría o todos los compañeros llevan la misma información a clase. En estos casos Internet no cumple una función de acervo de información necesaria para incentivar la perspectiva crítica sino que, imprimiendo y llevando a clase esos textos, participa de una dinámica de lectura y repetición muchas veces habilitada por los docentes.

> Hay a veces que llevan lo mismo los compañeros. Nos ponemos a leer ¿Qué trajiste vos? ¿Qué trajiste? ¿Qué, qué, qué, qué esto? Nos ponemos a leer, ah, yo traje eso también. Ya le gritas a la profesora y le decís: no, yo traje lo mismo que él y ya está. Y el profesor nada. Qué va a decir. Bueno, que lea uno dice, ya está. Aunque hay a veces que tienen todos lo mismo, entre que lea uno ya está (Natalia, 16 años, San Francisco Solano).

Wikipedia es una enciclopedia colaborativa, es decir la escriben internautas que se registran para crear entradas y corregir las existentes. Desde la plataforma se apela a un mínimo rigor intelectual y no se cree que los datos allí volcados sean erróneos, pero no deja de ser un espacio de construcción de un conocimiento por fuera de los cánones académicos, hegemónicos, institucionalizados[53].

Uno de los pilares de la denominada "brecha digital" es poder discernir sobre información relevante. No alcanza con contar con hardware, software, proveedor de internet y conocimiento básico para operar una computadora, también es necesario poder realizar una búsqueda de información provechosa entre las miles y miles de páginas de internet que encuentra *Google* en fracción de segundo al introducir las palabras clave de la búsqueda.

Hay jóvenes que subrayan la necesidad de discernir la información siendo concientes de la vastedad y posibilidad de falsedad que estriban los volátiles datos de internet.

> En la facultad decían muchas veces: "ustedes no leen a veces lo que traen, porque después me lo dan y yo leo que nada que ver a lo que estoy pidiendo". No, yo sí. Yo leo todo. Porque tampoco quería que pase eso. O sea, no me iba a copiar. O sea, no era una cosa que no me gustaba estudiar (Nair, 18 años, Quilmes Centro).

> Yo soy más de leer y sacar mi propia conclusión, no importa que sea escrita con tal de que lo haya entendido, cuenta (Aldana, 16 años, San Francisco Solano).

Las plataformas como *Wikipedia* se posicionan como elementos cotidianos en la sociabilidad juvenil. Decir *Google*, *Playstation*, *YouTube*, *Samsung* o *iPhone* es mencionar objetos que conocen y usan para entretenerse, informarse, comunicarse y conocer. De ello que se produzcan también procedimientos curiosos e interesantes. Como la transformación de plataformas y espacios que nacieron para el entretenimiento en plataformas aptas para usos de conocimiento. Es el caso de *Facebook*. A diferencia de una enciclopedia colaborativa mundial o un metabuscador de información instantánea, una red social virtual se presenta como un espacio de comunicación y ocio. Los grupos de *Facebook*, sin embargo son territorios virtuales válidos para las más

[53] Para recurrir a un debate sobre el estatuto de *Wikipedia* en la actual sociedad "del conocimiento", remitimos a nuestro trabajo de 2010 "Verdades comunitarias: Una entrada a *Wikipedia*". En *Razón y Palabra*: www.razonypalabra.org

diversas actividades (veremos algunos usos de *Facebook* en el apartado sobre La construcción semiológica de uno mismo), entre ellas los grupos virtuales de estudio.

La posibilidad de crear grupos en *Facebook* que pueden ser abiertos (esto es que cualquier amigo pueda ver lo que uno postea en esos grupos), cerrado (esto es un grupo que cualquier usuario de *Facebook* puede ver que existe pero no puede ver su contenido hasta no formar parte) y secreto (un grupo que no puede verlo nadie más que quienes lo integran). Los grupos cerrados y secretos son usados comúnmente por los estudiantes secundarios para compartir información acerca de las materias del colegio. En muchos de esos casos también forman parte de estos grupos los profesores. Los usos son diversos, parten de consultas aisladas "qué hicieron hoy que no pude ir", "qué había que entregar este viernes", hasta subir resúmenes, compartir dudas, y realizar preguntas a los docentes que integran los grupos. Hay grupos por materias y hay grupos por curso, el de tercero A por ejemplo de la escuela, que agrupa todas las materias.

Facebook es un espacio que los jóvenes utilizan asiduamente, mientras chatean postean fotos o escriben estados aparece una notificación de actividad en el grupo de la escuela y fácilmente atienden a este posteo. Diferente sería en los casos en que la escuela proponga una plataforma virtual, foro o chat en la cual los jóvenes deberían loguearse y entrar a tener actividad ya que muchos de ellos no lo harían. *Facebook* sirve como herramienta para el estudio porque paradójicamente es el mismo lugar del entretenimiento.

Estos grupos son creados y gestionados por los estudiantes. Es decir, mantienen el control de quienes pueden pertenecer, la información allí vertida y los comentarios.

> Grupos cerrados de *Facebook* tengo de mis compañeros y de mis amigas -que son también de mi grupo de compañeros- pero ahí también organizamos cosas para la escuela en ese grupo. Pero conectarnos, por ejemplo, para hacer un trabajo yo no lo veo como que vamos a avanzar para hacer el trabajo. Prefiero juntarme, perder una tarde, no me importa, y terminar el trabajo bien, que cada uno tenga bien las cosas. No me parece importante, igual sé que es una buena herramienta por si alguien está lejos y no puede venir. Eso es válido (Agustina, 17 años, Quilmes Centro).

> Me hago mayormente esas redes sociales como *Facebook* en las vacaciones para mantenernos en contacto, así podemos hablar de lo que hacemos en las vacaciones si no nos vemos, arreglar salidas u arreglar sobre tarea y lo que tenemos que hacer (Aldana, 16 años, San Francisco Solano).

Estos grupos extra-áulicos se erigen como espacios de compartimento de dudas y problemas relacionados con las materias de la escuela. Los jóvenes están solos y se procuran acompañamiento y ayuda en la horizontalidad a la hora de resolver dudas en lo concerniente con los trabajos de la escuela.

> Los trabajos prácticos, nos pasamos los links por *Facebook* para después poder imprimir todos. Tenemos un grupo de curso. A los profes no los integramos, nomás nos integramos nosotros para saber cuándo tenemos evaluaciones, cuándo tenemos trabajos o si tenemos alguna otra cosa que hacer (Aldana, 16 años, San Francisco Solano).

> Empezamos cuando estábamos en cuarto, se nos ocurrió con una compañera porque nos mareábamos, teníamos un trabajo un día y nosotros estábamos a viernes y no sabíamos nada, entonces había planeado hacer un grupo para que nosotros digamos que teníamos que hacer al otro día, para poder mantenernos al día con la tarea, los trabajos, las pruebas. Entonces se le ocurrió hacer un grupo y nos integró a todos y los que resistieron quedaron en el camino así que por ahí siguen ahí no sé muy bien, hace mucho que no entro a ese grupo igual, por lo menos trato de mantener, revisando la tarea, preguntado por mensaje a mis amigas si tengo algo que hacer (Aldana, 16 años, San Francisco Solano).

> Tengo al grupo de *Facebook* del colegio. Están todos mis compañeros, casi todo el colegio está, pero lo usamos más tercero A. Por ejemplo, tenemos el *Facebook* de los profesores que nos avisan los trabajos prácticos cuándo tenemos que entregar, cuando no entendemos algo, preguntamos y nos explican ahí en el grupo. Por ejemplo, nuestros amigos a veces nos ponen que no nos olvidemos de entregar el trabajo práctico, todo eso y ahora estamos haciendo con la de Construcción sobre un trabajo de enseñarle a los chicos de primer año (Talía, 14 años, San Francisco Solano).

> Tenemos un grupo, dentro de mis compañeros, pero sin el profe. Sobre toda cursada. Hay una profe que quería que hagamos con ella, pero no. Vos tenés clases en la escuela, no me vas a mandar un trabajo en *Facebook*, no. Aparte ahí, no sé, alguno tira algún comentario en el *Facebook*, en el grupo cerrado, "esta vieja, que mando tal cosa" o algo, y que se entere un profesor que no sea ese, ¿entendés? Como que no está bien (Lautaro, 17 años, Quilmes Centro).

En otros casos prefieren incluir a los profesores y extender el espacio del aula en la virtualidad para evacuar dudas. Algunos docentes no solamente se suman al requerimiento, habilitando la práctica, sino que la incentivan.

> Mis profesores tienen *Facebook*, dicen que los agreguemos para hacer consultas pero yo no los agrego en particular (Aldana, 16 años, San Francisco Solano).

> Tenemos un grupo de *Facebook* para las materias, lo hicimos nosotros y después fuimos agregando a los profes. Sirve porque el que falta pone un estado y pone qué fue lo que hicieron la semana pasada o el día que yo falté. Y siempre hay uno que agarra y le dice "hicimos tal cosa (Nicolás, 16 años, Bernal Oeste).

Talía nos cuenta el caso de algunos de sus profesores que no se suman a esta práctica por no entender el manejo de las tecnologías, y narra que les solicitan a los estudiantes ayuda para, por ejemplo, para aprender a enviar mensajes de texto o cambiar el *ringtone* de sus teléfonos móviles.

> Dos o tres nomás están porque no muchos tienen *Facebook,* no entienden mucho el celular, por eso hay veces que a nosotros nos piden que le busquemos el sonido para cuando suenen los mensajes, todo eso. Porque no entienden, o para mandar mensajes que muchos no entienden (Talía, 14 años, San Francisco Solano).

Allí las negociaciones inter-generacionales llegan a su punto máximo. Cuando se reconoce el saber –en este caso técnico-específico- en el estudiante. Los docentes, como autoridades omnipresentes en la escuela, se posicionan ante una práctica que no saben y piden ayuda.

En este espacio contradictorio entre docentes que no saben usarlo y estudiantes expertos, de manera incipiente el teléfono móvil ocupa un lugar, entre molesto y de asimilación, en las prácticas escolares. Como dispositivo que generó pertinencia sin diferencia de clases sociales, géneros y edades, la mayoría de los jóvenes tiene uno, por lo tanto ingresa al ámbito de la escuela y las prácticas que se generan a su alrededor deben contar con un régimen de habilitaciones y prohibiciones en su uso delimitado por los docentes.

El universo del teléfono móvil en el colegio tiene sus usos específicos. Los jóvenes nos cuentan que hay docentes que ven negativo sus usos en el aula y es una práctica que censuran. Los retienen al comienzo de la clase y los devuelven al salir. Asimismo, hay otros docentes que permiten el uso, no solamente de modo personal como sería responder mensajes o chatear durante la clase, sino en momentos de resolución de trabajos prácticos individuales o grupales permitiendo escuchar música mientras lo hacen. Es interesante conocer la posición de una docente ante este fenómeno.

> Hay profesores que lo prohíben totalmente, profesores que dicen: “pónganlo en vibrador”. El celu es una forma de comunicación más, digamos, y vuelvo a lo mismo: si el aula y la clase es interesante, vos el celu lo guardás. O lo tenés en vibrador porque, qué sé yo, si tenés a la mamá enferma y la piba sabe que la madre quedó con tres hermanitos, el celu no está mal. Yo, generalmente, a los pibes la propuesta que les hago -cuando daba clase- era ponerlo en vibrador si alguno tiene que llamar. Si no, se apaga; como lo apagaba yo también. Porque también está la otra: “no lo usan ustedes y yo saco y hablo”. No, ya es una estupidez (Beatriz Caramés, entrevista exclusiva, 2013).

Al tratarse de prácticas inéditas en el ámbito escolar, los conflictos se van sorteando sobre la marcha, lo que obliga que los docentes improvisen en el control de las situaciones. En este contexto, es usual que los docentes retengan los celulares de los estudiantes como premisa anticipada de trabajo en conjunto en el aula o como castigo ante la falta de atención.

> En la escuela el celular lo tengo en la mochila o en el bolsillo. Solo para usar la hora porque este año pusieron restricción total de celulares en horario de colegio. Pero la gente lo lleva igual. El wifi del colegio está bloqueado, se usa por una contraseña aunque la contraseña se divulgó. Lo prohibieron más que nada porque se usaba en clase (Joaquín, 15 años, Quilmes Centro).

> Te dejan escuchar con los auriculares, o en una oreja y en la otra no para poder escuchar a los demás y porque a veces pasa el director porque si te ven con el celular te lo sacan. Lo que pasa es que… Se aburren. Son aburridas las materias a veces. Historia es aburrida, aunque no nos dejan usar el celular, tiene que estar muy bien porque la profesora es “te saco el celular y te lo devuelvo a fin de… cuando termina la clase” (Aldana, 16 años, San Francisco Solano).

> En clase algunos siguen usando el teléfono, el profesor viene y te lo quita, después te pone una nota, después te lo vuelve a dar. Es como que no les importa. La chica con la que me siento está todo el día con el celular y el profesor ya se lo sacó como cinco veces y lo sigue usando y a ella no le importa, lo tiene y lo tiene. Los de adelante también, después los de la otra punta que también están con los celulares, es como que no le prestan mucha atención a la clase porque no les importa porque así. Y aparte, la división por filas, digamos que la fila del medio está la mitad que no presta atención y la mitad que sí, la de la ventana que esos no prestan atención ni nada, viven escuchando música y después están las de la pared que son los que más estudian, y es así. Ellos están todo el día escuchando música. Lo peor es que le quitan el celular, se lo vuelven a dar y vuelven a escuchar música (Micaela, 14 años, San Francisco Solano).

> En clases viven cagándonos a pedo. Están todo el día con el teléfono, hay veces que ya cansan, que los cansan a los profesores. Y hay algunos profesores que se los quitan a los celulares, no se lo dan hasta que termina la clase. Y una vez,

> llegó a tener casi todos los celulares, menos el mío y el de dos pibes más. Al primero que ve, lo saca porque molesta (Nicolás, 16 años, Bernal Oeste).

Estas actitudes de los docentes evidencian que el teléfono móvil no es entendido como una herramienta pasible de formar parte de dinámicas pedagógicas. Se trata más que otra cosa de una tecnología que la escuela intenta resistir como puede.

El uso de escuchar música con el reproductor portátil es cotidiano para los jóvenes (lo veremos en el apartado Telefonía móvil y espacio público). De allí, que en cualquier momento calificado de aburrido –podríamos pensar en no lugares para Marc Augé- los jóvenes ponen música en su teléfono: en el transporte público, frente a la computadora, o en una sala de espera. Es por ello que piden permiso para utilizar el reproductor de música personal durante las clases y hay docentes que lo conceden. En este punto estriba la negociación de sentidos. La música carga con el sentido del entretenimiento y de los espacios de ocio: boliches, reuniones con amigos, tiempo de no hacer nada delante de la computadora. Y los docentes contrarrestan estos usos por fuera del colegio cediendo y proponiendo reglas.

Resulta interesante subrayar que hay profesores que les permiten escuchar música con los teléfonos en el aula. Esta práctica permitida –deberíamos decir negociada- aparece en los discursos de varios jóvenes entrevistados, de diferentes barrios y escuelas, veamos algunos ejemplos:

> Algunos de los profesores sí nos dejan buscar información en los celulares en clase, todo lo que tenga que ver referido a su materia y a veces, de vez en cuando, escuchar música pero son muy estrictos. A veces te dan permiso para escuchar música pero eso repercute mucho en tu conducta y en la nota de trabajo en clase (Aldana, 16 años, San Francisco Solano).

> Presto atención, no es que estoy todo el día con el celular, yo nomás escucho música en los recreos o a veces cuando nos dejan o cuando estamos haciendo algún trabajo práctico, que dicen si quieren hacer esto háganlo o si no queres hacer nada, no hagas nada, y bueno (Micaela, 14 años, San Francisco Solano).

> En el colegio si el profesor me da permiso yo agarro y me pongo a escuchar mientras hago la tarea. En la calle, cuando voy caminando, cuando me voy a salir a algún lado, casi siempre. Normalmente no está permitido pero por ejemplo falta algún profesor, ahí sí tenemos permitido o cuando le pedimos el

> permiso al profesor, él nos da permiso para hacer la tarea y escuchar música con los auriculares. Porque siempre hay otro que le molesta (Nicolás, 16 años, Bernal Oeste).
>
> Por ejemplo, el profesor de Plástica si te deja escuchar música pero le gusta con los auriculares porque si no, no te deja. Siempre hacen eso. O hay veces que, por ejemplo, mi compañero lleva el teclado, toca el teclado. Lo lleva y cuando estamos en el recreo escuchamos como el toca o se lo presta a otros amigos que también ahí, que también tocan el teclado, están en una banda (Talía, 14 años, San Francisco Solano).
>
> Depende qué profe te deja usarlo. Como el teléfono ahora tiene Internet, "googlean" una palabra, alguna cosa (…) durante el examen. Hay otros que se graban el audio y lo escuchan durante el examen. Sí, lo escuchan durante el examen… yo no lo puedo creer. Antes tenías que escribir la mesa. Pero no justifica que vos escuches música y estés haciendo el trabajo. La mayoría: "sí, estamos haciendo el trabajo", y no hacemos nada (Lautaro, 17 años, Quilmes Centro).

Aldana, Micaela, Nicolás, Talía y Lautaro van a diferentes cursos y cuentan escenas similares. Esto hace suponer que la práctica incorporada de escuchar música con los teléfonos móviles en casi todo momento, hace que los jóvenes lo posicionen como una condición de negociación ante los docentes, quienes en algunos casos ceden terreno a la posibilidad.

En cuanto a los demás usos con los teléfonos en clase se encontrarían los sms, *WhatsApp*, tomar y ver fotografías y las redes sociales virtuales. Algunos jóvenes "confiesan" en sus discursos hacer estos usos en el aula.

> A veces, cuando tenemos gimnasia, vamos a la casa de una amiga y usamos ahí en el *Facebook*, entramos un rato cada una hasta que sea la hora de ir a gimnasia. Y cuando estamos en el colegio, una le pide el celular a la otra para entrar al *Facebook*, así estamos. En el aula lo usamos. En general, no te dejan pero sí, lo usan igual. Algunos para mandar mensajes y otros para entrar en el *Facebook* (Talía, 14 años, San Francisco Solano).
>
> Algunos profesores, por ejemplo, nos dejan usar el celular con auricular más. Otros profesores no quieren la música tan alta, escuchando música así fuerte no quieren. Yo lo uso porque estoy mandando mensaje (Natalia, 16 años, San Francisco Solano).

En otro orden y al margen del aula y de la escuela, existen prácticas tecnológicas que podemos encasillarlas como usos de conocimiento, las cuales tienen que ver con aprender habilidades ayudándose con tecnologías. Portales como *YouTube* o *Taringa* proponen tutoriales varios para aprender desde utilizar software informáticos hasta tocar un instrumento musical. En varios casos, los entrevistados hacen mención a estos usos ligados con el aprendizaje y los valoran positivamente.

La mayoría de las veces usar *Photoshop* o *Adobe Premier* obedece a una necesidad de construir imágenes propias deseables para presentarlas en el ámbito público virtual[54]. Sin embargo, existen otros usos que pueden ser entendidos como complemento de la escuela, donde estas habilidades redundan en una mejor calidad de aprendizaje o desarrollo de trabajos escolares. Asimismo, las prácticas artísticas-culturales como la música, el dibujo o los juegos forman parte de la identidad de los jóvenes que las practican. De ello que prestemos también especial interés a estas técnicas de aprendizaje mediadas por tecnologías, sin desmerecerlas como un conocimiento marginal al compararlo con el saber escolarizado.

[54] Este aspecto del aprendizaje autodidacta con el fin específico de modificar imágenes propias lo desarrollamos en el apartado titulado “La construcción semiológica de uno mismo”.

4.2 DESCARGA Y VISUALIZACIÓN (USOS PIRATAS)……...…..……...
4.2.1 Las técnicas de recolección de datos sobre los usos piratas……..…….
4.2.2 Series, películas y nuevas pantallas……...…….
4.2.3 Música, libros, software y videojuegos……..……
4.2.4 Los piratas……...……...
4.2.5 Capital cultural……..……..…...

4.2 DESCARGA Y VISUALIZACIÓN (USOS PIRATAS)

Uno de los usos y consumos más recurrentes en Internet es la descarga de archivos, ya sean de texto, fotografías, música, software, videojuegos, como también audiovisual (principalmente series y películas).

Las industrias culturales circulan, la mayoría de las veces, de manera ilegal mediante Internet. Páginas web y softwares como *jdownloader*, Utorrent o los P2P *–peer to peer-* (que comparten archivos de una computadora a otra, al estilo *Ares* o *Kazaa*) son los modos más usuales.

El universo del lenguaje audiovisual supone uno de los materiales culturales preferidos por los jóvenes. La descarga y/o visualización en línea de audiovisual son usos recurrentes y en poco tiempo incorporados como prácticas sociales. Como característica a destacar de estos usos, principalmente, se evidencia que los consumos audiovisuales obedecen a televisión y cine, es decir, viejas pantallas en nuevas pantallas. La mayoría de los jóvenes entrevistados ve al menos una serie televisiva o películas *online* en vez de consumirlas por su medio de origen.

Asimismo, se encuentran los sitios al estilo *YouTube* que alojan material audiovisual destinado a nuevas pantallas como videoclips y tráileres (otrora en pleno apogeo en televisión y en cine, respectivamente), a la vez que generan su propio repertorio de géneros, destacándose el video amateur.

Propuestas como Stop Online Piracy Act (SOPA) y la Ley PROTECT IP (PIPA)[55] apuntan directamente a lo que se denomina como piratería: el uso de material en Internet con propiedad intelectual y no autorizados por el autor.

[55] "Las claves de las leyes SOPA y PIPA". En *El PAÍS*, 19/01/2012. Disponible en: http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2012/01/19/actualidad/1326967261_850215.html (Consultado el 16 de marzo de 2014).

La oposición online a los dos proyectos se difuminó rápidamente una vez que se corrió la voz de que SOPA / PIPA contenía disposiciones que exijan la elaboración de listas negras de sitios web. En una carta abierta al Congreso, el cofundador de *Google*, Sergey Brin, y otros prominentes empresarios de Internet afirmó que la legislación daría al gobierno de los EE.UU. "poder para censurar la web utilizando técnicas similares a las empleadas en China e Irán" (Bugvila, 2012: 10).

Este tema nos toca de cerca ya que la mayoría de los jóvenes entrevistados descargó -y lo sigue haciendo- algún tipo de material de la red no advirtiendo o no creyendo cometer un ilícito. Los espacios más mencionados por los jóvenes son *Cuevana*, *Taringa* y *Seriesyonkis*, lugares de permanencia prolongada en las visitas virtuales[56]. El primero es un portal que permite la visualización de películas y series en la misma página mediante sitios externos, como *Megaupload* o *Rapidshare*, que alojan el material. La página se propone como pantalla que reproduce ese archivo en formatos avi, mpg o mp4. Estas páginas no abren el juego a que cada usuario postee sus videos, sino que proporcionan un menú de series y películas.

En el caso de *Cuevana*, en algún momento también propuso ver televisión en vivo. Ello le costó que el canal de televisión abierta *Telefé* le iniciara acciones legales. Por aquel entonces el diario La Nación titulaba "Una de piratas que se libra en el país" y proponía un debate sobre la legislación actual en materia de Propiedad Intelectual y Marcas[57]. Asimismo, en febrero de 2013 el canal norteamericano *HBO* solicitó a la justicia argentina el bloqueo de *Cuevana* por emitir sin permisos la serie *Epitafios*. Solicitud que fue denegada[58].

[56] Se conocen diversos portales de Internet donde ver y descargar material audiovisual. No es de nuestro interés realizar un inventario de estos espacios. Haremos referencia con mayor énfasis los casos de *Cuevana* y *Taringa* por tratarse de apuestas argentinas y envueltas en disputas legales. Asimismo, mencionaremos el caso *Megaupload* por ser emblema a escala mundial del tema de Propiedad Intelectual y Marcas en Internet.

[57] "Una de piratas se libra en el país". En LA NACIÓN, 30/10/2011. Disponible en: http://www.lanacion.com.ar/1418856-una-de-piratas-que-se-libra-en-el-pais (Consultado el 16 de marzo de 2014).

[58] "La justicia porteña rechaza el pedido de bloqueo a *Cuevana*". En LA NACIÓN, 06/02/2013. Disponible en: http://www.lanacion.com.ar/1552339-la-justicia-portena-rechaza-el-pedido-de-bloqueo-a-cuevana (Consultado el 16 de marzo de 2014).

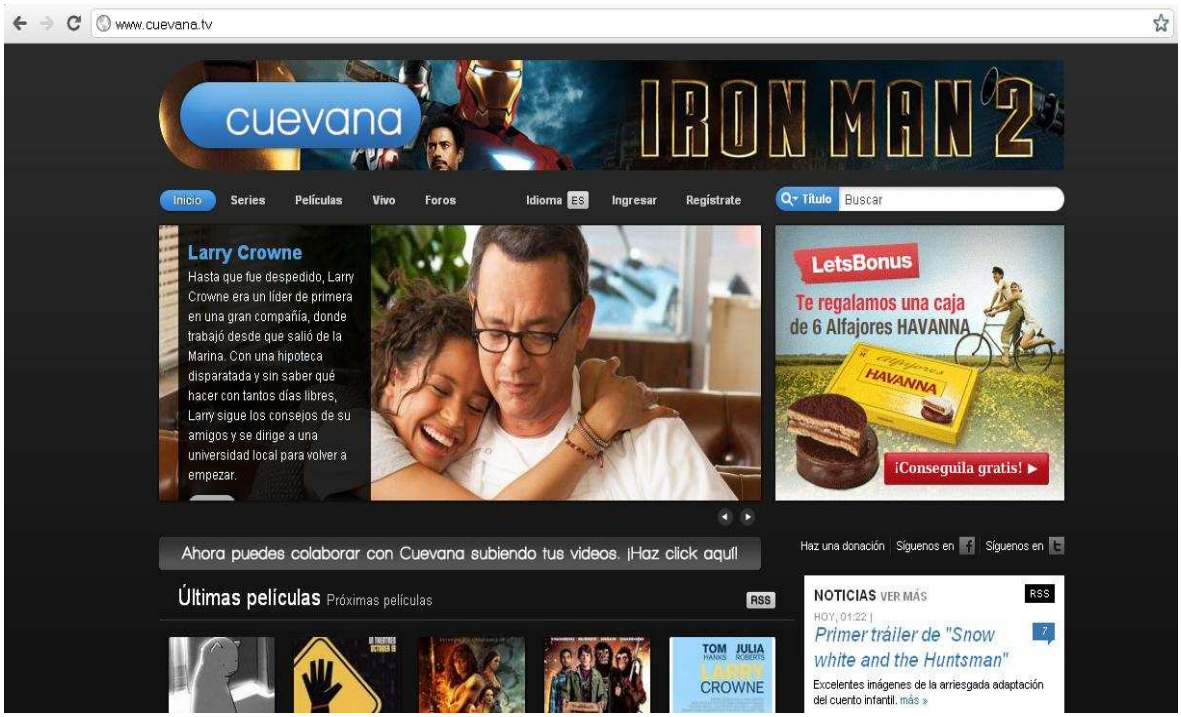

Imagen 1. Sitio web de *Cuevana*.

El caso de *Taringa* (www.taringa.net) es similar en algunos puntos. Se trata de una página web donde se encuentran enlaces para descargar todo tipo de material. Por un tiempo estuvo de moda para quienes buscaban material audiovisual para guardarlo en su computadora, pero también se hallan libros, discos y videojuegos, además de funcionar como foro de respuestas y novedades.

Los espacios de visualización en línea, que en algunos casos también tienen la opción de la descarga (como en el caso español *Seriesyonkis*) superan, de algún modo, la propuesta de la simple descarga ya que no ocupan espacio y no hay que esperar horas para poder ver una película o una serie.

Taringa, también de origen argentino, se vio envuelto en un caso judicial similar al de *Cuevana* siendo acusado de facilitar material con derechos de autor en la web. *Taringa* aduce ser un foro y en términos formales esto es cierto, un usuario de la página con un *nickname* y una clave accede a un foro donde postea, puede seguir y ser seguido, puede comentar y ser comentado, puede recibir y dar puntajes. Los puntos, en *Taringa*, se obtienen brindando un buen post. Quizás sea cierto que los creadores de *Taringa* hayan ideado simplemente un foro y los usos sociales lo llevaron a convertirse en un sitio de enlaces a otras ventanas donde descargar material.

Estas ventanas son generalmente a sitios en el extranjero, como *Megaupload*, el caso que desencadenó la posibilidad de las leyes de censura digital. El cierre de *Megaupload* fue llevado adelante por el FBI a petición de un juez federal[59]. Enseguida, este caso paradigma de la contemporaneidad alertó a los cibernautas y se creó una conciencia política a favor de la libertad en internet.

Según Miguel Moreno Muñoz (2012) la actividad de 180 millones de usuarios y 50 millones de visitas diarias a *Megaupload* habría generado "daños por copyright" estimados en 500 millones de dólares. Es evidente que la disputa hegemónica por la posibilidad de acceder a material descargado de internet tiene en el mercado al principal factor de poder y presión.

En su modalidad básica -gratuita-, *Megaupload* permitía subir archivos de hasta 2 GB y descargas de hasta 1 GB. La modalidad *Premium* -por unos 60 euros anuales- eliminaba el límite de subida, permitía las descargas de hasta 100 GB y combinar varios ficheros. *Megaupload* contaba además con la plataforma *Megavideo*, desde la que podían verse series y películas en *streaming*, sin necesidad de descargarlas. En total, la empresa podría haber logrado más de mil millones de visitas (50 millones al día), involucrando a más de 150 millones de usuarios registrados (en torno al 4% del tráfico global en Internet) (Moreno Muñoz, 2012).

El caso se posicionó como emblema y activó la capacidad de presión al poder político por parte del mercado para defender sus intereses, ya que el universo digital viene siendo legislado muy lentamente. Como sea, la relación de las grandes empresas de entretenimiento con el universo de internet también se trata de un intercambio de negociaciones constantes. Por ejemplo, se ha informado que "*YouTube* ha establecido numerosos acuerdos con proveedores de contenido como *CBS*, *BBC*, *Universal Music Group*, *Sony Music Group*, *Warner Music Group*, *NBA* y *The Sundance Channel*, entre

[59] El FBI intervino la sede central de la empresa: Arrestó a cuatro responsables de la página y ordenó la detención de tres acusados más por delitos de piratería y blanqueo de capitales.

– Denuncia cursada por un jurado de EE.UU. el 5 de enero de 2012. Acusaba a los responsables de la web de blanqueo de capitales y violación de la propiedad intelectual: "Durante más de cinco años la organización ha operado páginas web que reproducían ilegalmente y distribuían infringiendo las leyes de la propiedad intelectual obras que incluían películas antes de su estreno comercial, música, programas de televisión, libros electrónicos y software de entretenimiento a una escala masiva".

"Los conspiradores se negaron a cerrar cuentas de usuarios que infringían los derechos de autor"; sólo retiraban "selectivamente" los enlaces denunciados y después lo comunicaban "a los poseedores de derechos" (Moreno Muñoz, 2012).

otros" (Murolo, 2010). Al tiempo que el fenómeno *Megaupload* no pasó desapercibido a la industria audiovisual. De ser cierta la información publicada por el diario *New Zealand Herald*, ejecutivos de varios estudios de Hollywood (entre ellos, *Disney*, *Warner Bros*, *Fox* y *Turner Broadcasting*) buscaron acuerdos comerciales con el portal *Megaupload*, pese a tratarse de empresas que habían materializado en las instancias competentes numerosas quejas por violaciones de sus derechos de autor (Moreno Muñoz, 2012: 6).

Imagen 2. Sitio web de *Taringa*.

Estos sitios y la masividad que han tomado sus usos sociales *incorporados* proponen reflexionar sobre si finalmente, quizás como condición de época, ser un joven internauta es sinónimo de ser pirata. Es la creencia que la hegemonía de los sentidos, encarnada en este caso por el mercado, quiere investir a los partidarios de la liberación de los contenidos de internet.

Entrado el siglo XX las llamadas "industrias culturales" se afianzaron como tales. Como se analiza la teoría de la economía política de la comunicación, fueron diagramando y afianzando sus "modelos de negocios". Los cuales se asentaban en lo analógico: objetos con una carga de valor simbólico que prevalece a la de cambio, pero no dejan de ser mercancías tangibles como la televisión, el libro, el disco. La digitalización trastocó

estos productos, muchos los hizo intangibles, el paso a formato de dato de las obras hace que la réplica sea igualmente válida. No obstante, como sostenían Adorno y Horkheimer (1970) no puede hablarse de “un original” en la industria cultural, el libro y el disco son objetos industrializados y cotidianamente llamamos “original” al que no es fotocopia o grabación casera.

El mundo de lo pirata y el consumo de industria cultural en los márgenes del mercado no son algo novedoso. Los casetes en los ’80 y los VHS a principio de los ’90 eran copiados, “truchados”, como una práctica que comenzaba a hacer tan habitual como alquilar películas o comprar casetes en disquerías. Luego, la digitalización logró sus propias maneras de piratería: el CD, el DVD, la descarga de internet, compartir mediante un pendrive, son prácticas comunicacionales que podríamos llamar usuales en la contemporaneidad y que se suman a otras como “colgarse del cable” o “robar” wifi.

En la digitalización el original es más difuso, para no decir nulo. Es un problema de los productores de estas industrias culturales generar un nuevo modelo de negocios ya que la digitalización expandió los productos culturales y llegan a cada computadora con conexión a Internet. Los jóvenes que descargan materiales de internet se encuentran ajenos a las grandes decisiones mercantiles y simplemente incorporan prácticas sociales entre pares.

Casos puntuales como bandas musicales que proponen ver su video o descargar una canción de su disco de manera gratuita mediante la web, son prácticas conscientes de época. Asimismo, se encuentran sitios como *Spotify*, *iTunes* o *Netflix* donde acceder mediante pago a obras musicales y audiovisuales. Estos espacios gradualmente aumentan sus precios y en algunos casos se encuentran restringidos a determinadas áreas geográficas. Exitosos o no son intentos mercantiles de proponer nuevos modelos de negocios en las plataformas digitales.

En este contexto, la descarga y visualización gratuita no disminuye, al tiempo que los internautas solicitan de algún modo una liberación de estos productos culturales a la luz de las disputas por la hegemonía de los usos y apropiaciones sociales de los que forman parte.

Es menester del mercado defender sus intereses y como lo hace históricamente proponer reglas y rejas, felicidad y precio, a los sujetos –consumidores y ciudadanos- y es

actividad política de estos resistir en pos de la defensa de sus conquistas en materia de prácticas sociales.

Imagen 3. Sitio web de *SeriesYonkis.com*

Imagen 4. Sitio web de *Monsterdivx*.

4.2.1 LAS TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS DE LOS USOS PIRATAS

En este apartado nos ocuparemos de la descarga y visualización de material de internet. Para ello nos asentamos en una indagación de tipo cualitativa. En primer lugar, en literatura especializada que tematice problemáticas ligadas a los derechos de autor y la proliferación de los usos de descarga de internet de material protegido. Asimismo, a raíz de tratarse de temas novedosos nos resulta interesante indagar publicaciones periodísticas específicas en relación con acontecimientos ligados al pedido de bloqueo de páginas donde circula material con derechos de autor, como en los casos argentinos *Cuevana* y *Taringa* o el caso de resonancia mundial, *Megaupload*.

Para acceder a información empírica sobre los consumos culturales juveniles a través de las pantallas, hemos incluido preguntas sobre el tema en las entrevistas cualitativas realizadas a los jóvenes elegidos como casos, donde tematizan el uso de series y películas de cine y televisión mediante internet. Asimismo, aparecen como usos frecuentes la descarga de otros tipos de materiales como libros, música, software y videojuegos.

En este espacio dialógico surgen las motivaciones y valoraciones que los jóvenes atribuyen a la facilidad, beneficio y enriquecimiento que les provee descargar archivos de Internet. Asimismo, frente a las imposiciones hegemónicas del mercado sobre lo permitido y lo prohibido, también se reflexionan acerca de ser o no ser pirata.

4.2.2 SERIES, PELÍCULAS Y NUEVAS PANTALLAS

La posmodernidad se asienta en una perspectiva relativista y posturas lábiles ante los más diversos órdenes de la vida en sociedad. Zygmunt Bauman (2009) emplea la metáfora del líquido, sosteniendo que seguimos en la Modernidad pero en una faceta incontenible y cambiante. El tiempo, la identidad, los miedos, el amor, la vida son líquidos y no se puede planear un futuro lejano en casi ningún aspecto. No compartimos las posturas posmodernas de *incontenibilidad* ni de caída de grandes relatos, ya que la política partidaria, las creencias religiosas, el desarrollo científico y las ideologías demuestran renovadamente lo contrario, forman parte de nuestra configuración de subjetividad aun en la contemporaneidad. Sin embargo, es interesante un aspecto que

los posmodernos sostienen, otorgándole, dentro de lo efímero, una señalada importancia a la imagen en la contemporaneidad. La cultura de la imagen, que no es novedosa, se asienta en la omnipresencia de los medios de comunicación audiovisuales construidos con imágenes de manera metonímica entendidas como de videoclip, fugaces y en constante ebullición. Pero en la contemporaneidad la imagen es valorada y consumida a diario en diferentes soportes, postulándose como uno de los principales lenguajes.

Los jóvenes entrevistados tienen una relación directa con la imagen[60]. La consumen, la construyen, la comparten. Son conscientes de que una dimensión de ellos es imagen y que pueden tener de algún modo el control sobre ella.

En relación con el universo del lenguaje audiovisual, la mayoría de ellos consume una serie televisiva y películas, videoclips musicales, videos amateurs, publicidades, además de una variedad de imágenes fijas en publicaciones y en la vía pública. Algunos de estos consumos tienen que ver con épocas anteriores (aunque siempre con la actual), como son el cine y la televisión. La marca de época estriba en que consumen estas producciones televisivas y cinematográficas mediante nuevas pantallas.

Las series de televisión forman parte de la identidad de los jóvenes contemporáneos, la amplia mayoría de los entrevistados nos cuenta que ve estas producciones de manera adictiva[61].

A pesar de que cuando se les pregunta a qué les remite la palabra tecnología y la respuesta incluya la televisión –junto con computadoras y teléfonos, no es una tecnología que empleen con asiduidad, ya que están produciendo un desplazamiento hacia otras tecnologías. Por un lado estas pantallas le plantean una competencia a la televisión dado que contando con internet se puede acceder a los videos cuando uno lo desee. De todos modos la televisión sigue existiendo y sus formatos ocupan un lugar importante en el universo mediático juvenil, aunque afirman consumirla en pocas ocasiones.

> Miro pocas cosas: me gusta ver *Los Simpson*, me gusta ver Capusotto, y mirá lo que te digo no sé si algo más me gusta ver. *Escuela de Rock* la encuentro en

[60] En otros apartados como “La construcción semiológica de uno mismo” retomaremos esta idea.

[61] “Las series de TV y nuestra identidad”. En LA NACION, 20/10/2012. Disponible en: http://www.lanacion.com.ar/1518882-las-series-de-tv-y-nuestra-identidad (Consultado el 11/02/2014).

> cualquier canal y me pongo a verla, pero la televisión como programación no, muy mala para mi opinión (Facundo, 17 años, Villa La Florida).
>
> Antes miraba *Friends*, *The Big Bang Theory*, pero ahora no miro mucha tele (Marianela, 19 años, Quilmes Centro).
>
> Ahora no miro tanto tele, porque ahora me interesan más las películas, que en la tele lo que más miraba cuando era más chico eran dibujos. Si necesito ver algo, una serie o una película lo busco por Internet porque es más fácil (Joaquín, 15 años, Quilmes Centro).
>
> Me encanta *Glee*, esa es la que veo todos los viernes por Internet religiosamente porque en *Fox* me la pasan tarde. Porque es así: *Fox* la pasa atrasada y yo estoy viendo lo más nuevo, ¿entendés? Porque ellos, por ahí, es la cuarta temporada la que van ahora y están pasando el tercer capítulo creo, el cuarto, y yo voy por el dieciséis. Entonces, en vez de ver la tele, lo veo por Internet y ya está. En realidad, los jueves ya está, porque lo pasan los jueves a la noche. Entonces, se ve que en los Estados Unidos cuando terminan el capítulo, cuando lo terminaron de filmar, ya lo suben a la computadora. O sea que, nada, una hora. Pero, después, son todos en inglés. Entonces, si lo querés subtitulado, el viernes a la mañana o por ahí, ya lo tenés. O sea, pongo "*Glee online*" y me metí. Descargar no porque sé que es al pedo. Porque yo veo el capítulo y ya está. No es como una novela que vas a ver ochenta veces el capítulo. Por ahí pasé *Fox*, vi que repitió un capítulo y me quedé mirándolo (Nair, 18 años, Quilmes Centro).
>
> La tele no la prendo. La tengo en la pieza, pero no la prendo. No me gustan los programas que hay, son muy vacíos. No me interesa (Agustina, 17 años, Quilmes Centro).
>
> No miro mucha tele igual, eh. A la noche, capaz que alguna serie que esté mirando en el momento, que sigo en el momento. Por ahí, sí, me engancho con eso. En el horario que no hago nada, que llego a mi casa y que por ahí tengo un rato para estar en la computadora o para mirar un poco de tele, o leer un libro, o lo que fuera, o estudiar. En ese horario por ahí, sí, en ese momento… alguna serie o por ahí, sí, a la noche miro el *Diario de medianoche* (Lautaro, 17 años, Quilmes Centro).

La particularidad no es una supresión de la televisión como contadora de historias, sino que se produce un desplazamiento de esas historias a otras plataformas. En otras palabras, se trata de que los jóvenes contemporáneos continúan narrándose a través de relatos televisivos pero los consumen a través de nuevas pantallas como *YouTube*,

Cuevana, *Taringa*, *SeriesYonkis*, o las descargan por UTorrent. Esto nos lleva a reflexionar que aquel lugar privilegiado que ocupaba la televisión en el hogar, como un integrante más de la familia en momentos como la cena, y luego de su paso a la privacidad de la habitación de jóvenes y padres, deviene en una tercera faceta que ya no es protagonizada por el aparato o dispositivo sino por sus contenidos. Es entonces cuando la privacidad del consumo televisivo se desplaza a la computadora personal y las tablets, suprimiendo la idea de grilla: se ven las series y programas cuando se quiere y donde se quiere.

En este marco, la hegemonía de las historias televisivas la detenta, como en cine, Estados Unidos. Como impronta sincrónica cultural es interesante subrayar que las series preferidas de los jóvenes entrevistados son *The Walking Dead*, *Ones Upon a Time*, *Friends*, *Glee*, *The Big Bang Theory*, *Los Simpson*, entre otras. Todas ellas de ficción y abarcan desde el terror y el suspenso hasta la sitcom, el musical y la comedia[62].

Vemos recurrentes referencias a estos envíos televisivos en los extractos de las entrevistas, con lo cual se infiere que pertenecen a un consumo juvenil cotidiano y participan como historias a la construcción de identidades y fanatismos propios de la adolescencia.

> Series veo varias, *Friends*, *The Big Bang Theory*, *Amas de casa desesperadas*, *Glee*, *American Horror History*, *The Walking Dead* (poco), *The Office* en *I-SAT*, *Los Simpson; Futurama*, me encanta por ejemplo. En internet las veo en *Seriesyonkis.com*, veo *Glee* y todas las que se superponen con las de canal de aire (cuando me pierdo capitulos), *Queer as folk* es la única que me descargué, después el resto todas online. De *Friends*, por ejemplo, tengo todas las temporadas que las compre en *Yenni*. Después descargo música, imagenes (muchisimas) y porno (Jeremías, 22 años, Quilmes Centro).

> Veo series, eso así. Series veo un montón. La principal es *Once upom a time*, que me encanta, es la que estoy viendo todos los días. Después hay una que se llama *Sherlock*, que es inglesa, que es buenísima. Después *Pretty little liars*.

[62] Series como *Ones Upon a Time* o *The Walking Dead* son las preferidas por una generación de 14 a 22 años de edad y de diferentes géneros, clases comunicacionales y sociales. Las jóvenes mencionan *Ones Upon a Time*, una historia que mezcla los cuentos de hadas de antaño con la ciencia ficción televisiva. Por su parte *The Walking Dead* revive las historias de muertos vivos a lo George Romero de los ochenta, con una impronta de acción y en episodios semanales que crean adicción.

> *Scream* y *Gossip girl*. ¿Qué más vi? Hay una que se llama *Chica rara*, de *MTV* también, esa también. Y no, básicamente esas. Por la tele están re atrasadas. Sale el capítulo allá y a las doce, una, acá ya está y me lo pongo a ver. Porque soy re adicta con las series, pero las veo así, por Internet… porque me encantan (Agustina, 17 años, Quilmes Centro).
>
> Yo tengo una página que se llama *Series Yonkis* o en *Cuevana* y eso no porque andan re lentos. No, *Cuevana* no. Y hay otra que se llama *MonsterDivx*, pero más que nada para descargar películas, no las miro desde ahí (Agustina, 17 años, Quilmes Centro).
>
> Sí, ahora tengo películas, y *Sherlock*. *Sherlock* sí la tengo, las bajé de *MonsterDivx*. Porque tiene la opción, me las bajé con los dos subtítulos, en español y en inglés. Me encanta, estoy esperando la tercera temporada y no sale más (Agustina, 17 años, Quilmes Centro).
>
> Por ejemplo, me encanta *Friends*, pero bueno, terminó en el 2004… así que ya no la puedo seguir. Pero la que sí seguía era *Two and a Half Men*, pero cuando se fue Charlie Sheen la serie como que se murió y no la vi nunca más, pero nunca más, eh (Facundo, 20 años, Quilmes Centro).
>
> Veo *Aliados* y después, otra serie, por ejemplo, la novela de la noche, *Los vecinos en guerra*. Por ejemplo, *Cumbia Ninja*. Es como muy fantasioso, pero está bueno (Talía, 14 años, San Francisco Solano).

En el caso de las comedias, el tipo de humor que proponen se presenta como una impronta interesante de señalar. Cada sociedad y cada cultura –apelando a una acepción de cultura/s geográficas- tienen una relación particular con su humor. Las series estadounidenses, en abundantes casos, explotan su humor en situaciones y gags consecutivos que generan proximidad con los televidentes de gran parte del mundo. Esta también se puede leer como una negociación de sentido. Los jóvenes que prefieren *Friends* o *Los Simpson* se ríen de un humor que llegó a ser global, pero a la vez no borra las bases de su localidad. Se produce una *apropiación* –siguiendo a Silverstone-, concepto que no trata solamente de hacer propias mercancías físicas sino también mensajes. En estos casos de apropiación se pasa a una incorporación, entendida como esa *invisibilización* de la génesis de las prácticas tornándolas *naturalizadas*, cuando ya forman parte de la vida cotidiana, de los usos –podría decirse de la identidad- del sujeto de la acción.

La configuración identitaria con series extranjeras tiene fuerte arraigo en las tecnologías de la comunicación. Estas permiten una progresión de usos creativos por parte de los jóvenes.

Existen en *YouTube* los llamados *fanvids*, los cuales son videos realizados por jóvenes internautas fanáticos de una serie quienes mediante un programa de edición de video recortan partes de la serie y crean una nueva narración en la cual suceden cosas que en la serie original no sucedieron, satisfaciendo sus ansias de creación. Una característica del "nativo digital" –también llamado en esta faceta "prosumidor"- es también formar parte de la narración que ve, proponiendo o discutiendo en foros con los realizadores o con pares, creando nuevas narraciones con el sólo fin estético de compartir. Asimismo, hubo series como *Lost* en la cual los productores David Lindeloff y Carlton Cruse mantenían contacto en video mediante preguntas y respuestas sobre la serie con sus fans.

Las nuevas tecnologías de la comunicación se van capitalizando por parte de los jóvenes televidentes y también de los realizadores, quienes entienden que el público va cambiando y lejos de aquel receptor pasivo que enunciaba la *Mass Communication Research*, o incluso avanzando también en la idea de decodificador que proponía Stuart Hall (1979) en *Encoding/Decoding* para pensar la relación con los medios audiovisuales. Dado que el decodificador, empleando su capacidad racional ante el mensaje codificado, podía proponer decodificaciones dominantes, negociadas o de oposición en sus círculos de influencia y así tomar decisiones cotidianas ante las noticias que le llegan; mientras que en los casos planteados se avanza un paso más, ya que ante los medios digitales el decodificador puede hacer escuchar o ver ante los codificadores estas posiciones mediante foros, correos electrónicos o comentarios en redes sociales virtuales.

Asimismo, no solamente la televisión se desplaza a nuevas pantallas, sino también el cine. Páginas al estilo *Cuevana* proveen la posibilidad de ver películas nuevas, inclusive en cartel.

El cine más que una industria cultural y un arte es en términos comunicacionales una experiencia. Compartir un espacio en la oscuridad con desconocidos y con amigos con quienes comentar la película luego, comer pochoclos y quedarse quieto y atento durante dos horas se torna una experiencia que se desplaza mediando una pérdida a las más

diversas maneras de ver una pantalla de computadora o tablet. Con las experiencias 4D y el sonido envolvente el cine de sala no se ve, se vive. En el hogar, en la calle, acostado o sentado, pausando para ir a hacer cosas y retomando la historia en otro momento, el fundamento del cine en nuevas pantallas es otro. El cine también es un consumo asiduo por parte de nuestros jóvenes informantes.

> Veía *Once upon a time*, que la empecé pero después no la seguí más. Lo que veo casi todos los días o día por medio son películas en *Cuevana* (Joquín, 15 años, Quilmes Centro).

> Antes veía *Cuevana*, algunas comedias bastante tontas para despejarme, algunas tipo *Transformers* e incluso me ponía al día con clásicos como *Scarface* y esas cosas, igual no vi tantas tantas películas. Habré visto unas 10 o algunas más, pero con el quilombo se complicó (Fernando, 24 años, Quilmes Centro).

> Antes era como que se descargaban más películas, ahora es más de mirarlas online. En *Cuevana*. Pero antes sí se bajaban más películas. Pero eran películas que por ahí las veías y decías: "uy, mirá, está película va a estar buena", porque es de acción o alguna comedia (Facundo, 20 años, Quilmes Centro).

> ¿Películas? Si veo, de vez en cuando. No las bajo porque todavía, traté de hacerlo pero no me salió todavía (Aldana, 16 años, San Francisco Solano).

> Pero vos buscas el nombre de la película que queres ver y te parece para descargar o verla así, las veo ahí (Micaela, 14 años, San Francisco Solano).

> Las películas, algunas las guardo, si están buenas las guardo si no las miro *online*. Tengo la de *Buscando a Nemo*, tengo la de *Rápido y Furioso 5* y la 6 y tengo algunos capítulos de *The Walking Dead*, porque me gusta, si están buenos me gusta verlos otra vez (Nicolás, 16 años, Bernal Oeste).

A su vez, cuando la solución es comprarlos se populariza entre los jóvenes otro tipo de transacción, adquirir las películas, series, CDs de música y videojuegos en el mercado paralelo de los manteros[63] y locales de copias truchas. "Por Internet no miro películas

[63] Se denomina coloquialmente de este modo a quienes venden CDs, DVDs y videojuegos truchos (grabados de los originales o de descargas de internet) en las calles. Generalmente ponen una manta sobre el suelo donde acomodan la mercancía, de allí el mote de manteros.

generalmente, voy y compro. Piratas, obvio. En el *Outlet* (risas). O en la calle, digo" (Marina, 20 años, Don Bosco).

Copias truchas de los originales, las cuales dada la tecnología digital tienen las mismas prestaciones –lo que torna confuso el estatuto de un original en la cultura digital-, se ofrecen a muy bajo costo en las calles de cualquier centro comercial de Quilmes. La peatonal Rivadavia de Quilmes Centro, el Outlet de la calle Yrigoyen, la calle 844 de San Francisco Solano, el cruce a San Francisco Solano de Villa La Florida y la puerta del *Quilmes Factory Shopping*, en la avenida Calchaquí de Quilmes Oeste, son solamente algunos lugares donde se ubican los manteros.

Las resistencias parecen transitar diferentes terrenos. No obstante el mercado ilegal maneja importantes sumas de dinero, y adquirir los productos de los manteros se torna una manera resistente ante los argumentos de la propiedad privada del derecho de autor. En ese intercambio comercial de los dispositivos de almacenamiento, los jóvenes no se ven a sí mismos como piratas ni al mantero como a un delincuente. La práctica de consumo en los márgenes -si bien se trata de una compra en la que media el dinero- en el imaginario puede asemejarse a "colgarse del cable" o "robar" wifi de un vecino, otros modos "piratas" de acceder a la industria cultural posmoderna. La compra de truchos se expresa en los discursos como una opción más de acceso, en el mismo rango que la televisión tradicional y a la descarga y visualización en internet.

> Series ahora estoy mirando una nueva que salió que es *Cumbia Ninja*. Estoy esperando que empiece *The Walking Dead*. Después *C.S.I.* Si algún capítulo me lo pierdo, lo veo por la computadora. La primera temporada y la segunda las vi por DVD, los compré en una disquería grabados (Nicolás, 16 años, Bernal Oeste).

Por otra parte *YouTube* se erige como un espacio cotidiano donde buscar los más diversos videos y no solamente series televisivas. Otra vez una empresa multinacional como *Google* aparece en el discurso juvenil.

Como paradigma de las nuevas pantallas en *YouTube* tiene preponderancia la visualización de series y películas –es decir viejas pantallas-, pero en usos específicos de estas. En diversos casos nos cuentan que miran partes de series y de películas. Esto es una apropiación específica de este medio ya que nadie podría buscar en televisión o ir

al cine a ver una parte de la historia, ni siquiera sería práctico alquilar una película para ver una escena. La demanda a la carta de partes de narraciones audiovisuales conocidas es un uso habitual propio de *YouTube*.

Es entonces cuando *YouTube* se transforma en una biblioteca de Alejandría posmoderna (De Cicco, 2008), deviniendo en un reservorio de formatos ya conocidos que pueden ser buscados específicamente.

> En *YouTube* miro videos graciosos o de música o capítulos de *Alf*, algunas partes de *Los Simpson* o *El Chavo* (Lucas, 14 años, Villa La Florida).

> En *YouTube* a veces veo cuando no me sale, o cuando quiero tocar una canción en la guitarra, por ahí veo tutoriales que te enseñan o videos así específicos de *Los Simpson*. Por ahí, me acuerdo de un capítulo, o de una parte, y vi eso (Nair, 18 años, Quilmes Centro).

> A veces cuando estamos en la casa de mi amiga vemos ahí, buscamos algunas cosas de terror para ver, cuando estamos aburridas. La última vez que vimos era la historia de *Hello Kitty*. Era que contaba la historia de *Hello Kitty*, cómo se hizo en la vida real, que todo empezó por un laberinto, todo eso y nosotras decíamos no hay nada de *Hello Kitty* acá (Talía, 14 años, San Francisco Solano).

En este sentido la memoria audiovisual tiene un lugar colaborativo y universal –porque en *YouTube* son los usuarios quienes postean los videos. En este marco, el uso habitual tiene como protagonistas a dos relatos: el videoclip y el tráiler, uno televisivo y otro cinematográfico. Perfectos formatos para nuevas pantallas, dadas sus características de discursos autónomos y breves.

La música es un tema recurrente a la hora de tematizar *YouTube* ya que es una vía rápida para acceder a las canciones.

> En *YouTube* veo videos de música, de todo, no sé. *No te va a gustar*, *La Vela* (Marianela, 19 años, Quilmes Centro).

> Miro muchos videos de *Callejeros* y las letras que te aparecen, después los incidentes que pasan también en los recitales, en los recitales en vivo, también veo el de *Los Redondos*, el Indio Solari (Aldana, 16 años, San Francisco Solano).

> *YouTube* lo uso para escuchar música, para ver los videos de música (Nicolás, 16 años, Bernal Oeste).
>
> Hay veces, ponele, no sé, algún chico que sale en un videoclip de alguna cosa graciosa, ponele. Si no para escuchar música. Busco la canción, la que me gusta a mí, y la veo (Lautaro, 17 años, Quilmes Centro).

Trabajamos el concepto de nuevas pantallas en publicaciones desde el año 2009 y desde allí nos preocupamos por conceptualizar estos formatos que nacieron para internet y telefonía móvil. Investigamos sus lógicas de producción de circulación y consumo. Conocimos casos exitosos en el mundo como la serie *Malviviendo* que contó con tres temporadas y una gran cantidad de seguidores a nivel mundial. En trabajos como "Nuevas pantallas frente al concepto de televisión" (Murolo, 2009) o "Nuevas pantallas: un desarrollo conceptual" (Murolo, 2012) trabajamos este tema poniendo de relieve un cambio de época en las narraciones audiovisuales[64].

Sin la apropiación social, las tecnologías están condenadas al desuso y la obsolescencia, como sucedió con tantas apuestas en relación a tecnologías de la comunicación. Siguiendo a Raymond Williams (2011) no nos posicionamos ante una mirada determinista. Tanto en su versión "determinismo tecnológico", o entenderla como una "tecnología sintomática" y por lo tanto "síntoma" de una sociedad que la determina. De ello que el juego entre sujetos y tecnologías se asienta fundamentalmente en los usos y apropiaciones, en el lugar simbólico que ocupan las tecnologías en la cotidianeidad generando prácticas comunicacionales de incorporación y conversión en sociedad.

En este sentido, las nuevas pantallas en relación al consumo de narrativas audiovisuales -si bien son incipientes y buscan sus propias maneras de narrarse- asientan su relativo éxito en el seguimiento de los internautas. La práctica social de consumir formatos de nuevas pantallas no es masiva como lo logró la televisión. Sin embargo, en los jóvenes entrevistados se observa una tendencia hacia estos usos mediáticos.

[64] El tema es recurrente en nuestros trabajos de investigación y docencia. A raíz del desarrollo de nuestras investigaciones al respecto propuse la materia Seminario y Taller de Nuevas Pantallas a la Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Quilmes y la dicto desde 2011. Asimismo, desde 2013 también dicto Nuevas Pantallas en la Especialización en Comunicación Digital Audiovisual en la Universidad Nacional de Quilmes.

Entendemos que dadas las posibilidades y la apropiación amateur y profesional de los nuevos soportes y narrativas existen complejos cruces entre viejas y nuevas pantallas, llegando finalmente a una búsqueda de identidad propia de las nuevas.

Los formatos juveniles nacientes en nuevas pantallas tienen que ver en su mayoría con monólogos y situaciones de comedia cotidianas realizadas por jóvenes y para jóvenes. Como no cuentan con presupuesto ni sostenimiento por publicidad, las realizaciones no muestran una alta factura de producción y se sostienen más que en otro aspecto en un guión efectista y empático que explota el humor, y en figuras que se hacen famosas mediante estas pantallas, gracias a la cantidad de visualizaciones, comentarios y compartimentos en redes sociales virtuales.

Dos son los ejemplos más exitosos y nombrados por los entrevistados. Uno es el caso de *Hola Soy Germán* y el otro es *Julián Serrano*. Ambos realizan mini-monólogos a cámara, de corta duración y destinados a jóvenes. Es interesante señalar que a diferencia de las series televisivas preferidas por los entrevistados, estos envíos están realizados por jóvenes latinoamericanos: Germán es chileno y Julián es argentino.

Los usos tecnológicos en este caso pueden ser analizados desde el codificador y desde el decodificador. Quienes generan estos relatos son jóvenes *youtubers*, quienes cuentan con tecnologías como cámaras, computadoras y programas de edición. Se produce allí una apropiación tecnológica que tiene que ver con la comunicación de ideas y talentos. Se utiliza el medio con el sólo fin de expresarse y generar empatía con pares. Por su parte, los decodificadores son quienes se apropian de estos mensajes siguiéndolos por *YouTube,* compartiéndolos en redes sociales virtuales y hablando de ellos con sus amigos. Estos formatos aparecen en los discursos como partícipes del género amateur de los “videos graciosos”, “videos divertidos” o los “mini- monólogos”.

El caso de Germán Garmendia[65] se trata de un ídolo juvenil chileno que saltó a la fama por su canal de *YouTube* donde con mirada a cámara desarrolla monólogos humorísticos que se ocupan de las más diversas vicisitudes juveniles, por lo cual busca en primera instancia identificación.

[65] El canal de *YouTube* de *Hola Soy Germán* cuenta con 15.152.206 suscriptores y también se distribuye por un perfil de *Facebook* y una cuenta de *Twitter*. Canal de *YouTube*: http://www.youtube.com/user/HolaSoyGerman (Consultado el 27/01/2014).

Por su parte Julián Serrano[66] también realiza mini-monólogos con mirada a cámara que buscan fanatismo, al tiempo que insta a sus seguidores a compartir los videos redes sociales virtuales.

Finalmente, aparece en menor medida en los discursos un tercer formato llamado *OtraVezLunesShow*[67], de similares características. Asentándose en la idea de que los lunes son aburridos, cada semana el joven protagonista sube a *YouTube* un video divertido que se propone como ayuda para pasar mejor el lunes. Estos formatos parecidos están delimitando un subgénero dentro de las nuevas pantallas.

Los entrevistados hacen mención de estos envíos como narraciones tan cotidianas como un programa de televisión, una película, una saga de libros o una banda musical.

> En *YouTube* busco videos divertidos, o trailers de pelis, tambien veo *Hola Soy German*, que es un chileno que hace mini-monologos, el otro día vi *proyecto Zeigeist* que es un documental que te parte la cabeza (Jeremías, 22 años, Quilmes Centro).

> Después también me suscribí a los videos de *Hola Soy Germán* y Julián Serrano, son unos de los personajes de Internet que hay ahora que más se ven. Los videos que hacen son muy divertidos, y dentro de todo, los viernes si llegas cansado y ves uno de esos videos y te morís de la risa a la noche, está muy bueno. Yo tengo una compañera que comparte casi todo los videos de Germán que le parecen graciosos pero es demasiado. Otros videos así también, *Otro Lunes Show* o algo así creo que se llama, ese también hace videos graciosos (Aldana, 16 años, San Francisco Solano).

> Descargo videos musicales, no sé, *Hola Soy Germán*, *Lunes Show* o videos de las bandas que me gustan (Micaela, 14 años, San Francisco Solano).

> Veo, por ejemplo, me gusta Julián Serrano, de *Aliados* y busco a ese. Julián Serrano hace como videos graciosos, como *Hola Soy Germán*. Le pongo me gusta por ejemplo lo sigo a Mario Casas, es un actor que hace películas. Y cuando sube fotos, todo eso, comentarios. A Julián Serrano también, que tiene

[66] El canal de *YouTube* de *Julián Serrano* cuenta con 815.742 suscriptores y también se distribuye por un perfil de *Facebook*. Canal de *YouTube*: http://www.youtube.com/user/JulianSerrano7 (Consultado el 10 de marzo de 2014).

[67] El canal de *YouTube* de *OtraVezLunesShow* cuenta con 107.018 visualizaciones y 68.661 suscriptores y también se distribuye por un perfil de *Facebook* y una cuenta de *Twitter*. Canal de *YouTube*: http://www.youtube.com/playlist?list=PLNARsokMCV-ZtISi2To1kEnUqhDjxvnHd (Consultado el 12 de marzo de 2014).

> su página, le puse me gusta y eso, lo seguí y nada más (Talía, 14 años, San Francisco Solano).
>
> *YouTube* usé porque lo tengo en el celular. Lo uso, bah, más uso para mirar capítulos de *Casi Ángeles*. Otra cosa no me gusta. Cuando tengo Internet sí, si no, no lo veo. Más de seguirla, la tengo a Mariana Esposito. La tengo también como amiga, bah, no sé si es ella (Natalia, 16 años, San Francisco Solano).

Asimismo aparecen en el discurso telenovelas argentinas como *Aliados* o la colombiana *Cumbia Ninja* donde participan algunos de estos jóvenes que saltaron a la fama mediante nuevas pantallas. Los ídolos juveniles en estos casos se construyeron como imagen y con la invaluable ayuda de las nuevas pantallas que le permitieron el traspaso a las viejas pantallas, las cuales todavía se posicionan como las mayores legitimadoras del éxito mediático y la fama.

Detrás de las narraciones de televisión y cine que circulan por nuevas pantallas vemos que queda abierta la reflexión acerca de las narraciones audiovisuales propias de internet. Siempre que nace un nuevo medio se sentencia de muerte a los predecesores. La radio con relación a la prensa escrita, la televisión con relación a la radio y el cine, Internet con relación a la televisión. Sin embargo, en Internet son exitosas las narraciones televisivas, inclusive consumidas por quienes dicen no mirar televisión. Por ejemplo, *Peter Capusotto y sus videos* tiene más visualizaciones en Internet que puntos de rating en televisión (Murolo, 2009). Decía McLuhan que todo nuevo medio tiene como contenido un viejo medio[68]. Esta característica con sus particularidades la vemos presente en estos casos de Internet, aunque además de los videos graciosos y los mini-monólogos juveniles se están realizando otras experiencias propias de narraciones audiovisuales pensadas para este medio. Facundo, de 20 años, nos cuenta que sigue un programa de *YouTube*:

> *YouTube* me gusta bastante, generalmente no voy a buscar algo específico. Encuentro algún video que me interesa y lo miro, y por descarte está subido a *YouTube* porque no hay muchos lugares para subir videos y demás. Generalmente se arranca con lo de música. Pero, después también miro mucho los de "Locos por el asado". Es una comunidad de gente que hace asados y

[68] Marshal McLuhan "Nuevos Medios Viejos Medios. En *YouTube*. Disponible en: http://www.youtube.com/watch?v=zKXY70t-ae0 (Consultado el 10 de enero de 2014).

> suben recetas que están buenísimas, hice un par y me gustan mucho (Facundo, 20 años, Quilmes Centro).

En *Locos por el asado* se expresa la creatividad de los micro-espacios audiovisuales creados para internet. Mediante recetas y modos de realizar el ritual del asado se van compartiendo capítulos. Como marca de época, Facundo llegó a realizar lo que enseñaban en el programa y lo sigue con asiduidad en *YouTube*[69] y en *Facebook*[70], como tradicionalmente se generaba fidelidad con una telenovela o serie televisiva.

4.2.3 MÚSICA, LIBROS, SOFTWARE Y VIDEOJUEGOS

Además del material audiovisual televisivo, de cine y propios de nuevas pantallas se descargan otros como música, libros, software y videojuegos. La música es inherente a la juventud. Todos los jóvenes consultados expresan gustar de la música y la mayoría de ellos se la procuran descargándola de internet mediante un programa P2P llamado *Ares*. Dice Juan Pablo Cremonte (2007) que son tres los elementos a tener en cuenta para la posibilidad de las prácticas de intercambio de archivos musicales en internet. El primero es "la posibilidad de realizar infinitas copias en un lapso considerablemente corto de tiempo cada una, sin perder calidad en lo más mínimo". El segundo elemento es "la aparición del formato "mp3", que técnicamente se define como un sistema de compresión que reduce los archivos de audio en un factor de 12 a 1, o sea, a menos de una décima parte de lo que ocupa una pista de CD convencional". El tercer elemento "técnico de suma importancia es el software que permite la interconexión entre los equipos, la búsqueda y la descarga de los archivos" (Cremonte, 2007: 119-120). Entre estos se encuentran *Kazaa-Lite* y *Ares*, el más utilizado por los jóvenes entrevistados.

> Música bajo bastante… tendré trescientos temas de música… fácil. Y juegos. También bajo libros. Hay páginas como *The Pirate Bay* o *Bit Torrent* que son específicamente para eso… para descargar archivos. Y evitás hacer todo el proceso que tiene cualquier otro servidor. Por ejemplo, con esas páginas vos necesitás un programa en la PC y te descarga, sería como descargarte el link y ya

---

[69] Canal de *YouTube* de *Locos por el asado*: http://www.youtube.com/user/locosxelasado (Consultado el 10 de marzo de 2014).

[70] Página de *Facebook* de *Locos por el asado*: https://www.facebook.com/pages/Locos-Por-El-Asado/402820589773059?fref=ts (Consultado el 10 de marzo de 2014).

te empieza la descarga y es toda seguida no se te corta. Uso el UTorrent (Joaquín, 15 años, Qilmes Centro).

Buscás la canción y te la encuentra. Si no, si por ejemplo no está ahí, la busco en *Google* directamente. "Descargar tal canción" y me aparecen páginas, y me las bajo de ahí. Más fácil. *Demi*, *Avril Lavigne*, *Lana del Rey*, *Simple Plan*... Canciones variadas. De esos tengo los CDs todos en la compu, después de los otros tengo cualquier cosa, pero todo en inglés (Agustina, 17 años, Quilmes Centro).

Además descargaba discos de *Taringa*, ahora canción por canción con el *Ares*. Antes tenía toda una biblioteca de Alejandria a mis manos, ahora no conseguí un libro ni por puta. Mil cosas de economía me bajé (Fernando, 24 años, Quilmes Centro).

Descargo música, tengo un estilo, pero si tengo que descargarle a mi mamá, le descargo. Si quiere *Arjona*, descargo *Arjona*; si quiere *Chayanne*, descargo *Chayanne*. Yo, por mi parte, *Green Day*… Todas esas cosas me gustan mucho; entonces, descargo eso (Nair, 18 años, Quilmes Centro).

Bajo la música que más me gusta y como vos si vas a comprar un cd te venden, por lo menos tenes tres temas de los que te gustan es como gastar plata por tres, nomás tres temas, podes descargártelos y ponerle, porque en un cd te entran dieciocho temas, según lo que dure. Entonces, agarra los tres temas que te gustan para descargarla, buscar otras que te gusten y sumarlos, es como un mp3. En *Ares* tengo quinientas sesenta canciones. Entre videos y todo eso, son quinientas sesenta cosas (Aldana, 16 años, San Francisco Solano).

Descargo música en la computadora y de ahí lo paso al celular ¿Programa? El *Ares*, bajo música y por ahí bajo una película (Nicolás, 16 años, Bernal Oeste).

Más hay música romántica, después por ejemplo *Karina*, *Rocío Quiroz* o si no algunas cumbias. Yo no tengo los videos, yo los veo en canal dos, los sábados. Cuando pasa por la tele, más la veo a *Rocío Quiroz*, *Karina* ya no está tanto ahí, en *Pasión de Sábado* (Natalia, 16 años, San Francisco Solano).

Habré descargado, no sé, algún link que me pasaron con algún CD entero. Sí, la verdad no sé de dónde saqué la música. Creo que la bajé en algún momento del *Ares*, pero ahora ya no lo estoy usando más. Quedó ahí esa música (Marina, 20 años, Don Bosco).

> Tenía el *Ares*, antes lo usaba al *Ares*, pero… después lo dejé de usar. Lo usaba en la computadora de escritorio, pero después como tenía mi compu no lo quise bajar no sé qué. Nunca más bajé nada. Pero las tenía ahí, no es que las bajaba al celular o al MP3 (Lautaro, 17 años, Quilmes Centro).

Los jóvenes no solamente descargan uno por uno el material que necesitan o desean usar. También lo comparten y en la práctica de compartir se despliega una serie de usos sociales novedosos. Compartir parece ser la práctica más importante en cuanto al uso de materiales descargados de internet. Desde las posiciones hegemónicas de poder, compartir también es ser pirata.

En primer lugar se comparte en redes sociales virtuales al estilo *Facebook*. Un enlace de *Cuevana*, de *Taringa* o de otra red con material con derechos de autor activa a que otro amigo pueda acceder y descargarlo, comentarlo y volver a compartirlo. La práctica de compartir es generalmente agradecida por los amigos que comentan y clickean "me gusta" a la publicación. Si en el lenguaje del "nativo digital" postear y compartir son dispositivos lingüísticos usuales, son mucho más que eso ya que estriban a la vez modos de comunicación que sientan las bases de un modelo social otro, resumido en la idea de colaboración. Compartir implica no la propiedad del objeto sino su socialización. Lejos de una mirada pirata que roba y se queda con el botín, el "pirata digital" libera el "botín" a sus amigos y quienquiera que acceda (de hecho los post en *Taringa* son abiertos para la comunidad de internet y no solamente para amigos). Dice Federico: "Los discos, generalmente, me los copio. Los copio en lo de mi primo, que siempre los baja antes que yo. Entonces, viene y me los trae, y yo los tengo en la computadora. Después yo los subo. Claro, aporto a la comunidad" (Federico, 20 años, Quilmes Centro).

En un mismo testimonio se evidencian dos modos de compartir. El primo de Federico baja material, se lo comparte y Federico lo vuelve a subir a Internet para compartirlo. De allí que la idea de comunidad hable indefectiblemente de una pertenencia en donde compartir se posiciona como un régimen de usabilidad tan necesario como tácito. En consecuencia, no se reflexiona en términos éticos sobre una práctica tan cotidiana y en evidencia beneficiosa para los partícipes.

En algunos casos se presenta una táctica de resistencia que tiene que ver con subir material a internet y buscar los modos de eludir el control cuando este contenido es denunciado. Federico nos cuenta:

> Está bien, con esto de la ley SOPA y todo lo que quieras cerraron *Megaupload*, que era el servidor número uno. Bajabas todo de ahí, sabías que en *Megaupload* estaba, pero así como *Megaupload* hay ocho mil servidores más para bajar. Tengo servidores para subir información, una lista larga como toda la Argentina. Es así. Hay miles de servidores, entre ellos -ponele- yo uso *Mediafire*. Entonces, subo música ahí y, cuando sé que me la denuncian o algo, la elimino y la subo de vuelta con otro nombre (Federico, 20 años, Quilmes Centro).

Estos usos que intentan esquivar controles con la apertura de falsos nombres de usuario y seguir subiendo material en otros sitios, evidencia que algo en el sistema está fallando y que los jóvenes cuelan sus prácticas de resistencia en pos de compartir información con pares en medio de los intersticios del propio sistema hegemónico.

Una práctica más se suma a las anteriores, también con un fin colaborativo. Algunos jóvenes realizan subtítulos para las series y películas que les gustan y los comparten en la web para que un número mayor de internautas pueda verla. Este trabajo no remunerado que implica la puesta en acto del conocimiento de un idioma, condensa la lógica de compartir que impregna la conciencia de época de estos jóvenes.

Luego de la descarga y de disponer de los archivos en los discos rígidos y en los teléfonos móviles, otra manera de compartir enunciada por los jóvenes es el pendrive y el *bluetooth*. Quienes por razones económicas no cuentan con internet en sus casas y no pueden estilizar la práctica de la descarga, también participan de la conciencia epocal “pirata” recibiendo material en sus teléfonos y las computadoras de sus casas (que generalmente comparten con su familia) de parte de amigos, primos o compañeros de escuela.

> Y más descargo de la computadora o si no me lo pasan mis compañeros. O si no también lo bajo de Internet, en el teléfono un área que pongo música, el cantante y ya lo bajo. De la computadora más porque mi hermano trae el *pendrive*. Y ahí pasa todo a la computadora, lo guarda todo ahí. Y él más saca de la computadora de su amigo. O sea, el amigo tiene Internet (Natalia, 16 años, San Francisco Solano).

> La música me la pasa una de mis amigas por *bluetooth* o las bajo de Internet (Talía, 14 años, San Francisco Solano).

> Música tengo la que me pasaron por *bluetooth* (Lautaro, 17 años, Quilmes Centro).

El estatuto de la práctica como "pirata" se va diluyendo cada vez más ya que pasar algún archivo vía *bluetooth* de un teléfono a otro –que para eso lo trae incorporado- en el imaginario juvenil dista de comprar una copia ilegal. Esa actividad cotidiana y privada de colaboración se vivencia como un acto de amistad y como compartir elementos identitarios generacionales, por ejemplo, una canción, la cual se escucha en el vivir juntos de la escuela, los hogares y propicia conversaciones sobre ello. "Dice si queres compartir en *Facebook* o en *Twitter*. Se comparte para que los demás se enteren, los que no ven, que existen este tipo de videos y que puedan verlos" (Aldana, 16 años, San Francisco Solano).

En el caso del libro el uso parece todavía ser diferente. Los discursos de los jóvenes entrevistados no presentan un criterio homogéneo de uso. Hay quienes prefieren los libros digitales y pueden consumir toda una novela en la pantalla y hay quienes quieren tener el objeto libro.

Leer en pantalla es una destreza que si bien se le atribuye a los "nativos digitales" es una migración compleja. Consumir audiovisual, música y videojuegos siempre fue mediante dispositivos electrónicos, mientras que la lectura no. Asentada la educación escolar en lo lecto-escritural, hace muy pocos años se incluyeron de modo no masivo las tecnologías digitales en las aulas. De allí que la lectura en pantalla no sea un uso que homogenice criterios.

> Bajo algunos libros, y música porque no tengo el *Ares*. Entonces bajo música y libros, pero igual muchos libros no porque me gusta tener el libro en vivo, no me gusta leer de la compu. Y bueno, si me lo tengo que comprar al libro, bueno, espero. No lo voy a leer de la compu. Igual tengo algunos, pero no me gusta. Aparte me hace mal a la vista. Me gusta tener el libro, el clásico (Agustina, 17 años, Quilmes Centro).

> Leo libros en Internet, eso si hago, en la noche los sábados, por ahí leo. Está el grupito de los que leen libros y el grupito que se ríe de los que leen libros (Aldana, 16 años, San Francisco Solano).

> Lo leo en pantalla. Es como que el libro te engancha y queres seguir leyendo. Y si tiene más libros más queres seguir, leyendo, leyendo. El único libro que leí así, libro, fue *Crepúsculo,* que me lo prestó mi compañera y *Los ojos del perro siberiano,* nada más, esos los leí así (Micaela, 14 años, San Francisco Solano).

> Libros, sí. El profesor mandaba por Internet el PDF que hacía él, ponele, y lo mandaba por mail. Y, algún libro, creo que bajé… *Luna caliente* de Mempo Giardinelli lo bajé por Internet y *Cuentos de Eva Luna* creo que bajé también (Lautaro, 17 años, Quilmes Centro).

A la hora de elegir las preferencias mayormente las jóvenes entrevistadas se inclinan por la lectura de sagas. A fines de los años noventa este género tomó ímpetu con la aparición de *Harry Potter*, la cual sirvió de punto de partida a la masificación de la práctica de lectura juvenil y específicamente de sagas. *Las Crónicas de Narnia*, *Crepúsculo*, *Los Juegos del Hambre*, entre otros títulos mayoritariamente foráneos –salvo el caso de *La Saga de los Confines* de la argentina Liliana Bodoc-, son los elegidos por los jóvenes, quienes prefieren las sagas distópicas a las fantásticas, las cuales asimismo son llevadas al cine muy rápidamente aprovechando el auge, componiendo un continuum de industria cultural.

Los jóvenes generan fanatismo al punto de esperar en las puertas de las librerías la salida del nuevo envío, inclusive a modo cosplay, vestidos de sus personajes favoritos, al tiempo que leen el libro completo en cuestión de horas.

> Mayormente se leen sagas, todo lo que tenga más de dos libros, se leen todo, por ejemplo *Harry Potter, Crepúsculo; Narnia*, todo lo que me nombres referido a eso (Aldana, 16 años, San Francisco Solano).

> Descargo videos, canciones, a veces descargo libros. Descargué *Cazadores de Sombras* y, también *Hush-hush* y otro que es un libro corto que es una trilogía pero es corta, no me acuerdo el nombre (Micaela, 14 años, San Francisco Solano).

> Últimamente estaba con las trilogías que están de moda como *Hunger Games* –bueno, *Harry Potter* me lo leí todo. Leí una que se llama *La huésped*, que es

> nueva también. Los de *Sherlock Holmes* estoy leyendo. Y después no sé porque estoy viendo qué leer, quiero saber qué leer, quiero cuentos más realistas ahora, ya me cansé mucho de las sagas, quiero más realistas. O de detectives, o policiales (Agustina, 17 años, Quilmes Centro).

En cuanto a los videojuegos que son costosos, los jóvenes cuentan que los descargan o los compran grabados. Tanto los de computadora como los de consola vienen con obsolescencia incorporada y necesitan sustitución una vez que se llegó al hartazgo del juego que se usa siempre o cuando sale a la venta la versión siguiente del mismo videojuego, como sucede con los de fútbol *FIFA* y *Pro Evolution Soccer*. Por el recambio de las generaciones de las consolas –estamos transitando el pasaje de la 7ma a la 8va generación con la aparición en el mercado de *PlayStation 4*- los juegos van bajando de precio.

> Hay algunos juegos que están comprados y otros que los bajo de Internet. El *Pro Evolution*, que es de fútbol. Después, *Batman*, que es de aventura. Después uno que se llama *Prototype*, que también es de aventura. Y después *Medalla de Honor*. Esos cuatro juegos, después los otros los tengo por tener (Lucas, 14 años, Villa La Florida).

> Los juegos los compro grabados. Pero, como ahora están empezando a salir más baratos los de *Play 2*, voy a empezar a comprar los originales. Vos lo llamas al chabón y le decís grábame tal juego, te cobra catorce, quince pesos. Si vos vas a una feria y te vas a comprar un juego y te sale entre ocho y diez pesos (Nicolás, 16 años, Bernal Oeste).

Los emprendimientos mundiales a favor del software libre en oposición al software privativo, las apuestas dantescas del héroe de internet Anonymus apoyadas por internautas de todo el mundo, los miles y miles de posteos y comentarios a favor del creador de *Magaupload* por el cierre y persecución que SOPA y PIPA hicieron de su práctica, parecen ser episodios de compleja actividad política, alejados de los jóvenes que entrevistamos, pero la cual se puede vislumbrar en la conciencia de libertad en sus discursos.

Imagen 5. Software de descarga P2P *Ares*.

4.2.4 LOS PIRATAS

Esta investigación habla de “piratas” y puede parecer incoherente en relación a su planteo no cuestionar la palabra y el concepto que contiene. Entendemos que nominalizar es una de las formas de ejercer poder y el mercado llama “piratas” a usuarios de Internet que copian y comparten material digital que circula virtualmente de un dispositivo a otro. El término es arcaico, la piratería de los mares abiertos parece remitir a una escena medieval. Tanto como pretender naturalizar conceptos en desuso para describir prácticas sociales actuales. Las prácticas novedosas deberían nombrarse de nuevas maneras y si las llamamos “piratas” es en este caso para criticar, poner en cuestión, maximizar la visibilidad del término, ironizar, o simplemente transformar el estigma en emblema. Henry Jenkins (2010) habla de “piratas de textos” (*textual poachers*), y aunque en una posición ideológica enfrentada a culpabilizar a los jóvenes por sus prácticas, empleando el término ayuda a su resignificación. Llegará, luego, el momento de renombrar la práctica. En esa línea, entendemos este conjunto de prácticas

de colaboración como novedosas formas de usos y apropiaciones sociales de la industria cultural en los márgenes del mercado formal.

Los jóvenes no asumen ser piratas, se trata de una identidad atribuida por el mercado y no asumida por los usuarios. Descargar películas y series, música, videojuegos y libros es una práctica usual, los teléfonos móviles y las computadoras personales de la mayoría de nuestros entrevistados alojan material descargado de internet.

Existen diversos usos en la descarga y visualización de material con derechos de autor. La mayoría de los jóvenes coincide en los sitios dónde descargar material, esto hace que haya una conciencia de época generalizada que señale estos portales de internet como parte de la socialización habitual entre jóvenes. Existe entonces una hegemonía de estas empresas. En estos portales como *Cuevana* y *Taringa* (nacionales) o *SeriesYonkis* (español) se puede descargar el material sin ser un usuario logueado (registrado) o registrarse y tener acceso a poder postear comentarios, puntuar y llevar un registro de las actividades. Algunos jóvenes acceden a este uso más activo de la conformación como “piratas”.

El acceso a material de la industria cultural digital sin derechos parece no estar mediado por una crítica por parte de los jóvenes, aún pidiéndoles una reflexión al respecto hay quienes evaden la “acusación” del sistema. En menor medida, unos pocos asumen alguna “culpa” y hay quienes argumentan la práctica.

> Puede ser delito desde la perspectiva legal actual, pero ya es obsoleta. La ley muta, pero va más lenta que la evolución de las ideas o las necesidades sociales. Es un delito, tal vez si en términos de las normativas vigentes. ¿Debería serlo? No. Porque hay gente que puede decir "ok, yo hice este libro, lo registré y no veo un mango" y por el otro lado hay millones de personas que se benefician con eso. O sea, no es una relación win-win evidentemente, y como casi todo en la vida. Ahora bien, podés buscar alternativas, como si queres bajar este libro, comete el anuncio de *Gucci* y *Coca-Cola* y parte de la guita del anuncio va al escritor, cosas asi, innovar, no hacer mierda todo (Fernando, 24 años, Quilmes Centro).

> Este tema se dio hace poco con la ley SOPA y yo creo que la piratería es la principal fuente para que se interesen en el contenido que vos descargás porque si eso verdaderamente te gusta o te interesa, vos vas y lo comprás, pero no vas a ir a comprar algo que vos no sabés qué es. Los juegos es la principal demostración de eso, porque vos los juegos los podés descargar de cualquier

> lado, los podés conseguir de cualquier lado, no originales por supuesto. Pero si vos querés ese juego, si te gusta realmente, vos vas a ir y te lo comprás (Joquín, 15 años, Quilmes Centro).
>
> Tendría que estar aceptado y buscar alguna manera que la gente con los derechos de autor tenga alguna retribución por eso, pero no sé, no se va a dejar de hacer (Marianela, 19 años, Quilmes Centro).
>
> En parte si tienen razón porque las personas, los que hacen música piensan en hacer un álbum y si vos compras, supuestamente, la plata, parte de la disquera, supuestamente, una parte va para ellos, supuestamente es lo que dicen y es como que vos no pagas porque es verdad, es una rata y yo ya dije prefiero bajarme tres temas que me gustan a comprarme un cd que tengan como diez que no me gustan y tres que sí (Aldana, 16 años, San Francisco Solano).
>
> Usamos el derecho del autor y por su lado tienen razón porque se están haciendo esas cosas para obtener una ganancia, nosotros como que se la estamos quitando (Nicolás, 16 años, Bernal Oeste).

Aparecen en los discursos ideas que proponen solucionar el conflicto. El modelo de negocios asentado en la publicidad o la creencia que acceder al material sin comprarlo, a modo de prueba, es un trampolín hacia su compra, son respuestas a la pregunta sobre qué hacer con la piratería. Por otra parte son varias las voces que señalan el precio excesivo de la industria cultural y por ello es una opción –o una escapatoria- la descarga y visualización digital.

> Pienso que si bajaran los precios la gente tendría más acceso fácilmente a esos productos, no tan caros. Por ejemplo, los libros, que son fuente de conocimiento y un montón de cosas, están re caros y la gente que se quiere culturizar no puede porque a veces tienen que elegir entre eso o comida u otra cosa que necesiten. Y eso me parece mal porque los libros los necesita todo el mundo necesita un libro por lo menos. Me parece cualquier cosa, un desastre. Tienen que bajar más los precios de todo. Es una sociedad consumista. Yo soy consumista. Amo comprar (Agustina, 17 años, Quilmes Centro).
>
> El crecimiento de la piratería va de la mano con aumento de los precios. Porque antes un CD te salía $10, $5. Ahora te comprás un CD, te sale $70. ¿Quién va a comprar un CD a $70? O sea, está bien, $70 hoy en día no es nada, no es nada, no hacés nada (Facundo, 20 años, Quilmes Centro).

> A veces no tenes la plata para comprarte cosas y preferís descargarlo. Y mucha gente lo hace y a veces te dicen eso, él también lo está haciendo pero prefiere decírtelo a vos, pero a veces la gente no tiene la plata necesaria o no consigue los discos que quiere tener y los tiene que descargar. Es como otra opción, en vez de comprarlo, lo podes descargar (Micaela, 14 años, San Francisco Solano).

> En sí no está bien, ponele, el hecho de descargar las películas o los videos, y todo eso, pero por ahí la realidad es que ir a comprar un DVD original es muy elevado el costo por ahí a veces para comprar un CD y que lo uso dos veces, me cansé y no lo escucho más. Entonces, por ahí es como una alternativa que sí, que no la veo mal porque no voy a gastar tanta plata porque yo no trabajo y la plata que me dan mis viejos no la uso para ir a comprar un CD porque no quiero ser un pirata. No, para mí no está tan mal o de última que te lo vendan algo más accesible, o que te lo vendan online. No, no lo veo mal a eso. (…) porque no entiendo nada de todo lo que hacen (Lautaro, 17 años, Quilmes Centro).

El objeto CD o DVD "original" –producido en serie por las discográficas y cinematográficas-, ante la reproductibilidad técnica y la baja de la demanda, pasa a ser un bien escaso, muchas veces de colección o de fetiche. La caja, el librito con las descripciones del contenido, las fotos de los artistas y los extras que trae la versión original son el plus que un fanático o un sibarita de la industria cultural está dispuesto a conseguir mediante un pago extra al de la versión trucha. Obviamente que en la era digital esos textos, fotografías y extras no son inconseguibles. Sin embargo, se trata de un índice del cambio en el estatuto de aura que advertía Walter Benjamin como metáfora y metonimia de la obra de arte, ya que alrededor de la industria cultural, aún serializada, mercantil y objetual se despliegan atisbos de deseo a la cosa como única –con su propio aquí y ahora-, por lo tanto, con poderes entre sublimes y conformistas.

Los objetos en general también cuentan historias y los objetos culturales en particular traen consigo una carga de sentido que relaciona, por ejemplo, una canción o una escena con un momento o una persona. Se trata de ese valor simbólico que excede a los de uso y de cambio. De allí la mismidad atribuida a una porción de plástico o de papel, tan igual y a la vez tan distinta a otra similar en apariencia.

4.2.5 CAPITAL CULTURAL

Nuevos modos de acercarse a los productos culturales, de consumirlos, apropiárselos, objetizarlos, incorporarlos y convertirlos (Silverstone y otros, 2007) también

predisponen –en términos bourdieanos- nuevas configuraciones de capital cultural. Comprar objetos de la industria cultural es una forma de acercarse a discos, películas, libros, videojuegos tal como la conocimos durante el siglo XX. A finales de este siglo y comienzos del XXI el enriquecimiento del capital cultural sigue estando ligado por la cantidad y calidad de libros que leímos, de películas que vimos, de música que escuchamos, de videojuegos que jugamos. Porque la industria cultural posee esos valores simbólicos que contienen elementos necesarios para la configuración de nuestras identidades: otras identidades, ideología, representaciones e imaginarios del mundo.

Cuando se trata este tema en trabajos académicos generalmente se reduce el problema a una disputa de intereses entre las discográficas y cinematográficas que protegen sus ganancias y los internautas que quieren acceder a los materiales sin restricciones. La reducción estriba en que se busca una solución al tema desde la mirada del mercado que es quien pierde dividendos, al tiempo que se deja de lado un universo simbólico de problemáticas comunicacionales ligado a las prácticas sociales generadas alrededor de los productos culturales. Estos usos que generan nuevos estatutos del capital cultural son a nuestro entender el punto a focalizar.

La diferencia contemporánea estriba en que los jóvenes en su mayoría no compran masivamente industria cultural –ni sus padres la compran para ellos- sino que se la procuran de manera colaborativa. Es importante subrayar que no se trata solamente de una preferencia: la mayoría de los jóvenes nos dice que de no haber accedido al material de esta manera no lo hubiera podido comprar. Sostienen que los discos son muy costosos, que las entradas al cine escapan de su poder adquisitivo y hasta hay casos como el de Agustina, que puntualiza preferir utilizar ese dinero para salir a comer hamburguesas con sus amigos. “Al Cine no voy tanto, fui la última vez el año pasado a ver mi película favorita, *Titanic en 3D*. Sí, fue lo mejor. Y… después nunca más… está re caro también el cine. Prefiero gastar esa plata en otra cosa, en *McDonald’s*” (Agustina, 17 años, Quilmes Centro).

Este dato es esencial porque pone de relieve el doble valor que le otorgan a estos objetos culturales: todos hacen “uso” de ellos y forman parte importante de su identidad como jóvenes, pero a la vez no le otorgan un valor monetario que deba ser pagado a como dé lugar. En otras palabras, en la subjetividad juvenil contemporánea parece subyacer la

idea de que los productos culturales no deberían ser comprados, que se procuran de modo colaborativo en primera instancia y en contados casos pagar por ellos.

Facundo sentenciaba: “Pero claro, ¿para qué lo vas a comprar si lo tenés gratis?” (Facundo, 20 años, Quilmes Centro). Como característica propia de época, se marginan los objetos culturales de otras mercancías como pueden ser los alimentos o la ropa. La industria cultural posee un valor simbólico que supera al valor de cambio y este parece ser el punto que se connota en los discursos de los jóvenes.

Agustina dice: “Tengo CDs. De los que me gustan y quiero tener, los tengo. Tengo varios, me gusta tener los CDs y truchos no me gusta tenerlos, me gusta tener el original. Y si de alguna banda o artista que me gusta, sale nuevo, me lo voy a comprar” (Agustina, 17 años, Quilmes Centro).

Asimismo, no debemos dejar de subrayar que en todo momento el tema debe ser pensado desde la dimensión de la clase social. Agustina cuenta con el dinero para comprar el CD, -los que quiere tener los tiene- o elige administrarlo de otra manera, por ejemplo en un gusto como locales de comidas rápidas. Sin embargo, otros jóvenes que no pueden comprarlos y cuentan con el dinero que le dan sus padres para necesidades básicas acceden principal y muchas veces únicamente al material descargándolo o compartido por amigos. El tema, desde una mirada macro del mercado o desde la visión micro de la más llana interacción social, se trata en primera instancia de flujos de capital económico. Sin embargo, nos interesa advertir la dimensión simbólica que trae consigo el intercambio y la acumulación de capital cultural. Es entonces cuando la hegemonía es desafiada por apropiaciones sociales devenidas en incorporaciones, hábitos y prácticas. Desde este terreno firme de lo “naturalizado” las resistencias tienen argumento histórico y devienen –mediando una lucha cultural- indefectiblemente en derechos. A la hegemonía, siempre atenta y dinámica por definición, sólo le queda contrarrestar y ceder en igual medida, procurando incorporar la posición demandante y aquietando cualquier posibilidad de cimentación contrahegemónica.

Como sea, tanto quienes pueden adquirir el original como quienes no, incorporan la práctica de la descarga y visualización en internet. Salvo en casos como el fanatismo hacia algún artista que merezca comprar su CD para tener el librito de canciones y apasionarse viendo sus fotos, parece no haber excusas para la compra del original. “Algunos los he comprado porque obviamente el CD trae cosas que uno grabado no lo

trae. Hay un bonus track o ya el hecho de tenerlo material y decir: “tengo el CD…”, qué se yo, estoy armando de a poco la colección de los CDs de *Nirvana*, de *Los Redondos*, de *Ska-P* que es mi banda favorita” (Facundo, 20 años, Quilmes Centro).

Quienes saben dicen que suena mejor el disco original, pero eso poco importa cuando en frente se encuentra la simulación de gratuidad. Además, los usos que se les daría al objeto determinan de algún modo la compra o no del CD musical. Los jóvenes escuchan su música en su teléfono móvil o en la computadora, por lo cual convierten las canciones de los CDs al formato mp3 que pesa poco y puede trasladarse en dispositivos móviles, lo que hace que de todos modos baje la calidad del sonido. En ese caso, el CD original queda obsoleto. Como sea, la música parece ser uno de los materiales más descargado y compartido por los jóvenes. Sus teléfonos contienen canciones y las escuchan en momentos de ocio, tareas escolares y no lugares. Al tiempo que no es un uso masivo en la computadora, donde ocupan un lugar importante los formatos audiovisuales, libros y videojuegos.

La descarga de material de internet se experimenta como una condición de época. Es una práctica social y como tal no se reflexiona sobre sus orígenes y no se la cuestiona. El problema es de quien se vea afectado. “Pero la mayoría, casi todos estaban en contra de eso, pero si vamos al caso, todo el mundo lo hace, no me pueden decir a mí que yo no haga ese tipo de cosas cuando esa persona también lo hace. Eso es lo que opino. No está ni bien ni mal, es algo normal, que últimamente paso” (Aldana, 16 años, San Francisco Solano).

La lucha por la hegemonía de los sentidos es evidente, los usos y apropiaciones están proponiendo nuevos modos de consumo que no necesitan el objeto CD en el caso de la música, inclusive del objeto DVD en el caso de las temporadas de series o de películas, las cuales podrían estar guardadas en formatos como .avi o .mpg en pendrives y discos rígidos de netbooks o tablets para ser vistas en estas nuevas pantallas.

Existe en la contemporaneidad una conciencia en relación a compartir materiales culturales que lo elevan a la categoría de derecho. Como ciudadanos del universo digital los jóvenes tienen la potestad de darle a conocer a sus amigos -y en otros casos a la comunidad toda- los productos culturales a los que acceden y con los cuales incrementan sus capitales culturales. La colaboración es entonces el germen del modelo

social que impera y que se contrapone a la economicista idea clásica de propiedad privada.

Las comunidades digitales –mayormente juveniles- parecen erigir sus propios regímenes de sociabilidad en los cuales compartir y colaborar se postulan como la apoteosis modélica del vivir juntos. Es cierto que estas comunidades virtuales no se encuentran por fuera ni por encima de la sociedad “presencial” y que deben ceñirse a sus reglas y leyes –más allá de los parches, obsolescencias y vacíos legales que todavía hay en materia digital. Sin embargo, lo virtual forma parte sustantiva de la sociedad, ya que allí generamos cada vez más prácticas de sentido y nos relacionamos. Por lo cual debe atenderse a los modelos que la virtualidad propone y más aún si tienen como base la solidaridad y el intento por una libertad de acceso a las más diversas producciones de información, comunicación, entretenimiento y conocimiento. De alguna manera, a una concreción de determinados derechos humanos.

4.3 LA CONSTRUCCIÓN SEMIOLÓGICA DE UNO MISMO (USOS DE REDES SOCIALES VIRTUALES)……...

4.3.1 Las técnicas de recolección de datos sobre los usos de redes sociales virtuales…….…..

4.3.2 “Me gusta”: Ser popular en *Facebook* y *Twitter*…..…..……

4.3.3 El control de la palabra….……...…….

4.3.4 Cuerpos codificados. Del *self* a la “selfie”……...…….

4.3.4 Habilidades concomitantes……..……..

4.3 LA CONSTRUCCIÓN SEMIOLÓGICA DE UNO MISMO

Desde la aparición de Internet y más específicamente en 1990 con la *World Wide Web* y su posterior apropiación social, se han producido nuevas formas de nombrar prácticas sociales cotidianas, como han nacido otras que debían ser nombradas. En este devenir semántico, la idea de “lo virtual” tomó una nueva forma. Lo virtual fue re-significado, y lo es todavía en numerosas publicaciones, como lo opuesto a lo real. Una aberración lingüística y semántica que supone a lo virtual por fuera de la realidad –si es que algo así como “lo real” pudiera ser definido[71]. Por su parte, Pierre Levy (1998) define a la interface como una superficie de contacto de dos dimensiones de realidad.

Ahora bien, en este escenario virtual se han producido –y se producen- prácticas comunicacionales novedosas y residuales, muchas de ellas resistentes a una hegemonía comunicacional imperante en los demás medios. En este, plataformas y espacios virtuales proponen al usuario transformarse en su propio narrador. Las redes sociales virtuales son el primer y más completo ejemplo, pero también los foros o blogs personales, la mensajería instantánea y los chat permiten y propician de algún modo una construcción semiológica de uno mismo.

De ello que tomaremos como escenarios de análisis dos plataformas virtuales con evidente grado de masividad y popularidad entre los jóvenes: *Facebook* y *Twitter*[72].

---

[71] Para no incurrir en una discusión sobre cuáles son los límites de lo real, propósito que excedería los límites de un trabajo en Comunicación, supondremos como intuición filosófica que incluye todo lo material, simbólico, pensable y sensible, prácticamente no dejando fuera experiencias y tampoco creaciones culturales y comunicacionales como pueden ser las interacciones en la Web, conocidas en esta oportunidad como la definición más difundida de “lo virtual”.

[72] Otro espacio de construcción de mensajes sobre uno mismo es el servicio de mensajería instantánea, específicamente *Messenger* (*MSN*), absorbido por *Skype*. En este chat privatizado también se completa un perfil al estilo red social virtual, pero la principal aplicación es la de chat. Donde se coloca una fotografía,

Facebook es un espacio virtual que nació el 4 de febrero de 2004 con el fin de conectar círculos de pertenencia, compartir textos, fotografías y comunicarse vía chat de manera cerrada. Es decir, solamente quienes sean aceptados como "amigos" pueden ver y compartir información. Por definición se trata de una red social virtual, esto implica que es una plataforma donde un usuario crea una cuenta -llamada perfil- y desde allí, mediante un nombre de usuario y contraseña puede acceder y compartir a la publicación de textos, fotografías, videos y enlaces con otras personas. En esta red social virtual se agregan datos personales al perfil público, entre los cuales se encuentran el nombre, la fecha de nacimiento, el lugar de nacimiento, el lugar de residencia, entre otros datos de estudio y laborales. Asimismo se coloca una fotografía como imagen personal.

Dadas las infinitas posibilidades de constitución de una imagen pública en la red social virtual, es interesante observar este uso en términos de construcción de uno mismo atendiendo a la dimensión de los significados.

Para septiembre de 2012 en Argentina había 20.048.100 perfiles de *Facebook* abiertos, esto equivale casi a la mitad de la población total del país[73]. Este uso masivo de las redes sociales virtuales tiene que ver con lo que algunos teóricos llaman el paso a un uso "envasado" de Internet. En contraposición al uso "abierto" de los buscadores y los blogs (Caro y Selva Ruiz, 2012: 257). Estos tienen lugar en un espacio donde cualquier internauta puede acceder, los de uso cerrado están ligados a aplicaciones a las cuales se ingresa mediante registro. En este sentido, los espacios abiertos se configuran alrededor del conocimiento, de la búsqueda y el intercambio de información, mientras que los cerrados ofician como un espacio público-privado donde principalmente expresar emociones.

Twitter fue creado en 2006 y se trata de una red social virtual al estilo microblogging donde se pueden expresar pensamientos o ideas en no más de 140 caracteres. Asimismo

---

un apodo o *nickname* y una frase a modo de *subnick*. A su vez, se permite en el lugar del *subnick* mostrar las canciones que se estén escuchando en la computadora si se conecta *MSN* con el *Reproductor de Windows* o con *Ares* (software de descarga de canciones y videos). En estos espacios (imagen de perfil, apodo o *nickname* y texto como *subnick*) se juega la construcción de sentido en *MSN*.

Los jóvenes entrevistados hacen mención a estos chats y cuentan con quiénes chatean. Generalmente se trata de familiares y amigos que viven lejos. Para fines expositivos creímos pertinente no profundizar en estas plataformas, que aparecen como transversales en estos usos y en los de videojuegos. En los anexos se encuentran las entrevistas completas donde poder ver estas referencias.

[73] Datos extraídos de Internet World Stats. Disponible en: http://www.internetworldstats.com/stats2.htm (Consultado el 22 de abril de 2014).

se pueden adjuntar fotografías y realizar una twittcam: hablar con los seguidores mediante video en vivo.

Hasta hace poco tiempo no era utilizado masivamente por jóvenes, ya que los usos sociales que se le dieron a *Twitter* en sus comienzos tenían que ver con lo periodístico, al tiempo que era empleado fundamentalmente por famosos que posteaban breves comentarios sobre su cotidianeidad dirigidos hacia sus fans.

En la actualidad, las juventudes son los principales usuarios de estos espacios, pero también, dependiendo las temáticas, diferentes rangos etarios participan de estos usos. Por parte de los jóvenes se desarrolla una serie de actividades concomitantes con la aparición en el espacio virtual. Entre ellas se encuentran la creación de un nombre o *nickname* y de frases que lo acompañan (*subnick*), la denominación de los amigos como familiares, la mentira, la exageración y la construcción mediante el retoque digital de la imagen de uno mismo. Esta dimensión viene acompañada de un aprendizaje de habilidades alrededor del *software* para modificar fotografías y videos.

Al ser masivos, en eterna construcción y habitados por numerosos jóvenes, en estos espacios se producen negociaciones de sentidos ante el sistema, la cultura adulta y los pares.

Elegimos hablar de una "construcción semiológica de uno mismo" a pesar de que en la bibliografía especializada se mencionan generalmente estos procedimientos como "construcción de la identidad" en estos espacios. Consideramos que "identidad" se trata de un concepto complejo, preexistente y prevaleciente a una construcción semiológica de uno mismo en lo virtual, por eso tampoco hablamos de "identidad virtual" sino más bien que nuestra reflexión gira netamente en torno a lo simbólico. Desde ya que creemos que esta construcción semiológica –de sentido- en las redes sociales virtuales actualizan, muestran, visibilizan, determinados aspectos de la propia identidad. De allí las elecciones lingüísticas en texto, fotografías y audiovisual para presentarse en internet. Sin embargo, no queremos caer en una reducción del concepto al cual entendemos como multidimensional ya que atiende a diferentes variables de gusto, moda, conocimientos y relaciones. Coincidimos entonces con autores que hablan de una "traducción" de la identidad en estos espacios (Caro y Selva Ruiz, 2012: 264).

4.3.1 LAS TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS SOBRE LOS USOS DE REDES SOCIALES

Abordar el estudio de los usos de determinadas plataformas de Internet por parte de jóvenes puede tornarse complejo a raíz de la accesibilidad. Los chats, foros, mensajería instantánea pueden revestir su complejidad en cuanto son actividades privadas las cuales se realizan de uno a uno. En algunos casos los jóvenes manifiestan que chatean y emplean estos programas en presencia de amigos de confianza quienes pueden ver no solamente sus conversaciones, sino también su lista de contactos y las relaciones que generan con ellos. Sin embargo, para el investigador que no tiene esa confianza (si la tuviera, la investigación también sería otra) le resulta difícil acceder a información de primera mano. Por ello, podemos referir a usos de chats y mensajería instantánea a través de los testimonios de los jóvenes.

Diferente es el caso de las redes sociales virtuales. En estos casos, el investigador, luego de entrevistarlos (esto implica conocerlos cara a cara) en algunos casos accede a sus perfiles de *Facebook*. Allí, podemos ver su actividad, sus modos de relacionarse y los modismos de lenguajes empleados. Además de datos numéricos como la cantidad de amigos.

Las entrevistas cualitativas son el eje principal de la investigación, por lo cual los testimonios ocupan un lugar destacado, funcionando como disparadores de los temas a tratar y de las articulaciones con la teoría.

Finalmente recurrimos a capturas de pantalla de las redes sociales virtuales para evidenciar de manera gráfica las temáticas que tratamos.

Asimismo cabe señalar que la totalidad de los entrevistados expresó usar *Facebook*, por lo cual ejercen por sobre-acción o por manifiesta omisión construir una imagen de ellos mismos en internet. Esto también se traducirá en el apartado en una amplia participación de los testimonios ya que como ningún otro de los usos presentados, todos los entrevistados tuvieron algo que decir.

Intentaremos analizar en qué términos se realiza la construcción semiológica de uno mismo en los perfiles. Las frases que emplean para describirse, las formas de relacionarse con amigos, las fotografías que usan como imagen de perfil y los mecanismos de construcción de esas imágenes son los puntos esenciales de este apartado. Para ello nos focalizaremos en primera instancia en bibliografía especializada.

Asimismo, para el análisis nos valdremos de determinados elementos de la semiología barthesiana, la cual nos provee herramientas eficientes a la hora de reflexionar sobre lenguajes. Conceptos específicos creados para analizar el cruce entre el lenguaje escrito y el icónico serán empleados como prismas ante realidades contemporáneas, con plena conciencia de la lejanía de cuando fueron acuñados aquellos conceptos, pero interpretados como plenamente vigentes por tratarse de reflexiones originales en su momento y por ser elementos semiológicos estructurales, que permiten la adecuación a múltiples objetos que guarden relaciones de continuidad en sus puestas en práctica.

4.3.2 "ME GUSTA": SER POPULAR EN *FACEBOOK* Y *TWITTER*

> Hay competencia en ese sentido, cuantos más amigos tenés, supuestamente, más popular sos. Es como la foto, cuanto más "me gusta" tenés, mejor sos, te conoce todo el mundo. Muchas veces lo hacen porque lo conocen y es buena onda y otras porque te piden "me gusta", te mandan un mensaje pidiendo me das "me gusta" a mi foto (Aldana, 16 años, San Francisco Solano).

La cantidad de amigos en *Facebook*, los seguidores en *Twitter*, los "me gusta" y "retwitteos", y por supuesto los comentarios atraídos, se traducen de algún modo en popularidad. Los jóvenes tienen conciencia de este uso y se dividen entre quienes cuentan con muchos amigos en las redes sociales virtuales, los conozcan en la vida presencial o no, y quienes cuidan la intimidad virtual y no aceptan a quienes no conocen en persona.

Desde la Psicología se está comenzando a investigar sobre la "adicción a las redes sociales" y las preguntas giran sobre el rol de las amistades de internet. Los psicólogos españoles Echeburrúa y De Corral (2010) sostienen que "el anonimato produce terror, del mismo modo que asusta la soledad. Las redes sociales son el espantajo que aleja el fantasma de la exclusión: se vuelcan las emociones, con la protección que ofrece la pantalla, y se comparte el tiempo libre. Uno puede creerse popular porque tiene *listas de amigos* en las redes sociales" (Echeburrúa y De Corral, 2010: 92).

Cuando se les propone a los jóvenes reflexionar sobre "la cantidad de amigos" de *Facebook*, quiénes son, de dónde los conocen, si los vieron alguna vez en persona,

cuáles son las consideraciones para aceptarlos como amigos o para enviarles solicitudes de amistad; como puede presumirse, los criterios son variados.

En un abanico de posibilidades se encuentran en primer lugar quienes aceptan a todo aquel que le envíe solicitud.

> Tengo casi setecientos amigos. **Los veo y agrego nomás.** Mitad y mitad. Agrego y me agregan. Gente que la conozco ahí en el *Facebook*. Hay veces que hay algunas personas que viven acá cerca y las puedo conocer tranquilamente, pero después hay otra de Córdoba, de Capital conozco a pocos. Pongo video y ponen "me gusta" y eso, gente que no conozco pone que le gusta. Pero conocer, no conozco a nadie que agregué y la haya conocido. Tengo a mis primos, que hablo más por el *Facebook* o por el *MSN*, que los veo. Porque hay dos primos que viven lejos, no los veo muy seguido. Los de mi escuela los tengo en el *Facebook* y sí los veo siempre. Y ahí también con los que entreno fútbol también tengo *Facebook*, que me hablo (Lucas, 14 años, Villa La Florida).

> En *Facebook* publico cosas, frases, estados de ánimo, arreglo para verme con amigos del secu, juego al *Farmville*, al *Cityville*, subo fotos. Tengo más de 2000 amigos, a todos no conozco, **son amigos de amigos,** tengo de estar aburrido y agregar, para jugar agregaba más. Convengamos que a 1800 maso los conozco. Son de todas partes, de otros países, provincias, ciudades. De la escuela son casi 500, del coro 100, de la facu otros 100, parientes deben ser 70/80, después de los viajes con el coro ni me acuerdo cuantos (Jeremías, 22 años, Quilmes Centro).

> No sé, debo tener mil amigos, ponele. Y… a cuatrocientos, más o menos, conozco. Conozco bastante porque, básicamente, la mayoría son todos de la cancha, a veces tengo un par de la hinchada. **Tengo gente que no conozco, la mitad ni hablé. No sé, (risas). Yo acepto** (Federico, 20 años, Quilmes Centro).

> Tengo bastantes amigos. Más de mil seguro. Tengo tantos amigos por cuando empezó todo el tema de *Facebook*, los juegos… **vos agregabas gente para jugar** a los juegos de *Facebook*… el *Pet Society*… y cuando empezaba yo no tenía mucha idea de lo que hacía. Y entré a ver la lista de amigos y empecé a eliminar eliminar eliminar, pero son tantos que no termino más y los dejo ahí (Joaquín, 15 años, Quilmes Centro).

> Y, la verdad… no tengo idea, pero debe haber… qué se yo, 400 personas. De las cuales, conozco a, se podría decir, que a más de la mitad. Pero porque también el tema de ir a la cancha y demás te llegan solicitudes. No soy de agregar gente. Muy rara vez. Y si agrego a alguien es alguien que conozco. **Te llegan solicitudes,** son todos hinchas de Quilmes porque sé que de algún lado los tengo.

> Desconocidos creo que no, porque no tenemos nada en común (Facundo, 20 años, Quilmes Centro).

> Doscientos amigos, por ahí, tengo. Personalmente conozco a ciento y algo (Risas) por ahí. **Te mandan solicitud,** porque a algunos los veo de vista nomás pero no me hablo. Tengo solicitudes que todavía no acepté, ni sé ni quiénes son. Por lo general, los que no tienen casi fotos, nada, no mando, no los acepto (Talía, 14 años, San Francisco Solano).

> Tengo doscientos ponele. **Conozco a cien, la mitad, los otros son aparecidos,** aparecen, te mandan (Natalia, 16 años, San Francisco Solano)

> **Me mandan solicitudes y es a ver quién es, ponerme a mirar las fotos y lo aceptas a ver que te dice** pero son esas personas que te agregan pero no te hablan. Entonces es como, empezar a eliminar gente, si no te habla lo eliminas, si no te habla lo eliminas. Yo he eliminado alrededor de quince personas que no me hablaron, también era de que me hablen y no le contestas porque como no te conozco, entonces era un hola cómo estás bien y vos, de dónde sos y ahí no te contestaba más y los borraba, los bloqueaba porque ya son datos personales lo que te piden. Por amigos en común o conoces, si tenés fotos con personas que ellos conocen también (Aldana, 16 años, San Francisco Solano).

> Igual ahora tengo… agregué poquitos porque vi el sábado un par de pibas. La agregás y algunos me agregan, **si son pibas las agrego sí o sí** (Leandro, 15 años, Villa La Florida).

Por otra parte se encuentran quienes aceptan, pero se fijan atentamente quiénes son estos contactos.

> En *Facebook*… ponele… redondeá en 500 o 600. Conozco en persona a 100, 120. El resto **son amigos de amigos.** O sea, los veo también, pero no es que tenga una conversación con ellos. Yo me fijo bien la persona. Aparte yo lo tengo todo protegido, no me gusta. El tema de la seguridad es muy importante para mí. Tengo todo protegido porque no me gusta que nadie me vea, alguien que no conozco, no me gusta. Me fijo bien si alguien conocido que yo tenga, lo tiene. Me fijo el perfil, todo; y a veces lo acepto, y a veces no. Depende (Agustina, 17 años, Quilmes Centro).

> Doscientos veinte, por ahí. Debe haber como veinte personas que no conozco. **“Amigos de”, “me gustó el muro y lo agregué”,** o… o, no sé, por ahí hay

> gente que agregué de haber sacado de otro amigo en común, no sé, me gustó la foto y por ahí me pareció, no sé, mandarle un mensaje y le mandé. No sé, así. Pero esas veinte personas, no sé. Ponele, a los demás aunque sea haber entablado una conversación una vez mínimamente, sí (Lautaro, 17 años, Quilmes Centro).

Finalmente están quienes no aceptan a quienes no conocen presencialmente.

> **No suelo aceptar a la gente que no conozco.** O sea, no suelo aceptar a gente que no conozco, pero admito que a veces acepto gente que tengo muchos amigos en común, pero después lo conozco. O sea, técnicamente los termino conociendo. O, por ahí, me conocen. Me dicen: "che, te conozco de tal lado", y yo por ahí no. Pero después los veo y: "ah, ¿qué hacés? ¿Todo bien?". Los termino conociendo (Nair, 18 años, Quilmes Centro).

> Y debo tener un poco más de cien amigos. **Hay algunos que tienen como mil quinientos porque le aparece ahí a un costadito y pone agregar** (Nicolás, 16 años, Bernal Oeste).

> A la mayoría de los amigos de *Facebook* los conozco. **No suelo aceptar,** quizás, si no conozco. Por ahí vi, no sé, una sola vez a la persona pero, bueno, la agregué (Marina, 20 años, Don Bosco).

> Yo tengo mis compañeros de colegio que son con los únicos con los que me relaciono, que los tengo agregados y que son los únicos con los que me hablo, después **con los desconocidos no me hablo demasiado** (Aldana, 16 años, San Francisco Solano).

> Yo creo que una persona que tiene 100 amigos es diferente a una persona que tiene 1000. **Porque esa persona que tiene 100 preserva más la privacidad** y se reserva para los amigos verdaderos, los conocidos verdaderos y no agrega a cualquiera. El que tiene mil… ¿cuántas personas conocen mil? (risas). Y después están las minas que se sacan fotos y esas cosas, están ahí mostrando todo, y decís "nena, dejate de joder" (Facundo, 17 años, Villa La Florida).

Entre las variables puestas en juego aparece una doble concepción de la importancia de la privacidad-intimidad ligada a quiénes se aceptan como amigos. Por una lado están quienes no le otorgan relevancia, no creyendo que pueda tener consecuencias negativas aceptar contactos desconocidos y que estos vean sus datos personales y sus imágenes.

Por otro lado se encuentran quienes se fijan atentamente quién le envía solicitud de amistad antes de aceptarlo o solamente aceptan a personas que conozcan presencialmente.

En un terreno intermedio se encuentran aquellos que se conocen de lejos, se vieron una vez, se comparte una afición “son del coro”, “de fútbol”, “de la cancha”.

Asimismo, se vislumbra que es principalmente un espacio de continuidad de las relaciones presenciales. En cuanto a familiares, como primos, o compañeros de escuela con quienes se comparte gran cantidad de horas semanales, la relación continúa chateando o compartiendo información por *Facebook* en horarios fuera de reuniones o de clase. Esto funciona como una omnipresencia relacional que se sitúa como índice subjetivo de época: aquel a quien quiero –y por ende a quien le cuento mis cosas- está presente aún en la ausencia.

Por su parte, los desconocidos son agregados mayormente por ser “amigos de amigos”, “quienes me mandan solicitud y acepto”, “aparecidos”. Estos contactos que también “le ponen “me gusta” a las cosas que posteo” forman parte de una comunidad de sentido netamente virtual. Es decir, que solamente se expresa en imagen simbólica: icónica –fotografía- o escritural.

En otro terreno donde se despliega la popularidad es en la de los “eventos de *Facebook*”. Esta aplicación trata de la posibilidad de crear un espacio para promocionar una reunión o festejos en donde se agregan los datos del lugar, horario y quién organiza. Desde allí el “administrador del evento” envía las invitaciones. A su vez, se deja liberado generalmente para que los invitados puedan enviar invitaciones a sus amigos, pudiendo generarse eventos multitudinarios. En este sentido, contar con *Facebook* implica también enterarse y ser invitado a eventos. En algunos testimonios aparece la valoración de la plataforma para este uso:

> A *Facebook* lo cerraría, lo único por lo que no lo cerraría sería por el tema de ver fotos, de ver los momentos que pasaron, cosas así, porque después para otras cosas no lo uso. Aparte me sirvió para conocer toda la gente de Quilmes que conozco, por ejemplo. O también te sirve para darte cuenta de cuándo hay eventos de algo, sobre salidas… Porque ponele, no tenés ni *Facebook* y no te enterás, hay casos (Joaquín, 15 años, Quilmes Centro).

Un caso de notoriedad entre los jóvenes son las fiestas creadas por *Facebook* llamadas "Freak". "Corte que vamos todos a la joda que todos los sábados hay "Freak", "Freak 5", corte que se arman jodas en las casas, en Varela, en todos lados. Ahí conozco y por ahí te agregan" (Leandro, 15 años, Villa La Florida).

Leandro nos cuenta de qué se trata y qué lugar tiene la red social virtual en la conformación de estas reuniones.

> El Freak 5 sería corte una joda, pero para ponerle nombre. La 5 fue la última que se hizo, después está Freak 6, Freak 7. Fue Fer Lastra, que hizo Freak. Y ahí empezaron todos a hacer Freak. Un pibe que la hizo en la casa y después todos se copiaron el nombre y lo hacen ellos. Se hace una página, se hace un grupo y vos entrás y te hacen corte administrador y empezás a etiquetar a la gente que querés y a ellos solos les llega. Entonces ahí ponen asistiré (Leandro, 15 años, Villa La Florida).

En primer lugar, la popularidad alcanzada mediante una seductora construcción semiológica de uno mismo puede derivar en reconocimiento presencial, en ser desde invitado a un evento o ser administrador y anfitrión exitoso, como el caso que nos contaba Leandro.

Asimismo, el dato interesante de estos casos es que la virtualidad pasa al ámbito de la *presencialidad*, como fin buscado, desmitificando el aislamiento y ensimismamiento juvenil ante las tecnologías. En este caso al menos no son suplidoras de la experiencia: los índices identitarios que ofician en la construcción simbólica de uno mismo provienen de la *presencialidad* y a la vez hacia allí van las reuniones donde "conocer gente" es la idea principal.

Por último en esta plataforma existe otra aplicación donde relacionarse, generar adhesiones y empatía. Se trata de las páginas y los "grupos de *Facebook*". Estos son espacios creados por los usuarios para agrupar personas con un interés en común –como vimos los grupos de las materias en los usos escolares. En este sentido algunos entrevistados nos relataron usos de los grupos para interactuar y conocer personas con las mismas aficiones.

Marina nos cuenta su experiencia siendo fan de una banda musical poco conocida en Argentina y la posibilidad de haber encontrado a otros seguidores y entablar una amistad.

> Me gusta una banda que se llama *Sleeping with sirens*. Conozco tres chicas que les gusta también y armamos una página en *Facebook* como para juntar los fans argentinos y ahora tiene como cinco mil "Me gusta". Estamos por llegar a los cinco mil, así que se está poniendo bueno. Pero es divertido; y, yo que sé, de vez en cuando nos juntamos y conocemos a otras personas. Organizamos, igual, somos tres, pero hay una que es de Córdoba, así que a esa no la vemos muy seguido. Pero nosotras dos, las que quedamos acá, organizamos en Capital. Ya hicimos dos –porque hace dos años que está la página- hicimos dos juntadas y, nada, fueron bastantes. Seríamos en la primera diez y en la segunda quince, por ahí. No sé, la pasamos bien y después quedamos en contacto, ahí, en *Facebook*; y, quizás, para vernos de nuevo; o para, mismo cuando vengan, ir a ver los recitales.
>
> Es que pusimos como que los que quieren estar en el grupo se tienen que inscribir con los datos, más porque… ¿viste las productoras que contratan a las bandas? Cuando viene la banda le da como, no sé, al fan's club…
>
> La banda la conocí en *YouTube*. Estaba viendo también un video de música, algo así, y me apareció a la derecha. Eran dos chicos haciendo un acústico, y abrí, y después me gustó, y puse la banda después. Era como bastante a los principios, un video nomás habían sacado (Marina, 20 años, Don Bosco).

En el mismo sentido, Marina nos cuenta otra experiencia siendo "administradora de un grupo". Esta vez relacionado a una actividad deportiva.

> Después tengo… armé un grupo… porque yo ando en rollers y en Capital, realmente, íbamos yo –mi mamá también anda en rollers-. Bueno, ahí conocimos a varias personas porque hay un grupo de rollers ahí que te enseñan gratis y se llama "PatínEnLínea", es como la comunidad de los que andan en rollers en Buenos Aires. Y, entonces… bueno, bastante tiempo fuimos. Conocimos varias personas ahí también, los agregamos a *Facebook*. Siempre nos escribíamos: "¿vas hoy a Madero –por ejemplo- a andar?", y nos encontrábamos ahí para andar. Y, bueno, después acá en Quilmes pensamos: "deberíamos armar un grupo para juntarnos acá en Quilmes a andar". Si bien vamos a Capital quizás, no sé, algún domingo querés salir a andar, para no salir a andar sola. Entonces, armé un grupo que se llama "Quilmes/Bernal Roller" –también es un grupo cerrado-, y ahí seremos, no sé, ciento ochenta. Pero no salimos tantas veces, habremos salido seis veces, pero está el grupo ahí como para organizar salidas para salir a andar también. Te digo doscientos y capaz tengo trescientos, no sé (Marina, 20 años, Don Bosco).

Por su parte, Micaela conoce gente afín a su gusto musical mediante “páginas de *Facebook*” estas son las que promocionan a los famosos –ya sean músicos, actores o cualquier figura de la industria cultural.

> Para hablar con la gente, con mis compañeras, gente de otro país. Primero, los conoces por páginas que administras o cosas así. Yo conocí a gente de México o si no te agregan porque les gusta el mismo grupo que vos escuchas y cosas así. En páginas de música, de *Black Veil Brides*. Y ahí conoces a otros administradores y como que hablas de la página que administras y todo eso (Micaela, 14 años, San Francisco Solano).

Otro caso es el que nos cuenta Federico. Con algunos amigos son administradores de una página de *Facebook* llamada “El Tablón QAC” sobre el Club Quilmes y allí desarrollan mediante la imagen y el texto una actividad que podría calificarse de periodística.

> Tenemos una página en Face, se llama “El Tablón QAC”, y ahí subimos todas las fotos que vamos sacando. Le ponemos la marca de agua, digamos, y ahí la vamos subiendo. La gente se re ceba con eso y a nosotros nos sirve. Para mi caso que yo quiero ser fotógrafo es una práctica. Y siempre le vivo robando información a las páginas oficiales de Quilmes. De algún lado la tengo que sacar, periodista no soy… Estamos hace menos de un mes. Empezamos antes de Platense. ¿Con quién jugamos antes de Platense? No me acuerdo. Dos antes de Platense fue que empezamos con “El Tablón” (Federico, 20 años, Quilmes Centro).

Como red social virtual vemos que *Facebook* propone diferentes espacios de socialización y búsqueda de popularidad, adhesión y compañerismo (perfil, grupos, páginas, eventos). Dados los usos específicos que nos cuentan, el espacio es exitoso en cuanto brinda aquello que los jóvenes procuran: encontrar allí a un otro que comparta su afición, sus gustos y, en consecuencia, se reconozcan mutuamente. El “me gusta” (MG) es en este escenario un dispositivo lingüístico moderno y exacto. En su enorme elocuencia metafórica significa empatía, seguimiento y el acuerdo con el otro. Hemos leído “estados de *Facebook”* donde los jóvenes proponen: “MG y te mando un beso”, “MG y te comento”, “MG si tengo chances con vos”. Donde vemos que de tan imperioso para la concreción comunicacional, el “me gusta” llega a pedirse y se

posiciona como el mayor índice de popularidad. El cual completa, desde la decodificación, la efectiva construcción semiológica de uno mismo.

En *Facebook* se desarrollan varios usos relacionales. Ya sea en la modalidad "perfil" en la que se actúa como "amigo" y el otro también lo es. En los eventos donde se puede tomar el rol de "administrador", "invitado" y poder a su vez "invitar" a otros miembros. En los grupos donde también existe el rol de administrador o se puede simplemente ser miembro pudiendo agregar a otros miembros y posteando comentarios en el grupo. Finalmente, en las "páginas" donde se "sigue" a la banda, persona o producto de la industria cultural o deportiva del que se sea aficionado.

En *Facebook* además de un nombre, la escritura tiene lugar en los "estados". Sin embargo, es en *Twitter* como espacio privilegiado para verter ideas en pocos caracteres, donde se despliegan una serie de estrategias para conseguir "seguidores" y ganar popularidad mediante el lenguaje escritural.

Twitter tuvo en un primer momento una apropiación profesional por parte de periodistas y también de famosos que dedicaban a sus seguidores frases de saludo o contaban lo que estaban haciendo en ese momento. La plataforma verifica la identidad de estos *celebrities* por lo cual los seguidores confían en que detrás de la computadora se encuentra su ídolo.

> *Twitter* yo lo tengo hace un montón, antes de que se popularice. Porque tengo una ídola que "tuitea" mucho, ahora no. Demi Lovato ¿La conocés? Y… porque se inició más que nada porque los famosos "tuiteaban" y a los chicos seguidores como que les contestaban. Y ahora lo usan para cualquiera básicamente, pero perdió ese sentido, de que era sólo para eso al principio. Ahora no es para eso. Twittea cualquiera, cualquier cosa y hay "famositos" que saltan de la nada, y que no sabés de dónde salieron. Igual que en *Facebook*. Y… no sé… se hacen "famositos de la nada". Cualquiera (Agustina, 17 años, Quilmes Centro).

> Está el que tiene el *Twitter* para seguir a famosos y es cholulo. Pero, a ver... ¿qué te podés informar de un famoso? (Facundo, 20 años, Quilmes Centro).

Fuera de estos usos específicos, al tratarse de una red social virtual *microblogging* que permite una escritura breve -160 caracteres- de "twitts" y no muchas más aplicaciones –fotografías, video, enlaces- no fue muy popular ante los jóvenes, quienes preferían *Facebook* que supone un uso más diverso. Hace unos años, los jóvenes comenzaron a

realizar usos de *Twitter*. Existen quienes lo usan cotidianamente, como nos mencionan Joaquín, Agustina y Aldana.

> *Twitter* lo uso bastante. Cuando me levanté twitteé que me deprimía levantarme y que todavía sea de noche, que esté oscuro. Más que nada para no aburrirte… aparte yo lo uso para no perder el hábito de escribir palabras o tratar de expresarme de una forma más compleja. Aparte está bueno para cuando no sabés que hacer y tenés ganas de escribir. El año pasado se empezó a usar *Twitter* en gente de la adolescencia porque antes era más para mayores. Tengo mil cuatrocientos veinti pico de seguidores y sigo a novecientos (Joaquín, 15 años, Quilmes Centro).

> En *Twitter* pongo cualquier cosa. Para divertirme lo uso más que nada. Ponele que sigo, número redondo, 580, y me deben seguir 1000 y pico. Pero que me sigan muchos no significa que van a retwittear todo. Alguna vez me retwittearon mucho… Eh… creo que eran de *hashtags*. Uno era… algo de la adolescencia. Y yo puse: "#SerAdolescenteEs ser feliz un minuto y deprimirte al otro", o algo así. Y después los otros eran muy estúpidos, siguen la misma línea, era muy tonto mi "tuit". Igual ahora no lo estoy usando mucho (Agustina, 17 años, Quilmes Centro).

> *Twitter* tengo, se utiliza ahora más que *Facebook*, es más, todos tienen *Twitter* ahora. Muchos dicen que es para tirar indirectas, o para hacer lo que se hace en el día. Pero yo cargo a mis amigas mediante eso, pongo el nombre de mi amiga y luego lo que estamos haciendo o subo imágenes también cargándola a ella, así, lo hacemos entre nosotros o publicar pedazos de canciones, frases, o cómo te sentís en el momento de vez en cuando. Así que, eso es lo que hago mayormente en el *Twitter*. Me siguen 370 y sigo a 410 (Aldana, 16 años, San Francisco Solano).

En otro nivel de uso están quienes lo emplean como seguidores, no twitteando demasiado, pero al contar con la cuenta pueden leer los twitts de los contactos a quienes siguen y de este modo contar con información.

> Yo al *Twitter* no lo uso casi nunca. No es que vivo twitteando: "vi un pajarito", ni nada, porque hay gente que lo hace, realmente. Lo uso para mirar, más que nada, lo que todo el mundo comenta o dice cosas, o mismo los compañeros… No tengo muchos seguidores –creo que son treinta y ocho, por ahí- y sólo tengo a sesenta personas más o menos, y "twitts" debo tener mil y algo en tres años.

> Desde los catorce tengo *Twitter*. En comparación a otras personas, no es nada (Lautaro, 17 años, Quilmes Centro).

> Tengo *Twitter*, lo uso poco. Para ver qué ponen los demás y me río, pero mucho no entiendo eso, todo eso. Pero, sí, lo miro pero para enterarme de cosas nada más. Como, generalmente, para buscar a alguien, ¿entendés? Si no tenés *Twitter* es mucho más complicado. Porque si no tenés *Twitter* y querés ver lo que pone otra persona; al no seguirla, no lo podés ver o te dicen: "no te podemos mostrar tal cosa". Entonces, sí o sí, prácticamente que te obligan a crearte una cuenta (Facundo, 20 años, Quilmes Centro).

> *Twitter*, antes usaba. Y hace… lo dejé de usar hace un año más o menos. Y porque, no sé, me aburrió, tenía unos cuantos seguidores, unos cien tenía. Y yo estaba siguiendo a unos doscientos más o menos. No entré más, lo dejé ahí (Nicolás, 16 años, Bernal Oeste).

> No me llama mucho la atención *Twitter*. Es mucho para quilombo. Porque se bardean entre ellos y como si haces algo, te quedas en el medio y corte vos estás de parte de este o vos estas de parte del otro. Y aparte a mis compañeros no les interesa mucho ni *Facebook* ni *Twitter*, la mayoría no tienen, así que. No, no me daría porque, si tenés que socializar con una persona es medio complicado, prefiero estar con mis compañeros y hablar. O vas ahí y hablas de *Twitter* y el otro no tiene, no sabe qué es y cómo usarlo (Micaela, 14 años, San Francisco Solano).

Cuando Micaela dice que el uso de *Twitter* "es para quilombo" se refiere a que se discute por allí. Este sentido, existen usos de *Twitter* que generan controversia porque la interface hace posible animarse, no solamente a declaraciones de amor, sino a expresar enojos muchas veces con nombre y apellido o incluso "etiquetando" a esa persona y en consecuencia enviándole un mensaje a su perfil. El relato de Lautaro no da cuenta de un ejemplo sobre este tipo de situaciones de disputa entre sus compañeros de colegio.

> Ayer ya pasó algo y ya… en el colegio mismo, cuando están con el teléfono, ya se tiran cosas. Están a dos metros y se están tirando… ponele, ayer pasó que se tiró un comentario, estando el profesor adelante, y como que a la chica le gustaba. Entonces, quedó como que le gusta el profesor, no sé qué, y la re mandó al frente. Entonces, la piba se enojó y empezó a tirar "twits". La otra también. Entonces, es un conflicto tipo… puterío… (Lautaro, 17 años, Quilmes Centro).

> Lo viven usando. Todo el tiempo. Es más, hasta se arman discusiones. Se tiran indirectas, de todo. Pasan un montón de cosas ahí. No se dicen algo en la cara, pero se tiran "twitts" que son más directos que cualquier otra cosa e indirectamente también. Pasó algo en el aula y, tal cosa, "matate", no sé; y lo ves, y yo me doy cuenta de quién es para quién es. O se tira otro. Sin el nombre igual, pero se tira otra cosa. Se tiran indirectas entre ambos. Es raro que se pongan el nombre, depende quién seas (Lautaro, 17 años, Quilmes Centro).

> Cada tanto. Más que nada entrás para mirar y para ver… Ya te digo, no soy de estar armando las peleas. Soy más del que mira y le gusta el chusmerío (risas). Tiene que haber espectadores (Lautaro, 17 años, Quilmes Centro).

> Se ven cara a cara también. Hay veces que sí. Depende la persona, la personalidad. Hay gente que es puro teclado, que está todo el tiempo hablando por *Twitter*, y después te ven la cara y se comen los mocos. No te dicen nada. Entonces, es como… depende la persona, si tiene personalidad como para venir a confrontar (Lautaro, 17 años, Quilmes Centro).

En líneas generales los usos buscados en *Twitter* también participan de una construcción semiológica de uno mismo en el momento en que se expresan índices de la propia identidad. Se sigue al ídolo mostrando en el espacio público virtual los gustos musicales, audiovisuales, deportivos y políticos; se expresan emociones y se dedican frases a conocidos de manera directa –etiquetando-, y "cargando" a los amigos; o indirecta, a modo de declaración encubierta de amor o de enojo. A su vez, como dice Lautaro se necesita de espectadores. De ello, que un uso habitual sea el de ser "seguidor", tanto o más que el de ser seguido.

Por su parte Marina expresa que se usa como diario íntimo. Un punto interesante que puede producir una comparación con el universo de lo analógico. En este sentido se pone de manifiesto lo imperioso de narrarse, es ahí cuando la comunicación se presenta como necesidad y las redes sociales virtuales contemporáneas como posibilidad de exhibirse.

4.3.3 EL CONTROL DE LA PALABRA

La batalla por la hegemonía de los sentidos -lo reafirmamos aunque sea tautológico- tiene lugar a través del lenguaje. La construcción de un léxico propio se traduce en una propia cultura. Los jóvenes participan de este proceso y lo desarrollan entre pares y por

oposición a la cultura adulta. Estos modismos propios del lenguaje juvenil, con diferencias en las palabras empleadas, existen desde que existen los jóvenes. Las maneras de socializar intra-grupales ofician como un reconocimiento y como uno de los índices más destacados de su identidad.

En los ámbitos digitales donde se hace uso de la palabra escrita –estos son las redes sociales virtuales, chats, mensajería instantánea de internet y telefonía móvil- también circulan dispositivos lingüísticos novedosos y a la vez generalizados -como condición de efectividad comunicacional- creados o re-significados por los propios jóvenes.

Este uso del texto comienza con el nombre virtual escogido para presentarse. Puede parecer un terreno por fuera de las decisiones y la creatividad, pero en los usos juveniles el *nickname* no siempre coincide con el nombre propio. No obstante *Facebook* se presenta como una plataforma prescriptiva y cerrada, es decir que solicita información personal en las celdas específicas, los jóvenes burlan este formulario completándolo como desean.

El nombre es el primer espacio de construcción semiológica de uno mismo. Designar es un acto de habla y de poder. Designarnos a nosotros mismo implica decirles a los demás cómo deben llamarnos, pero no sólo eso. En el nombre caben modos serios y simpáticos, formales o informales, cercanos, distantes de hablar de uno mismo, el nombre puede hablar de una afición, de un gusto, puede destacar un índice de la personalidad. El nombre es una dimensión sustancial de la identidad.

Están quienes confirman su nombre igual que en la presencialidad: “En *Facebook* está mi nombre. Yo pongo mi nombre tal cual está” (Joaquín, 15 años, Quilmes Centro). Otros prefieren colocar su pseudónimo: “Me puse un pseudónimo, porque a mí me dicen Nanu. Entonces, me puse Nanu porque, qué se yo, mi papá también era muy acomplejado con que teníamos que mentir mucho: “no digas nombre, edad”, o esas cosas. La edad sí la había puesto bien…” (Nair, 18 años, Quilmes Centro). O en el caso de Marianela donde la construcción semiológica también pasa por la imagen: “En mi *Facebook* dice Maru. Nada, una foto mía que la corté y le puse color amarillo. Con el *Picasa”* (Marianela, 19 años, Quilmes Centro).

Por otro lado están quienes controlan la información del “formulario” y no cuentan demasiado. “No tengo mucha información, tengo el año que nací, el *MSN* y después nada más. Tengo un par de cosas, que juego a la pelota y eso, las películas que me

gustan, la música y eso y nada más, no hay mucha información. Eso solo" (Lucas, 14 años, Villa La Florida).

Y en otros casos, las "mentiras" en el formulario pasan al estadio del chiste y la burla: "Puse mi edad, mi fecha de nacimiento, la escuela también pero tengo el número de la escuela donde iba antes, el de ahora no. Por ejemplo, un trabajo nomás que inventé, que no tengo y nada más. Trabajaba durmiendo (Risas)" (Natalia, 16 años, San Francisco Solano).

Agustina, por su parte, en el lugar de la escuela puso que estudia en el colegio de la novela *Harry Potter*: "Puse *Hogwarts*, por *Harry Potter*. Trato de no dar mucha información personal, no me gusta" (Agustina, 17 años, Quilmes Centro).

Ante estos artilugios que eluden volcar información verdadera se despliegan estrategias de sentido que buscan sortear algún tipo de control de *Facebook* o de los otros que acceden a los datos. Asimismo, en este marco, Nicolás sostiene: "Yo no tengo problema que me controlen" (Nicolás, 16 años, Bernal Oeste). Y hay otros tantos que opinan igual.

Imagen 1. Actualizaciones de *Facebook*. Lucas Cabj y Niquito Carp ahora son amigos.

En el recuadro –Imagen 1- podemos observar una serie de actualizaciones de *Facebook*. La última de ellas reza: "Lucas Cabj y Niquito Carp ahora son amigos". Lucas y Niquito llevan como apellidos las siglas de los clubes de fútbol de los cuales son seguidores: Club Atlético Boca Juniors (CABJ) y Club Atlético River Plate (CARP). La construcción semiológica de estos jóvenes pasa por ser identificados con los clubes. Por supuesto que forma parte de su identidad ser "hincha" de su club, pero la plataforma

virtual no construye esa identidad sino que ellos mismos actualizan ese aspecto en pos de producir contenido comunicacional.

En la celda donde Lucas escribió Cabj y donde Niquito escribió Carp, *Facebook* solicita el apellido, no un índice identitario ligado a una afición. Que los demás decodifiquen que sus apellidos son sus clubes y relacionarse desde allí para con los otros, es el fin de la elección de estos *nicknames*.

Imagen 2. Nicks y subnicks en *Facebook*.

Otra operatoria lingüística tiene lugar cuando en *Facebook* también participan las frases a modo de *subnick*. Estas frases se elijen para que acompañen entre paréntesis al nombre del perfil. Como vemos en la Imagen 2: “mejor sola que mal acompañada”, “M’sinlocurasNoexistefelicidad”, “JotaGe”, “Yo Tengo Un Angel” y “Envidia M Tienen Envidia”, ofician como frases que acompañan al apodo. Estas construcciones obedecen a diferentes patrones de sentido, no se puede establecer un criterio. Desde frases conocidas como “mejor sola que mal acompañada” pasando por letras de

canciones “Envidia M Tienen Envidia”[74], hasta inventos lingüísticos que pertenecen a construcciones personales de cada usuario.

Asimismo, otra operatoria del lenguaje aparece con asiduidad en la construcción del apodo o *nickname*: la repetición de una vocal del nombre, como vemos en la Imagen 3.

Imagen 3. Repetición de vocal en el apodo.

Tanto Pameela como Eilinciita, como Mèèlìì empelan la operatoria de reiterar la vocal. En principio no tiene este uso una explicación lógica, es netamente comunicacional o cultural. Los jóvenes adoptan diversos modos de emplear el lenguaje en los entornos virtuales. Los mensajes de texto en los teléfonos móviles deben tener como tope ciento sesenta caracteres, si se pasa ese límite se debe pagar como dos mensajes. Como práctica que proviene del mensaje de texto en los teléfonos móviles, los jóvenes comienzan por adiestrarse en el uso resumido del lenguaje. El ahorro de caracteres es una elección que les conviene para no gastar más crédito de teléfono, a su vez se crea un código propio del cual se excluye a los adultos que llegan más tarde a esta decodificación que aun así les es ajena.

De allí nacen exploraciones como el TQM (te quiero mucho), que las palabras escritas con QU se escriban con K, que se resuma “estás” por “tas”, y demás formas similares. En el caso de la reiteración de vocales, la lógica (si es que existe alguna) no es la misma dado que se estarían empleando caracteres de más, y esto se debe a que esta operatoria

[74] La canción “Envidia” pertenece a un grupo de cumbia “turra” llamado Las Culisueltas. Las diferencias entre *cumbieros* “*turros*” y “*rochos*” las desarrollaremos en páginas siguientes.

es solamente empleada en los apodos o *nicknames* y estos siempre tienen un espacio fijo donde aparecen. Tanto en *Facebook* como en *Messenger* o *Skype* el apodo se lo ve todo el tiempo y no ocupa el lugar del mensaje no "come" caracteres, por ello puede desplegarse un uso encomillado, repleto de tildes y elocuencias, dado que es permanente y oficia como una construcción semiológica que produce además de singularidad pertenencia a un código común.

El recurso es tan habitual que en la misma plataforma de *Facebook* se generaron bromas hacia quienes lo usan, como en la Imagen 4.

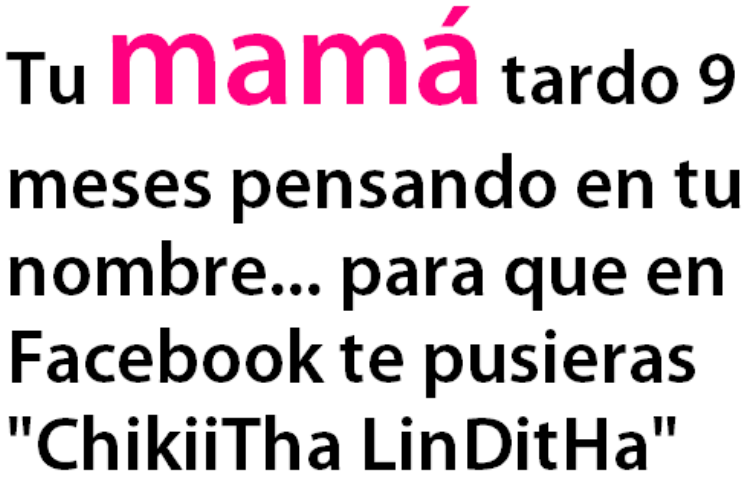

Imagen 4. Cartel tomado de *Facebook*.

En definitiva, que el código o registro sea diferente al empleado por otro (este otro podrían ser los adultos) alcanza para crear una comunión de sentido. De ello, que la doble vocal, sin más vericuetos explicativos, actúe como un código ritual propio de la juventud actual en la virtualidad. "El joven se instala en un lugar de pertenencia y un espacio de referencia que brinda nuevas formas de acceso a una identidad común. Participar o no de estos encuentros virtuales puede ser la clave de estar dentro o fuera de cierta realidad juvenil impregnada y delimitada por la tecnología" (López Roscher, 2007).

El sentido estriba en buscar y hallar palabras para nombrarse que no se traten de las existentes, que nombran, designan y con ello rotulan prácticas otras, de otros, domesticadas y reproductoras. De nada serviría crear usos o prácticas de sentido si no

pueden usarse palabras nuevas para mencionarlos y para transitarlos. Los jóvenes juegan con el lenguaje, pero de manera muy seria buscando y creando palabras que los identifiquen y los nombren. Algo así como ejercer un poder de designación hacia ellos mismos. Este mecanismo de diferenciación en muchos casos es espontáneo y hasta inconsciente.

> La modalidad de escritura en el ciberespacio es una modalidad más bien irreverente, desprejuiciada, libre de ataduras y estilos; el Chat es señalado como uno de los culpables de los malos hábitos de escritura de los jóvenes y la desvalorización del lenguaje escrito. Aunque se recurra al alfabeto para la comunicación, tiene características que lo separan claramente del tradicional género escrito. Esta escritura está afectada por modos de comunicar propios de la Red: abreviaciones, simbologías, emoticones, etc. Se ha conformando un nuevo lenguaje que deja a una generación de padres "iletrada" en el uso de estas tecnologías. Hay poco cuidado en la escritura de las frases, ausencia de corrección, rapidez en las líneas y saltos temáticos, en lugar de mantener el orden consecutivo y lineal (López Roscher, 2007).

La escritura oficia como un lenguaje esencial en las redes sociales virtuales al punto que algunos testimonios opinan que por momentos allí se actualizan prácticas escriturales en desuso. Dice Marina: “tengo amigas que le encanta más que el *Facebook*, porque el *Twitter* lo usan como si fuese un diario íntimo. Yo prefiero escribir en *Facebook*, no sé, lo que pienso, y ahí mis familiares o amigos opinan. Generalmente, capaz me dicen: “ay, vi lo que pusiste en *Facebook*”, “me pareció…” tal cosa o no sé, o comentan” (Marina, 20 años, Don Bosco).

En las redes sociales virtuales, nos cuenta Marina, se despliega una suerte de diario íntimo donde expresar emociones. La felicidad y el enojo se comparten con los “amigos”, quienes acompañan con “me gusta” y con comentarios ayudando a transitar el sentimiento en una práctica más comunicacional que informacional. Algunas veces se apela al doble sentido, a la ironía, se construye un comentario codificado que busca a su interlocutor. Otras veces los mensajes son directos. Leandro, por ejemplo, nos cuenta que descarga su ira mediante *Facebook* luego de la pelea con sus padres.

> A veces, yo me saco toda la bronca en el *Facebook*. Yo me peleo con mi viejo y en lugar de bardearlo en la cara a él, lo pongo en *Facebook*. O con cualquiera, me peleo con alguien, para pelear, para pelotudear. Y pongo: “Qué mierda te

> importa, ta ta ta". Cuando vos eras chico hacías más cosas que yo. Mi mamá el otro día sí lo vio. Porque yo me peleé con ella y después puse "sos una vieja sorete", no sé qué, y ella me dijo que lo borre, después lo borré cuando necesitaba plata (Leandro, 15 años, Villa La Florida).

De este modo se refuerza la idea del uso cual diario íntimo, que muchas veces busca sublimar o comunicar como necesidad latente de descarga. La actual generación de jóvenes parece necesitar narrarse en términos de sentimientos y ese es el primer tipo de testimonio que buscan las redes sociales virtuales: en la celda para escribir estados *Facebook* pregunta: "¿Qué estás pensando?, mientras que *Twitter* interpela con: "¿Qué pasa?

La construcción semiológica de uno mismo tiene enorme protagonismo en la codificación, pero por definición comunicacional ocurre también –o finalmente- cuando el mensaje es decodificado, cuando la connotación -en este caso *obvia* en el sentido barthesiano- tiene un lector que le atribuye sentido y responde en consecuencia. En nuestros casos con un "me gusta" o un "retwitteo".

Imagen 5. Portada de *Facebook* de Lean Lf.

Imagen 6. Portada de *Facebook* de Nikoohh V. La Florida

Imagen 7. Lean Lf y Luli de la Florida ahora son amigos.

En el caso de Lean Lf –Imagen 5- su construcción parte de la pertenencia territorial. "Lf" se refiere a Villa La Florida, barrio del partido de Quilmes donde vive (también se puede ver en el caso de Nikoohh V. La Florida –Imagen 6). Su identidad personal tiene que ver con su lugar y en su actualización virtual participa en este mismo sentido. El barrio oficia como signo de pertenencia y a la vez como identificación personal que otorga más datos sobre uno mismo que los que daría el apellido.

En casos de relacionarse con muchos jóvenes (Lean Lf tiene 3.209 amigos y Nikoohh V. La Florida tiene 1.674) el dato del lugar de pertenencia es relevante, ya que estos jóvenes usan *Facebook* para generar encuentros en forma de fiestas en sus casas y locales bailables. En medio de estos usos saber de dónde son los demás implica saber con quiénes se cuenta para un encuentro presencial. Además, como en las rivalidades deportivas, musicales y de identidad, los territorios también participan de una lucha hegemónica por ser el "capo", por ser "el que manda". Villa La Florida, por ejemplo, mantiene esa rivalidad con San Francisco Solano.

Los usos más frecuentes de las redes sociales virtuales las posicionan como un espacio donde expresar emociones más que ideas. En esta construcción estructurada donde la aplicación misma dice dónde colocar texto, fotografía y enlaces, en el terreno de los datos se juega una especie de trampa al "formulario" prescriptivo. Los jóvenes señalan como familiares cercanos a sus amigos, falseando de algún modo los datos personales que solicita *Facebook*.

Por su parte, Lean Lf participa de una lógica de identificación con los amigos recurrente entre los jóvenes consultados: catalogar a sus amigos cercanos como familiares. En este sentido, en *Facebook,* sus congéneres pasan a ser sus hermanos, primos y, hasta en algunos casos, sus padres.

La red social virtual propone volcar una cantidad de información personal ilimitada, de ello que plantee que se manifieste mediante el proceso de etiquetación quiénes otros usuarios de *Facebook* son familiares. De allí que cada usuario pueda buscar a sus familiares y tildar qué relación los une. Es común que los jóvenes presenten como sus familiares directos a sus amigos. Este aspecto oficia como un modo de presentarse ante los demás, cargado de un sentido de pertenencia afectivo. A la vez que la plataforma propicia una manifestación de cariño hacia los amigos más cercanos, se habilita una grieta en el control del formulario, otorgando el poder de construirse en red junto con otros designándose mutuamente de la familia.

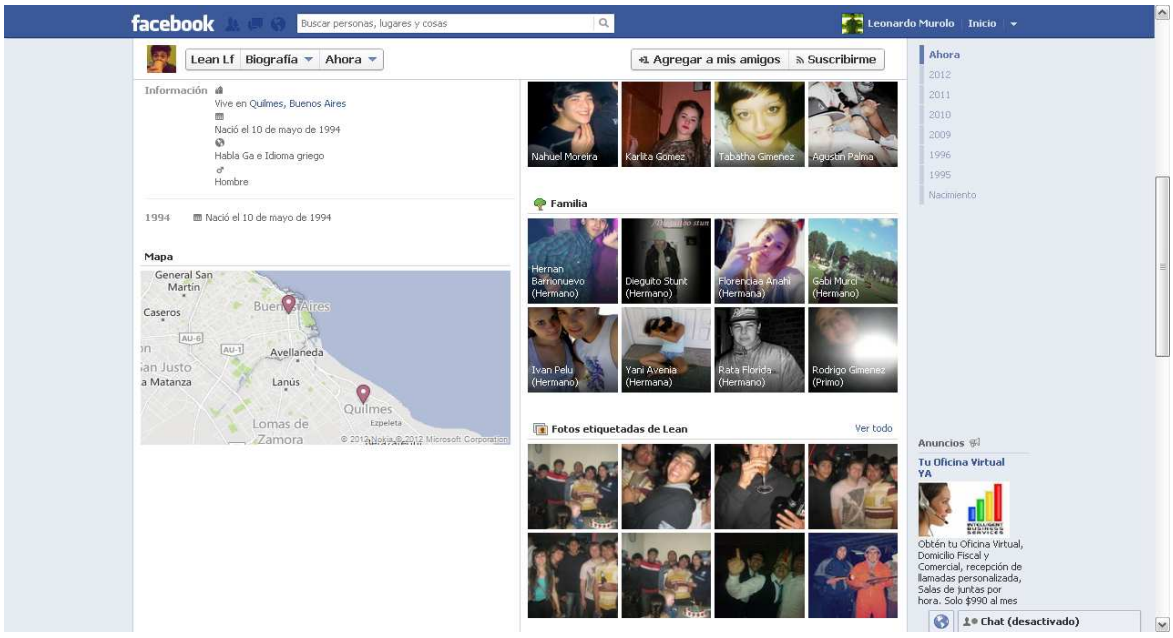

Imagen 8. Portada de *Facebook* de Lean Lf. Amigos como familiares.

Por un lado están quienes consideran esta práctica un tanto infantil y dejaron de hacerla.

> Cuando ponías **relación de hermanos eran amigos.** Eso lo saqué todo. Tuve un tiempo de maduración que me di cuenta (Joaquín, 15 años, Quilmes Centro).

> Cuando era más chica, pero ahora no. Yo no veo necesidad. Capaz que **era una moda del momento,** que todo el mundo lo ponía así. Porque antes se veía eso en el perfil, ahora no se ve (Agustina, 17 años, Quilmes Centro).

> Tengo dos personas que son como mis primos. Yo hermanos, sí, tengo bastantes, pero nunca los agregué; y, por ahí, hay gente de mi familia misma que me ha mandado para agregar y yo no. **Nunca me pareció interesante que sepan quién es mi familia o no. Es algo indiferente** (Lautaro, 17 años, Quilmes Centro).

En otros casos no hacen una valoración de la práctica aún cuando la hacen.

> Puse que **estoy en una relación con mi mejor amiga**, y es todo mentira. Pero eso igual antes, ahora no. Pero con mi mejor amiga siempre hace como cuatro años que tengo la relación. Pero por un tema de que después te preguntan, no sé: "sos soltero", "¡¿qué te importa?!" (Nair, 18 años, Quilmes Centro).

> Yo lo hice una vez nomás, que **puse a mi mejor amigo lo puse como hermano**, después nada más. Después tengo los que sí son mis familiares, que tengo a mi mamá y a mi papá que los tengo puesto como mamá y papá (Nicolás, 16 años, Bernal Oeste).

> Tengo a mi hermano que es mi hermano, **mi mejor amiga que la tengo como mi hermana, mi primo como hermano** y después otros primos. Familiares, ocho tengo, nada más. Sentido no tiene nada porque es todo lo mismo. Yo lo hago porque como ellos me mandan nomás, por ejemplo, dice te mando una solicitud, una amistad que quiere ser como tu hermano y mirar quién es y yo lo acepto (Natalia, 16 años, San Francisco Solano).

Finalmente se encuentran aquellos que le otorgan un sentido específico a este uso del formulario de *Facebook*.

> **Hermanos, ponele, hermanos que tengo de Face y que no son de sangre, pero son de la vida, los tengo todos ahí.** Sí, dice hermanos. Hermanos,

> hermanas… bueno, mis sobrinos, mi familia (Federico, 20 años, Quilmes Centro).
>
> Y, porque, en sí… no tengo la menor idea de por qué se hace. Yo porque generalmente son gente que la conozco de toda la vida y son, en este caso así de hermanos, **son por ahí los hermanos que no te dio la sangre.** Porque, como decían: "la familia no se elige". Pero hay personas que sí son como tu familia y las podés elegir. Pero más que nada por eso (Facundo, 20 años, Quilmes Centro).
>
> Alrededor de diez hermanos tenía, con los que mejor me juntaba. Todos mis mejores amigos eran mis hermanos, pero los fui sacando y solamente deje a mi hermana y a mi abuela. Y es porque **es especial, como que podes contar con él y él puede contar con vos en cualquier circunstancia, es como un hermano, yo estoy para vos y vos estas para mí, estamos en los momentos difíciles,** aparte de tener una buena relación (Aldana, 16 años, San Francisco Solano).
>
> Algunos amigos, por ejemplo, a las que son mis tías, a algunas sí puse y **a mis amigas las puse como amigas o hermanas, significa que está con vos casi siempre. Nada, que puedo confiar en esa persona** (Talía, 14 años, San Francisco Solano).
>
> **Tenía de hermanas quizás, no sé, a mis cuatro mejores amigas**; y tenía, por ejemplo, primos, mi hermano, y listo. Ahora no sé si sigue estando eso, creo que sí. En el momento creo que era algo como que lo veías y decías: "ay, voy a agregarlo", pero quizás a las amigas las agregás como hermanas porque… amiga-hermana, yo qué sé, **como que estás todo el día pegado.** Pero, no sé, quizás era algo en *Facebook* que todos queríamos poner para mostrar quienes son mis hermanas y mis primos… (Marina, 20 años, Don Bosco).

En estos testimonios se vislumbra que se otorga mayormente un sentido a esta práctica: reconocer como hermano o como pareja a un amigo o amiga con quien se pasa mucho tiempo o a quien se considera "especial" por poder confiar en esa persona. Esta apreciación de "hermano de la vida" aunque no "de sangre", ese familiar "que se elige" deviene en la red social virtual en familiar directo para ser exhibido como tal ante los demás amigos. La ficción de la red social virtual implica traducir la vida presencial con retoques textuales –tanto como en las fotos- donde intervienen fundamentalmente los sentimientos.

En estas plataformas de pura imagen la identidad debe procurarse regímenes de visibilidad y su control sémico. Se exhibe y allí cumple su efecto cultural, al

transformarse en símbolo del *self* y trascender hacia los otros que la toman y desde allí caracterizan (se nos ocurre: metonimizan, estereotipan, estigmatizan) a quien tienen en frente. De ello que el emisor quiera tener el control máximo de su construcción semiológica.

4.3.4 CUERPOS CODIFICADOS. DEL *SELF* A LA "SELFIE"

Facebook se presenta para los jóvenes principalmente como imagen. Los lugares de perfil, portada, álbumes y estados donde colocar fotografías resultan entonces como espacios privilegiados en la construcción semiológica de uno mismo.

En estos espacios de pura imagen el propio cuerpo es el significante por antonomasia. Los cuerpos participan de un mecanismo de codificación donde la belleza es el referente último alrededor del cual buscar la significación. De allí, en determinados usos juveniles las redes sociales virtuales hacen visible la belleza física como un camino axiológico y deóntico.

El *self*, en palabras de Mead, refiere al "uno mismo". La mismidad del sujeto se presentaría en la vida cotidiana bajo la forma de su personalidad, su identidad, su carácter *objetivados* por medio de la comunicación. En estos espacios el *self* deviene en imagen –tiene que traducirse en lenguaje- y lo que queda es la forma en que cada uno quiere mostrarse. En otras palabras, los regímenes de visibilidad cercanos al máximo de "interesante", "sexy", "cool", "inteligente", "divertido" y "bello", se pueda.

Los estereotipos de belleza modernos generalmente incluyen las variables de juventud y éxito. Son construidos socialmente con el soporte necesario de los medios de comunicación, gracias a la publicidad y al *star system*, sirven de referentes, al tiempo que intentan ser alcanzados como *desideratum*. Por supuesto que no la totalidad de los jóvenes que usan redes sociales virtuales participan de este tipo de codificación de su imagen, pero quienes hacen una construcción de uno mismo en este sentido- lo hacen para convertirse en imagen deseable y popular.

La imagen, como la palabra, es de cualquier forma símbolo. Esta codificación podría entenderse desde los parámetros que señalaba Barthes (1986) para pensar la fotografía: trucaje, pose, objetos, fotogenia, esteticismo, sintaxis.

Los entrevistados dividen sus apreciaciones sobre el lugar de la fotografía en la propia construcción de su imagen, inclusive quienes no le prestan mucha atención a ello hacen

elecciones sobre su imagen pública como hacen referencia a usos de sus amigos y demás jóvenes.

> En mi *Facebook* hay fotos mías, muchas no, pero hay. Las subo yo, porque a veces antes me sacaba fotos, pero ahora no. O capaz que iba a la casa de mi prima y nos sacamos fotos y tengo ahí en el *Facebook* (Lucas, 14 años, Villa La Florida).

> Me gusta mucho tomar fotos, mi mejor amigo es fotógrafo y a veces vamos a sacar fotos y con mi cam también saco (Jeremías, 22 años, Quilmes Centro).

> Ahora no subo tanto fotos, pero sí, subía. Pasa todo más por los "me gusta". Por tener cantidad de "me gusta", era tal persona en *Facebook*. Aunque ahora ya me parece una estupidez y no sé. De los trece a los catorce. Cuando se hizo furor *Facebook* (Joaquín, 15 años, Quilmes Centro).

> Digamos que estamos en hora de clase y se están sacando fotos, se están pintando o se están depilando. Algunos lo hacen, mis compañeros también, son así de los que no prestan mucho la atención, pero se están sacando fotos todo el tiempo (Micaela, 14 años, San Francisco Solano).

> En *Facebook* tengo unas cuantas fotos, subí unas fotos de un quince. Tengo una foto bailando el vals. No, y después, lo que sí o sí tengo en Face son los juegos. También, por ejemplo, por ahí entro a ver la página de algún famoso, de algún cantante para saber si va a tocar música nueva. Los que más pongo son los programas de televisión, que son por ejemplo *Sin Codificar* o esas series que veo (Nicolás, 16 años, Bernal Oeste).

> Me saco fotos yo, a mis hermanos o a mis amigas, nos sacamos fotos y las subimos al *Facebook* (Talía, 14 años, San Francisco Solano).

> Fotos nomás saco con el celular. Y las subo a *Facebook*. Por ejemplo, cuando voy a salir, si estoy bien vestida, esas cosas sí, cuando estoy así nomás no, no me saco o si no me saco pero no las subo al *Facebook*, más subo cuando estoy bien vestida y estoy por ahí por salir, si no, no, no las subo (Natalia, 16 años, San Francisco Solano).

> Saco fotos o también bastante lo que hago quizás estoy juntada con amigas o algo así y saco con la cámara del celu y las subo directo (Marina, 20 años, Don Bosco).

> Un montón de tiempo tuve fotos de Del Potro porque me gustaba, no sé, y después sí puse fotos mías pero… como… tranqui, nunca… ponele, ahora tengo una foto que ni me veo yo porque se ve lejos (Lautaro, 17 años, Quilmes Centro).

Facundo no postea fotos suyas en *Facebook*. Sin embargo, nos cuenta, hay fotos suyas en *Facebook* porque las suben sus amigos y familiares. Por lo tanto, como condición de época parece afirmarse de manera tácita que todos nosotros –como exageración retórica- estamos en *Facebook*, o al menos hay datos nuestros en Internet aunque no lo hayamos decidido.

> Yo no pongo fotos, bueno, la otra vez hicieron una fiesta en la casa de mi hermana y bueno puso mil fotos y yo estaba etiquetado en setenta y dale ya está. Yo sé que no hice nada malo. Con un vaso así. Escabiando como un desgraciado, pero no estoy haciendo nada. Yo me muestro de una manera y soy de esa nomás. Pasa por eso. Y nada más que eso (Facundo, 17 años, Villa La Florida).

Su fundamento para no postear fotos pasa porque no sabe quiénes las pueden ver. Aspecto que nos propone reflexionar sobre los regímenes de "privacidad" en la plataforma, la cual no obstante se muestra como privada –es decir, el usuario controlaría quien ve sus posteos- en la práctica es más inasible dado que si uno elige que pueden ver las fotos "amigos de amigos" realmente no controla a qué cantidad y a quienes llega ese permiso. Asimismo, por más que sean solamente los "amigos" quienes pueden ver el contenido, no se encuentra exento de que ante la pantalla los propios amigos estén con otras personas. Allí, la decisión de publicar una fotografía generalmente no tamiza estas posibilidades.

> Tenés cuatrocientos que ni los conocés, que son todos negros y las pibitas se están sacando fotos y son pibas chicas. Yo te lo digo un poco jodiendo y un poco en serio. Porque yo creo que la única privacidad que a uno no le pueden violar es la de la mente, gracias a Dios porque uno puede pensar lo que quiera, o lo que le dé para pensar. Pero si vos mostrás la intimidad personal a personas que no conocés, por ahí no creo que le hagan nada por una foto. Pero te conocen, te sacan conclusiones, hay gente que es así, que está todo el día en el *Facebook* y puede estar sacando conclusiones de muchas personas, mirando fotos de muchas

> personas, conociendo gente que es amigo de amigos de amigos y cosas así y eso hay que dudarlo un poco.
> Yo soy todo lo contrario, yo no agrego a la gente que no conozco, pero le pongo mucha información. Dirección y teléfono, tengo todo porque no me molesta que la gente me conozca. Porque si… dónde trabaja, nada; donde vive, nada, no ponés nada, entonces dicen: "esté, qué es, una persona o no". Yo creo que hay que ser lo menos intimidante posible y tratar de pensar lo mejor, no que te están espiando las pibas, que te van a venir a buscar a tu casa (Facundo, 17 años, Villa La Florida).

Además agrega que sus compañeros de escuela incorporaron el uso de la cámara fotográfica como un uso cotidiano, donde no encuentra sentido.

> Mirá yo personalmente no soy de sacarme fotos. Primero, no tengo una cámara digital. Yo tengo compañeros que te lo juro por Dios, llevan a la escuela la cámara. Están ahí eh eh eh y bueno. Pero si le gusta, le gusta yo no soy quién para decir. Por eso yo no pongo fotos, la otra vez hicieron una fiesta en la casa de mi hermana y bueno puso mil fotos y yo estaba etiquetado en setenta y bueno, dale ya está. Yo me muestro de una manera y soy de esa nomás. Pasa por eso. Y nada más que eso (Facundo, 17 años, Villa La Florida).

La fotografía participa como un uso habitual en la configuración de la semiología personal en *Facebook* y en diversos espacios virtuales. La imagen seduce, cuenta con ese halo de encantamiento propio de la publicidad, la televisión y el cine. La imagen es un territorio que mediante la pose, el encuadre, la utilería, la vestimenta, la escenografía y el retoque digital se convierte en gobernable. La imagen digital es un espacio donde los jóvenes se sienten seguros, quien más quien menos tiene una imagen en donde se gusta a sí mismo y la presenta ante los demás en esa co-presencia virtual de las redes sociales. Se expone irremediablemente: cede ante los demás mostrándose –no puede no hacerlo-, pero tiene la libertad dentro de la red de elegir el modo de hacerlo.

Existe un nuevo vocablo en inglés que se extendió a los hispanohablantes, se trata de "selfie". De este modo se denomina a las fotografías auto-tomadas. Es una práctica social sincrónica con nuestra investigación y a pesar de que su uso es realizado por cualquier corte etario es en los jóvenes donde ve a sus principales legitimadores.

El nombre "selfie" surgió durante la entrega de los premios Oscar en 2014, cuando la presentadora de televisión estadounidense Ellen DeGeneres se tomó fotografías de este

estilo con los famosos presentes. Esa imagen se convirtió en el *twit* más compartido de la historia con 1,7 millones de *retwitts* en una hora. Allí se bautizó esta práctica, la cual se masificó gracias a la repercusión televisiva. Como metáfora, su genealogía, entonces, data en Hollywood, espacio central de industria cultural. Otro dato que refuerza la reproducción de la práctica en Argentina es el uso de la "selfie" que le dio en sus programas de 2014 el conductor de televisión Marcelo Tinelli, emulando a DeGeneres.

Cabe aclarar que este uso de fotografías auto-tomadas ya era habitual entre los jóvenes del modo en que lo escribíamos. Sin embargo, como "género" o "formato" propio de internet necesitó de otro medio masivo, de la promoción de *celebrities* del cine y la televisión para que sea nombrada y conocida. Hasta hace poco tiempo en Argentina a este tipo de fotografías se la denominaba "foto *flogger*" por tratarse de una práctica constitutiva de esta "tribu" urbana de mediados de los 2000. Estos jóvenes realizaban la práctica de la auto-foto para subirla a internet en sus perfiles de *Fotolog*. La identidad se completaba con el uso de pantalones chupines de colores, el flequillo sobre la cara y el paso de baile *flogger*. A pesar de ser una práctica novedosa, ya existen poses y espacios, gestos y formas codificadas de mostrarse en una "selfie". Es conocido por los jóvenes, por ejemplo, el hecho de tomarse fotografías ante espejos –generalmente en el baño de la casa- mirando a la cámara o al espejo. Las chicas generalmente hacen un gesto como enviando un beso al destinatario de la imagen, mientras que la pose se completa con el signo de la V (de la victoria) con los dedos índice y mayor. Esta imagen, impronta moderna de las redes sociales virtuales, es usual y devino en práctica de sentido que denota un saludo y connota sensualidad, belleza, ser cool. La imagen participa de la codificación de la pose, juega con la fotogenia, emplea objetos y un espacio determinado desarrollando una sintaxis aprendida y reproducida, al tiempo que mediante programas como *Photoshop* o los filtros proporcionados por *Instagram* evidencia un trucaje, con el fin mismo del esteticismo.

La *selfie* podría tener su genealogía en el mítico encuentro de Narciso en el agua. La imagen de uno mismo por momentos encanta y atrae. El referente se abstrae de sí mismo y se construye como pura retórica. Además del mito, el arte pictórico tematiza con firmeza la idea de representarse: los autorretratos de Rembrandt, Van Gogh y Frida Khalo son famosos como ellos mismos. Asimismo, llegada la época de la reproductibilidad técnica, la fotografía, como arte, tiene en Cindy Sherman una de sus

máximas expositoras. Una artista que juega con su propia imagen, con su propio cuerpo experimentando ser otras personas en cada retrato. De allí que la *selfie* no se encuentre descontextualizada. El sujeto social contemporáneo conoce ejemplos de uso de esta forma de representación.

El cuerpo es en este procedimiento el significante. Carga con el peso de la codificación que busca gustar. En esta transferencia del mensaje, el "me gusta" facebookero es metáfora y a la vez denotación.

La mayoría de las prácticas sociales participan de un mito. La naturalización de lo cultural, además de oxímoron, es –en el sentido barthesiano- indefectiblemente mito. La práctica social con las redes sociales virtuales, las cuales no sabemos cuánto tiempo durarán, tienen que ver con la elección de nuestra propia imagen, su codificación y representación. Esta nueva forma de presentarnos es mítica porque atiende a cánones establecidos socialmente sobre lo bello y lo deseable y se atiene a ellos. Estos cánones y estereotipos tiranizan a la imagen moderna al punto de crear un estándar donde la belleza, universal subjetivo por antonomasia, deviene en objetivable. Podemos decir que los grandes íconos de la belleza contemporánea, generalmente impuestos desde la publicidad y el *show bussines*, no nos gustan o no nos agradan (el gusto sigue siendo un terreno donde gobierna la subjetividad) pero no podemos afirmar que no son bellos. De ello que los cánones míticos de la belleza se encuentren presentes por trasmutación en la codificación de los cuerpos para *Facebook*. Estos cuerpos dóciles a las sutiles exigencias de éxito del mercado reproducen el mito, siendo deseables y deseando, con tan poco esfuerzo como el click en "me gusta".

En las entrevistas a los jóvenes surge casi espontáneamente el tema de la seducción. Exhibirse tiene relación directa con las ganas de agradar. No siempre para gustar en términos amorosos o sensuales, sino para ser aceptado, popular, y de ello, elogiado.

Por su parte, los modos de relacionarse con el chico o chica que les gusta mediante tecnologías es una cuestión que ocupa un lugar relevante a la hora de los usos de las redes sociales virtuales y la mensajería instantánea. El chat oficia como un espacio de aprendizaje para "encarar". La barrera del desconocimiento del otro en estos casos sirve para animarse a hablar de uno mismo, preguntar, seducir mediante la palabra en medio de una construcción de uno mismo mezcla de elementos verdaderos y fantasías. Lautaro

nos cuenta que comenzó a usar estás tecnologías para relacionarse chateando en una página para conocer “Gente de Quilmes” para aprender a “chamuyar”.

> En ese tiempo usaba el *Fotolog*. Entraba al mail y hablaba con cualquiera. Había una página que era para pibitos de trece y diecisiete años, que era *Gente de Quilmes* o algo así, que entraba cada depravado también ahí… Nada, hablabas con gente, interactuabas. Había gente que mentía. Entraba a eso y hablaba con gente, tipo, no sé… como quería aprender a chamuyar y cosas así, entraba ahí y hablaba con gente. Era eso más que nada. No aprendés nada, hablás con gente. Quería aprender. Por eso entraba y hacía que hablaba con gente, todo el mundo usaba (Lautaro, 17 años, Quilmes Centro).

Estos espacios anónimos estriban la posibilidad y el peligro que suponen el otro desconocido. Cuando los chats son abiertos –webchats- uno no sabe ante quien se está exponiendo, mientras que cuando se trata de *Messenger* o *Skype* se trata de una lista de contactos que se invitan o aceptan y se tiene una conversación asidua.

La idea de una construcción semiológica de uno mismo tiene que ver en todo momento con seducir, siendo que esta práctica implica gustar, atraer, ser visto y distinguido. La definición de diccionario también nos dice que seducir es “Engañar con arte y maña; persuadir suavemente para algo malo”, “Atraer físicamente a alguien con el propósito de obtener de él una relación sexual” y “Embargar o cautivar el ánimo”[75].

La idea de engañar no está tan lejana, un chiste de estos tiempos dice que la foto menos agradable de nosotros es la del documento nacional de identidad y no hay foto más bella de nosotros que la de *Facebook*. Esto tiene que ver con que la fotografía del DNI no la construimos, no tomamos cientos y elegimos una, no posamos como deseemos, no la recortamos, no la editamos. Principalmente, no tiene una intención de seducción. La fotografía de *Facebook* participa de todas las codificaciones que queramos implementarles y por ello seduce, con ello busca gustar y a veces engañar con arte y maña. Respecto a este tema Nair dice “*Photoshop* y esas cosas nunca me llamaron. No me interesan. Aparte para crear una imagen falsa tuya, la verdad… No sé, te querés hacer linda para chamuyarte a alguien y después decirle: “bueno, ¿nos vemos?”, y no te va a ver con *PhotoShop* en la cara” (Nair, 18 años, Quilmes Centro).

[75] Real Academia Española “Seducir”. Disponible en http://lema.rae.es/drae/?val=seducir

En algunos casos los testimonios parecen advertir que se trata de cumplir con estereotipos que los preceden y los superan. La popularidad estaría ganada al cumplir con formas estipuladas de belleza, generalmente tiranizadas por la moda. Agustina opina sobre este aspecto bajo la noción de "construcción de personaje" como ella lo llama, y profundiza acerca de las imposiciones sociales y las apropiaciones de mandatos de deber ser estéticos.

> Se construye el personaje. Yo conozco gente que en *Facebook* es re popular. Por ejemplo, tengo un amigo de mi hermano que es como re "famosito". En las vacaciones de verano estuvo con nosotras, con mi amiga y conmigo, y lo cuidábamos nosotras. Iba con nosotras a todos lados y el pibe re simple, no es tan "¡ohhh!". Es como una imagen que se construye porque va a lugares donde hay gente "famosita" y se junta con esa determinada gente. Es cualquiera. También forma parte de los estereotipos de la sociedad (Agustina, 17 años, Quilmes Centro).

Y agrega,

> Y porque ahora la sociedad es todo lo que muestra la imagen. Tenés que ser flaca, tenés que ser alta, tenés que tener ojos claros, tenés que ser rubia, tenés que ser perfecta, todo así y no. La gente es como es, tenés que aceptarla como es, no tenés que cambiarla. Y pero decís eso y te saltan a bardear otros tantos (Agustina, 17 años, Quilmes Centro).

Imagen capturada de *Facebook* 9. Foto real, Foto del D.N.I., Foto del *Facebook*.

Los propios jóvenes reproducen estereotipos discriminadores. Hay casos como el que cuenta Aldana, puntualizan directamente en la foto del contacto para aceptarlo como amigo o no.

> La foto, cuántos amigos tenés, con quién hablas, con quién te hablas porque también es “ay, vos te hablas con ese”, “pero es que es re feo” y a vos no te importa cómo es la persona sino la actitud y qué tan bien te podes llevar con ella (Aldana, 16 años, San Francisco Solano).

Imagen 10. Interacción en *Facebook*.

En cuanto al encuentro, este espacio público virtual propone una facilidad de acceso a enviarle un mensaje al otro que el cara a cara avergüenza. El relato de Facundo da cuenta de ello.

> Yo te digo lo que me pasó: "Cómo te llamás", "Facundo", "Ah, Facundo, listo". Al otro día, solicitud de amistad, tal persona. Sabe a quién conocés. Fue al *Facebook* de mi amigo o de alguno que me haya tenido que sea más o menos amigo mío, que más o menos me conoce, ve una fotito más o menos la cara parecida, mandó solicitud a todos, después el que la acepta y no era, lo borra (Facundo, 17 años, Villa La Florida).

Facundo nos cuenta una práctica que parece usual. Con solamente saber el nombre de pila de alguien y su grupo de pertenencia, se lo encuentra en *Facebook* mediante amigos de amigos. De allí, el "encare" es más fácil. Parece dar menos vergüenza, tanto a varones como a mujeres, agregar a *Facebook* y al ser aceptado comenzar a chatear con quien les gusta. Dice Lucas: "Para mí más por *Facebook* se habla más con las chicas. Después, ponele, a veces les da un poco de vergüenza hablar personalmente, y hablan más por *Facebook*" (Lucas, 14 años, Villa La Florida).

Hablar sobre el uso de seducción mediante *Facebook* o chats se torna un tabú o un tanto vergonzoso para los jóvenes más grandes de edad, como si fuera una falencia de

personalidad no animarse a “encarar” en persona, mientras que para los más chicos es el modo usual de conocer más a alguien. Fernando nos dice “Uso *Facebook* y *MSN, Skype* alguna vez lo use, pero nada significativo, también tengo una cuenta en *Linkedin*. Bueno, para hablar con amistades, ok ok, lo digo, ganarme minitas (ojo, chamuyarme minas que conocí en un boliche o esa onda, no agregar de la nada y poner fotitos de putito en cuero)” (Fernando, 24 años, Quilmes Centro).

Se trata de un juego de seducción implícito, no necesita de explicaciones, se propone la amistad de *Facebook*, se acepta y se charla sabiendo que “se están conociendo”. Si no se quiere tener contacto con esa persona ni siquiera se acepta o se borra a ese contacto, no parece haber una condescendencia propia de la “educación” presencial, esa que decreta que el saludo no se le niega a nadie.

El espacio de *Facebook* toma tal relevancia en las relaciones juveniles, que la censura social que significa en la vida presencial el retiro del saludo, tiene su correlato en esta plataforma con la eliminación del contacto como amigo. Luego de una pelea es común eliminarse de *Facebook*, como acción última de desapego. Leandro nos cuenta su caso.

> Ahora yo le dije a ella que me borre. Yo no tenía ni ganas de ir a editar amigos, buscar el nombre y sacarla. Le dije borrame y agarró y me borró. Ella me hizo el pasacalle para que yo la perdone. Fue más que esa la idea. Le saqué la ficha al toque. Y por el *Facebook* a veces te dan ganas de borrarlas, pero si las borrás del *Facebook* después no te enterás si anda de joda, te enterás si te mandan un texto. Y si la piba no sabe usar bien la cuenta, re zarpado, porque corte que vos la bloqueás y le podés ver el muro (Leandro, 15 años, Villa La Florida).

En esta plataforma también se ejerce el control del otro y más si es la pareja. Los celos tienen un lugar de privilegio ya que las fotografías, los etiquetados de fotos, los “me gusta” señalan los círculos de relaciones del otro y con quien estuvo, cuándo y dónde. Las parejas controlan, piden explicaciones y tienen conversaciones sobre lo que se publica en *Facebook* como un universo paralelo donde suceden cosas. Aún enojados o separados, si se eliminan como contactos se pierde ese poder de control del ex, quien -como cuenta Leandro- si no sabe manejar la plataforma y cuidar su privacidad pueden seguir sabiendo sus pasos.

Por otra parte, en el juego de seducción que implica gustar y ser halagado, el relato de Talía nos ayuda a conocer una práctica usual entre jóvenes en *Facebook* llamada “El

versus". Algo así como una competencia sobre quién es mejor, que se despliega mediante fotos y con la votación expresada en "me gusta" y en los comentarios.

> Para mí no son importante los "me gusta". Para algunos sí, para los que hacen el versus ¿viste?, que hacen una chica y otra, quién gana, cuántos "me gusta". Cuántos "me gusta" y cuántos comentarios hacen. Por ejemplo, yo les hago a ustedes dos, y yo elijo a quién votar. Tipo una votación. Por ejemplo, hago un versus de ella dos y la subo al *Facebook*. Y esperas que comenten. Comentan el nombre de quién te gusta más. Ves quién gana y quién no. Las que más lo hacen son las chicas. A veces de una amiga y de otra, de quién gana y quién no. Por bronca a veces. Pero sí, siempre lo hacen (Talía, 14 años, San Francisco Solano).

> Y hay veces que se bardean, por ejemplo, y esa boliviana qué quiere, no sé qué. Por lo general, sí, se bardean. Eso es lo que ocasiona el *Facebook*, como mucha bronca, entendés, y se pelean por eso o por ejemplo, cuando tenés un novio ¿no? Y una chica le comenta en el muro, te da bronca y te pones celosa, que sé yo. Por lo general le dan bronca a la chica (Talía, 14 años, San Francisco Solano).

> Y le dicen: qué lindo, qué hermoso, no sé. Te hago pollo, todo eso así. (Risas) es una frase que le ponen… Qué sé yo, que te re entro, que te tengo ganas ¿entendés? Una forma de decir… No sé, hay algunos que se zarpan y otros no. Por ejemplo lo más que te dicen es qué buena que estás mi amor, no sé qué, te dicen. Eso lo general que te dicen o si no te dicen cosas zarpadas a veces, por ejemplo, a mis amigas le dicen que burra que tenés, no sé qué, no le da vergüenza. O si no, hoy en día los viejos que también te tiran onda ¿viste? y nosotras nos re enojamos, viejos pajeros de mierda (Risas) (Talía, 14 años, San Francisco Solano).

> Mi amigo tiene novia que la conoció en el *Facebook*. Estaba jugando un juego y quien sumaba más y empezaron a hablar, que esto que el otro y ahora ya son novios. Se ven, todo. Eso es lo que te lleva la tecnología (Talía, 14 años, San Francisco Solano).

> O cuando tiran estados ¿viste?, corte indirectas, esa sucia que se viene a hacer, no sé qué y corte para agitar y que se sienta tocada. Por ejemplo decir sentite tocada vos, no sé qué. Tiran así o los que cuando juega Boca también publican dale Boca, que sé yo, esto que el otro o River también. A veces se bardean por eso (Talía, 14 años, San Francisco Solano).

El caso de la práctica de “El versus” entre jóvenes tiene como protagonista a la imagen. Se elige una imagen propia y una de su contrincante y se le propone elegir a los amigos a quien prefieren, dejando liberada la posibilidad de comentarios. Se trata de una competencia donde la imagen es soporte y unidad de medida de lo bello. Los cuerpos se posicionan para seducir y competir con sus pares. Las disputas por los sentidos en este caso se plantean en un orden inter-grupal, donde las jóvenes convocan a sus “seguidores” o “amigos” para salir triunfadoras en la votación. Una práctica mediática “doméstica” que tiene reminiscencias de los *realitty shows* televisivos donde el televidente vota mediante telefonía móvil quien se queda y quien se va del programa. En el marco de “El versus” se despliega entonces una disputa por quien es más bella y más popular. Dice Talía que “el *Facebook* ocasiona bronca”. Es una mirada que podríamos tildar de determinista. El soporte posibilita que se hagan estos usos, pero no los crea. Es interesante la conciencia de la práctica y del lugar de la tecnología como propiciadora de una modificación en los modos de relacionarse, al menos cuando se verbaliza proponiéndoles pensar sobre el tema.

4.3.5 HABILIDADES CONCOMITANTES

Los jóvenes construyen una imagen pública de sí mismos mediante lenguajes. Principalmente el icónico, donde la fotografía y el video ocupan un lugar predominante. Hace unos años la fotografía experimenta un pasaje de un uso profesional o especializado a un uso doméstico. Esto comenzó con la implementación de la fotografía analógica y con la aparición en el mercado de las más diversas cámaras de rollo, pero las prácticas sociales alrededor de la fotografía doméstica se acentúan con la fotografía digital. La posibilidad de tomar cuantas fotografías se quiera sin necesidad de los procesos de revelado y de los rollos de las cámaras analógicas, hace de la práctica de la fotografía digital un uso masivo. En el devenir de estos usos nacen géneros y formatos como los repentinos cronistas de un hecho fortuito, los eventos sociales retratados por los invitados además de los realizados por el fotógrafo contratado y la “selfie”, por poner algunos ejemplos. Asimismo es el contexto de posibilidad para la aparición de grupos sociales como los *floggers*, y de prácticas de sentido como las desarrolladas en las redes sociales virtuales alrededor de la imagen icónica.

El aprendizaje informal que estriba el uso de la fotografía se traduce en el encuadre, en los procesos de postproducción mediante el software, en conocimientos sobre cámaras y demás hardwares necesarios. Al tiempo que es un camino de entrada a desarrollar habilidades similares en video. Estos procesos se desarrollan en términos de acción-reflexión-acción, donde el "error" es un paso de aprendizaje necesario. Asimismo, los tutoriales en internet -ya sean en texto o video-, además de la ayuda de familiares y amigos, convierten la práctica informal de aprendizaje en cercana y cotidiana.

Las cámaras fotográficas devinieron en un objeto de uso doméstico y las destrezas para tomar fotografías van aumentando con el uso de estas tecnologías. Las cámaras son un objeto que los jóvenes conocen por contar con ellas en su hogares y últimamente por estar también incluidas en sus teléfonos móviles. Es decir, se encuentra casi todo el día con ellos en sus bolsillos.

En ese sentido, van apareciendo habilidades concomitantes con las ganas de producir una aceptable imagen propia. Es común encontrarse con que los jóvenes que socializan mediante Internet en chats, mensajería instantánea al estilo, redes sociales virtuales, construyan imágenes de avatar propias mediante procesos –medianamente- sofisticados de producción. De allí, el uso de programas para edición de video (como por ejemplo *Windows Movie Maker*, *Adobe Premier* o *Sony Vegas*) comienza a ser asiduo.

Estos software de edición no son complejos de utilizar, pero tampoco son simples. La edición de video y de fotografía son conocimientos específicos para los cuales es necesario tomar cursos para su manejo. Los jóvenes invierten parte de su tiempo libre en la lectura de tutoriales escritos o en video, pero también en el aprendizaje intuitivo de estas herramientas. De ello que le dediquen, informalmente, un espacio de su ocio a la formación específica para la construcción de mensajes a través de imágenes.

> Casi todos los programas aprendí sola. El *Photoscape*, los de reproducir videos, como el *VLC*… ¡el del cono! Y, no sé, me estuve bajando un par ahora, pero no me acuerdo sinceramente (Agustina, 17 años, Quilmes Centro).

> Aprendí a usarlo mirando a una amiga, porque ella me decía mira estos son lindos efectos y me los pasa, entonces, era apretar el que vos quieras y fijarte que hay, tocando se aprende suelen decir, así que, entré y empecé a ver cómo era la cuestión y mirar todo tipo de efectos, cómo cambiaban las fotos, como cambiaba todo eso. Vos te das cuenta cuando una persona tiene mucho

> *Photoshop* a cuando no tiene casi nada en nada, son cosas distintas, una cosa es ver por foto y otra cosa es verlos personalmente (Aldana, 16 años, San Francisco Solano).

Podemos reflexionar acerca del estatuto de ese avatar en la vida personal del joven en cuestión. Diversos investigadores hablan de una "construcción de identidad" en la red. En nuestro caso preferimos hablar de "construcción de sentido" o específicamente de una "construcción semiológica de uno mismo".

Desde ya que es importante la vida virtual que los jóvenes construyen en la red, y hasta podríamos admitir que contribuye a algún aspecto de su identidad. Sin embargo, no creemos que toda una identidad (por lo complejo del concepto) pueda ser construida con un simple elemento como Internet. La identidad es un aspecto social, cultural, psicológico y comunicacional de una persona en el que interviene su historia, sus gustos y sus sueños. La complejidad del concepto nos puede proponer pensar en que suena descabellado hablar de una "identidad virtual". Ese que está en la red es la misma persona eligiendo porciones de significado para presentarse, pero su identidad es mucho más que ello.

> Si asumimos el punto de vista de los sujetos individuales, la identidad puede definirse como un proceso subjetivo (y frecuentemente auto-reflexivo) por el que los sujetos definen su diferencia de otros sujetos (y de su entorno social) mediante la auto-asignación de un repertorio de atributos culturales frecuentemente valorizados y relativamente estables en el tiempo. Pero debe añadirse de inmediato una precisión capital: la autoidentificación del sujeto del modo susodicho requiere ser reconocida por los demás sujetos con quienes interactúa para que exista social y públicamente. Por eso decimos que la identidad del individuo no es simplemente numérica, sino también una identidad cualitativa que se forma, se mantiene y se manifiesta en y por los procesos de interacción y comunicación social (Habermas, 1987: Vol. II, 145).

Las negociaciones de sentido en el mundo virtual tienen que ver con dispositivos icónicos y de texto, siempre con lenguaje, que se ponen en juego individualmente pero con la convención tácita y generacional de los pares. Quedan recluidos de estos códigos y aprendizajes la cultura adulta, personificada en padres y docentes, pero también se realizan innovaciones y giros ante las imposiciones sistemáticas de las plataformas virtuales.

Sería incómodo y exagerado señalar de revolucionarios los usos novedosos en *Facebook*, *Twitter*, *Skype* o *Picasa*. Cambiarnos el nombre o trucar una fotografía no estriban acciones contra-hegemónicas, pero contienen la dimensión de la creatividad, de la reiterada "construcción de sentido" que evidencia –aún en estos mínimos ejemplos- un sujeto social con capacidad de agencia.

Existen quienes sienten afición por la fotografía y buscan saber más sobre modelos de cámaras, procesamiento y postproducción de la imagen.

> Ahora quería una cámara profesional. Me gusta sacar fotos, o sea, pero más que nada de paisajes. Me encantan. Quería… o sea, no me gusta la cámara normal. Ese es el problema. Porque no es lo mismo; aunque te lo digan, no (Nair, 18 años, Quilmes Centro).

> Subo fotos de muro y algunas que saco yo, o alguna foto que me gustó que encontré, o también me gusta sacar fotos, pero no tengo una cámara. Pero me encanta sacar fotos y subir. Me encanta editar fotos. Les cambio el filtro, los colores a veces, le agrego algo, le saco… con el *Photoshop*. Me fui guiando por Internet, pero básicamente aprendí sola. Es más, tengo amigas que necesitan y yo las ayudo. Me encanta. Es buenísimo (Agustina, 17 años, Quilmes Centro).

> Me gusta cortarlas si y le agrego un efecto. El *Pixer*, es un programa para edición de fotos, elegís el efecto que vos le querés dar a la fotos, es para mejorar la calidad de la foto, si querés que se vea más oscura o más clara (Aldana, 16 años, San Francisco Solano).

> Por ahí, si le pongo es brillo o le pongo, quizás, algún color cálido, algo así, a las fotos, pero no… Me gusta ponerle algo. Porque por ahí… bah, me gusta que esté más cálida, quizás. Pero, sí, cuando estoy en la compu lo hago. *YouTube* –que no te había dicho- que, quizás, los tutoriales de, también, para usar los programas. Eso sí. Estoy, no sé, en *PhotoShop* y quiero pegar una foto arriba de la otra, y no sé cómo. Voy, busco en *YouTube* (Marina, 20 años, Don Bosco).

En el universo del audiovisual, son cada vez más los jóvenes que se animan a realizar. Esto es desde pensar un guión, actuarlo, ocuparse de la utilería, dirigirlo y editarlo.

> Actué en algunos videos con un amigo que le gusta todo el tema del cine. Hacemos filmaciones, cortos de terror o acción. Él edita, yo sé, pero no como él. Sé pero lo básico, con el *Movie Maker*. Aprendí con los programas en la computadora. Me podés dar algo en blanco que yo te averiguo cómo es, cómo se

> usa. Tengo facilidad en eso. *Photoshop* aprendí explorando. A mis fotos le podía añadir un marco, ponele estilo viñeta, estilo sesentas, cosas así. Pero más de eso no (Joaquín, 15 años, Quilmes Centro).

> ¿Videos? que hacíamos con mis amigas, pero está bueno, a mí me gusta subir videos (Agustina, 17 años, Quilmes Centro).

Este aprendizaje alrededor de herramientas de edición fotográfica y de video se desarrolla gracias a una incorporación tecnológica anterior que es la cámara fotográfica. Antiguamente como una tecnología doméstica, pero a la vez de uso específico: celebraciones, vacaciones, acontecimientos, hacen posible tomar gran cantidad de fotografías y con ello la posibilidad de aprender a tomarlas, de aprender a narrar en imágenes fijas. Los usos de edición fotográfica y de video se presentan como pasos adelantados en el adiestramiento con la fotografía. Nicolás nos cuenta un caso particular de estas tecnologías.

> Con los que me conocen hacemos unos proyectos, unos cortos. Ahora estamos haciendo un corto con el *Stop Motion*. Son un montón de fotos y las juntamos todas para que parezca que, como que le ponemos movimiento a objetos inanimados y también estamos haciendo otro corto que es sobre un cuento, está bueno. Frío se llama, que es un cuento, no me acuerdo el escritor pero lo que tiene el escritor es que escribió sin verbos. Lo vamos a poner como video pero lo que vamos a hacer es una actuación para cada foto. Sacamos una foto, después pasamos a la otra frase, sacamos otra foto. Cámaras, usamos cámaras digitales de nosotros. Yo tengo una. Era de mi mamá pero como vio que yo la usaba más que ella, me la regaló a mí (Nicolás, 16 años, Bernal Oeste).

Este uso no es aislado. Como vimos hay jóvenes que mediante usos amateurs cuentan con su programa televisivo en *YouTube* con numerosos seguidores, de allí que se experimente como una práctica conocida. Asimismo, -también producto a nuestras indagaciones- se trata de una generación que consume en su amplia mayoría series televisivas. De allí, familiarizados con el lenguaje audiovisual ya no solamente como televidentes, sino que explorando sus lógicas narrativas. La resultante de una narrativa conocida, un lenguaje hablado por una generación y el adiestramiento en el uso de las tecnologías es la posibilidad de contar sus propias historias audiovisuales.

4.4 CIBER……...…….……...
4.4.1 Las técnicas de recolección de datos en los ciber……...……
4.4.2 Un día cualquiera en el ciber……....…….
4.4.3 Usos frecuentes y usos singulares de las tecnologías en el ciber……..…...……..
4.4.4 Como templo y como ritual...……....…….
4.4.5 El espacio sin control……...…..……..

4.4 CIBER

Los ciberlocales son comercios donde se alquilan computadoras con conexión a Internet atendiendo a un fraccionamiento por tiempo de uso. Estos negocios fueron llamados "cibercafés" en un comienzo, dado que formaba parte de las comodidades poder tomar café mientras se usaran las computadoras. No obstante este servicio sigue siendo posible en algunos locales -inclusive se sumó la venta de golosinas, cigarrillos y demás productos de kiosco-, no sería pertinente la nominalización de cibercafé ya que no es común ver a los internautas tomando café durante su estadía en los locales. Este aspecto tiene que ver con el público que asiduamente los visita: niños y jóvenes[76]. Además de esta denominación, la bibliografía académica también los llama telecentros (De Sousa Lacerda, 2013), locutorios o cibercafés populares (Fuentes, 2006). Por nuestra parte, preferimos llamarlos ciberlocales o simplemente ciber, como se lo denomina coloquialmente.

Diversos autores los consideran "espacios privados de acceso público" ya que se trata de comercios donde el usuario es cliente y paga por el uso de las tecnologías. Sin embargo, hay autores que sostienen que representan "la democratización de internet" (Gutiérrez y González, 2004) y remarcan que ejercen un "(involuntario) rol social" (Finquelievich y Prince, 2007). En nuestro caso preferimos hablar de espacio público ya que, como en el transporte público o en plazas y calles, los sujetos gozan de la libertad de librar batallas por generar prácticas de sentido en sociedad y es en esa dimensión donde focaliza el interés nuestro trabajo.

El dispositivo lingüístico "usuario", entonces, nos resulta erróneo o al menos incompleto, ya que, emparentado con el universo de la informática y del marketing, no

[76] El dato que sostiene que la mayoría de los concurrentes a los ciber son jóvenes proviene de nuestras observaciones en el caso específico de nuestro objeto empírico. Pero la totalidad de trabajos de investigación académicos de diferentes lugares señalan la misma tendencia (Torres Velandia, 2003).

remite a un sujeto que genera sentido a través de sus prácticas sino a un mero operador de las tecnologías. Siguiendo a García Canclini (1995) remite más a un consumidor que a un ciudadano. Y preferimos "La búsqueda de una nueva conceptualización del sujeto que se apropia el telecentro, en sus diferentes usos, astuto y creativo, (deberíamos cambiar) la noción actual de "usuario" por un concepto de "agente"". (De Sousa Lacerda, 2013)[77].

Los ciberlocales proliferaron a finales de los años noventa y comienzos de los 2000 a la luz de la masificación de Internet para usos cada vez más comunes. Por ese entonces el correo electrónico comenzaba a ser un medio de comunicación asiduo y las tareas escolares, la confección de curriculum vitae y demás trabajos cotidianamente realizados a mano -o a máquina de escribir- fueron desarrollándose en formato digital. De allí la pertinencia de locales que proveyeran como servicio la posibilidad de realizar estas tareas.

Las tecnologías se relacionan directamente con los contextos, las realidades sociales, políticas y culturales donde son usadas socialmente según necesidades y capacidades. Se pone de relieve la perspectiva de la inclusión tecnológica de los sectores sociales que no pueden apropiarse de tecnologías mediante la compra. En ese sentido el ciber es un espacio de incorporación –siguiendo a Silverstone- de prácticas socio-tecnológicas como la búsqueda de información, el chateo, el correo electrónico y el juego en red. Es entonces la clase social una variable relevante en el estudio de este tipo de uso ya que son los sectores subalternos quienes en primera instancia experimentarán en estos espacios un cambio cualitativo en su relación con la tecnología y la comunicación.

El ciberlocal ocupaba a principios de los 2000 -y en algunos casos todavía lo sigue haciendo- un espacio de aprendizaje e intercambio, no solamente de conocimientos en lo relativo a usos tecnológicos sino también, convertido en la nueva esquina (Bouille, 2008; Linne, 2009), en un espacio de socialización donde compartir con pares charlas, juegos y consumos.

Alrededor de las cinco de la tarde es usual ver a jóvenes con guardapolvos blancos ingresar al ciber, eso quiere decir que salen de la escuela. La autonomía de estos chicos hace pensar que los padres no los esperan en sus casas, quizás porque ya saben que

[77] "A busca por uma nova conceituação do sujeito que se apropria do telecentro, em seus diferentes, astuciosos e criativos usos, da corrente noção de "usuário" para uma noção de "agente"" Traducción propia.

pasan por el ciber antes de ir. Como sea, el traspaso escuela (primaria)-ciber es una impronta de época que se compara una vez más a la esquina para la charla o al potrero para jugar a la pelota.

Diversos autores (Torres Velandía, 2003; Finquelievich y Prince, 2007; De Sousa Lacerda, 2013) se preocupan por el rol social que ocupa el ciber en comunidades económicamente desfavorecidas, donde se erige como un primer acercamiento a las tecnologías de la comunicación, tematizando el rol del Estado en el desenvolvimiento de una red de ciberlocales ciudadanos.

> Cuando se analizan los lugares desde donde se accede a Internet por nivel socio económico se percibe que los niveles altos se conectan sobre todo desde el hogar y en segundo lugar desde el trabajo, dejando el tercer lugar a los cibers. Esta proporción cambia abruptamente en el nivel medio, donde el acceso desde el ciber está casi equilibrado con el acceso hogareño; queda relegado al tercer lugar el acceso desde el puesto de trabajo (Finquelievich y Prince, 2007: 47)[78].

Estos datos son de 2007 y no resulta curioso que luego no encontremos más referencias cuantitativas al uso de los ciber ya que su popularidad ha mermado proporcionalmente al incremento de conectividad en los hogares. De todos modos, los jóvenes que concurren a estos locales siguen siendo de sectores populares y generalmente no cuentan con computadora y servicio de banda ancha en sus hogares, por ello pasan horas en el ciber navegando por redes sociales virtuales y juegos en red, rodeados de otros jóvenes y variadas propuestas de consumo. Otros jóvenes quienes cuentan con computadora y conexión en sus hogares también hacen uso del ciber por diferentes razones, la principal por tratarse de un lugar de encuentro con otros jóvenes.

[78] Cuando se trata de usos tecnológicos los cambios son constantes. El caso de los ciber no escapa a esta lógica, por lo cual los textos académicos de hace algunos años que referimos pueden no relatar la realidad actual donde el ciber como espacio social de consumo de tecnologías se encuentra en retirada. La atención sobre este dispositivo de uso y consumo de tecnologías ha disminuido en el ámbito académico. Por ello no se encuentran trabajos actuales. De todos modos, para acceder a un contexto de época argentino de mediados de los 2000, recomendamos el estudio cuantitativo de 2007 de Susana Finquelievich y Alejandro Prince. En Argentina también hallamos trabajos de perspectiva cualitativa del proyecto de investigación *"Uso público de la redes en los Cibers de Rosario"*, radicado en la SECyT – UNR, llevado adelante por Ma. Cristina Alberdi, Sebastián Ramiro Castro Rojas y Ricardo Navarro (2006). A modo de estado de la cuestión, remitimos a estudios latinoamericano realizados en Maracaibo, Venezuela (Gutiérrez y González, 2004); Iztapalapa, México (Fuentes, 2006); y Natal, Brasil (De Sousa Lacerda, 2013).

Estos espacios aparentemente posmodernos se erigen bajo una necesidad manifiesta: la Sociedad de la Información, que como proyecto prescriptivo y de tinte moderno propone que las tecnologías significan progreso y desarrollo. De ello que las actividades más variadas, desde el trabajo hasta la educación, desde el comercio hasta el gobierno, se hayan digitalizado proponiendo instantaneidad y acortamiento de espacios y tiempos. En este marco, el ciber propone entretenimiento, comunicación, información y conexión -este último aspecto considerado esencial para la conformación de comunidades siglo XXI.

Es además un espacio donde realizar tareas escolares, recabar información, imprimirla y llevarla a los hogares y a la escuela para poder estudiar y, de este modo también, es un lugar donde aprender a usar nuevas tecnologías. Ideas hegemónicas en la academia como las de inclusión, brecha, alfabetización, competencia y habilidad, todas seguidas de la palabra digital rondan en la configuración del papel educativo del ciber. Sin embargo, no debemos menoscabar el espacio lúdico que supone.

4.4.1 LAS TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS EN LOS CIBER

En este apartado plantearemos a modo de estudios de casos la descripción densa de dos ciberlocales del Conurbano Bonaerense Sur y el análisis de los usos y apropiaciones generado por jóvenes de sectores populares, en el marco del devenir tecnológico y comunicacional imperante.

Es importante reiterar que se denomina Conurbano Bonaerense al conjunto de partidos que rodean la ciudad de Buenos Aires. Estos son 24 municipios que suman una población de 9.910.282 habitantes, sobre 40.091.359 de habitantes totales del país (Censo 2010)[79]. En este sentido, este territorio de enorme densidad poblacional y con marcados índices de desigualdad social, se erige a la luz de las diferencias de clases comunicacionales y sociales, como un terreno de interés para la observación de las prácticas tecnológicas juveniles.

Se toman como estudios de casos los ciber “El Madero” de Villa La Florida y “Camelot” de San Francisco Solano. En estos locales se hicieron observaciones participante bajo la técnica del “investigador oculto” (Fuentes, 2006). Se trató de

[79] Para mayores referencias del territorio consultar el capítulo “Asir en la ebullición. Una propuesta metodológica”, donde se explicita el territorio donde tiene lugar la investigación.

solicitar el uso de una computadora, utilizarla durante la estadía y realizar la observación de los usos de los jóvenes presentes, realizando el registro mediante notas de campo y fotografías.

Escogimos estas dos localidades ya que en las céntricas, como Bernal y Quilmes Centro, los ciber están en extinción, permanecen mayormente locutorios con algunas computadoras en donde los usos no son netamente juveniles sino que se ofrece el servicio de fotocopiadora e impresiones del CUIL, CV y demás búsquedas específicas en Internet. En Villa La Florida y San Francisco Solano los ciber participan de la dinámica de principios de los 2000, los jóvenes los ocupan como espacios lúdicos, de socialización y aprendizaje. Los elegidos como estudios de caso son los más representativos de cada localidad, son "famosos" por ubicarse en una zona céntrica y por ser concurridos en todo momento por jóvenes. Asimismo se entrevistó de manera informal al empleado del ciber de Villa La Florida.

En otro orden de análisis, las entrevistas cualitativas incluyeron preguntas sobre qué tipos de usos se despliegan en los ciberlocales, donde buscamos la opinión de los jóvenes tanto de quienes concurren, como de quienes cuentan con internet y computadora en sus casas y hablan del ciber en pasado, cuando iban o alguna vez fueron. Los usos que se mencionan tienen que ver con los de ocio como los juegos en red y los escolares en sus modalidades individuales y grupales. Asimismo, surge en entrevistas aisaladas el consumo de material prohibido como pornografía. La experimentación de la sexualidad adolescente es un tema complejo y amplio que escapa a los límites de esta tesis y por ello no se incluyeron preguntas en las entrevistas que indaguen sobre el tema. Sin embargo, existen trabajos académicos que hablan de los usos de internet relacionados con este consumo y es interesante cuando en casos aislados –dos entrevistados mencionan el tema- aparecen estos consumos tecnológicos como tabú.

4.4.2 UN DÍA CUALQUIERA EN EL CIBER

Primer Acto[80]

En el frente, un cartel con el nombre del local que ocupa toda la entrada. Una puerta de vidrio polarizado, como el resto de la pared que da a la calle. En los vidrios se puede

[80] Estas escenas tuvieron lugar el 04 de mayo de 2011 en el ciber "*El Madero"* de Villa La Florida.

leer una variedad de ofrecimientos de consumo, en indistinto orden y con el mismo protagonismo: “Ensalada de frutas”, “Fotocopias”, “Súper Pancho”, “Hamburguesas”, “Golosinas”, “Bebidas”, “Café Express”, “Sándwich de Lomito”, “Pebete”, “Sándwich de Milanesa”, “Coca-Cola”, y “Cerveza Brahma”.

Al entrar al local, a la derecha se encuentra un mostrador donde atiende un empleado. Un hombre de unos treinta años, vestido de manera informal, con jean, buzo y zapatillas. Detrás de él una cantidad de artículos de kiosco. En el resto del local se encuentran, contra las paredes, ocho computadoras con sus sillas y separadas por una madera que no permite ver la pantalla del usuario contiguo. Las computadoras son todas iguales, con monitores de los grandes, *Samsung*, no pantallas planas. Seis de las ocho computadoras están ocupadas, las computadoras siete y ocho no funcionan.

El ciber “*El Madero*” está ubicado en la localidad Villa La Florida, en el oeste del partido de Quilmes. La localidad tiene 31 mil habitantes y cuenta con una central de Bomberos, su propio registro civil y una avenida principal (la calle 844), donde está ubicado el ciber al que tuvimos acceso. Por la Avenida 844 pasan colectivos que van y vienen desde y hasta Quilmes Centro, y desde y hasta el barrio de Constitución en la Ciudad de Buenos Aires. El barrio no cuenta con comisaría ni con hospital. Existen varias escuelas públicas entre las que se destacan la Nº 45, la Nº 51 y la Nº 86. El barrio tiene aun calles de tierra aunque en los últimos veinte años se fueron asfaltando. Tiene pegada la localidad de San Francisco Solano, que es más grande y cuenta con un centro comercial reconocido y concurrido. Villa La Florida es un barrio principalmente de familias de clase media baja, donde algunos pueden contar con servicios de Internet en sus hogares y otros tantos no.

En la computadora uno (“La 1” a partir de ahora, y misma lógica para las demás) se encuentran dos jóvenes varones; uno de unos quince años, el otro de unos doce. Ambos visten jean, zapatillas y buzo. Comparten la pantalla y hablan entre ellos. Intento ver qué hacen. Juegan un juego en red. Hablan sobre el juego. Mientras uno maniobra, el otro mira: “Vamos a esperar a ver si viene el de la bomba”, se escucha.

Desvío mi atención a La 2. Allí se encuentra otro joven (adelanto que todos los usuarios son jóvenes), también varón; vestido con jean, buzo, zapatillas y gorrita. Él está solo, ni siquiera mira a los de al lado y, concentrado en su pantalla, no ejerce movimientos como jugando. Al espiar, noto que está usando *Facebook*: mira fotos.

En La 4 también hay dos jóvenes varones. Estos también juegan en red y hablan entre ellos, mucho más que la pareja de La 1. Uno juega, el otro mira y habla. Noto que cierran la ventana y abren *MSN*. Hacen varias cosas a la vez. Vuelven al juego, abren *Facebook*, vuelven a *MSN*, vuelven al juego. Por lo que hablan, uno le enseña a jugar al otro en términos poco pedagógicos: "así no tarado", "qué puto que sos", "bobo".

Viene un tercer joven varón que es llamado "Paraguayín" por los dos que estaban. Llega, saluda y uno de los que estaba le pregunta: "¿ayer viniste?", como mostrando una asiduidad cotidiana con el local. *Paraguayín* va a una de las mesas y se sienta a leer el diario. El que no estaba jugando lo acompaña. El que queda en la computadora deja el juego y se dedica a *Facebook*, como si el juego en la pantalla necesitara de otro con él para ser disfrutado, como si *Facebook* fuera una actividad privada. Poco tiempo pasan los dos jóvenes en la mesa redonda. Vuelven a la computadora y comienzan, los tres, a ver fotos de chicas y decir cosas de ellas. Terminan de ver las fotos y uno le dice a otro "¿Cuánto tenés?", a lo que le responde con señas que no tiene dinero. "¿Vamos a lo del chavoncito de enfrente de mi casa y le cortamos el pasto y le cobramos veinte pesos cada uno?, le dice el otro y se van los tres.

En La 5 hay una joven. Usa *Facebook* y *MSN*, tampoco mira a los de al lado. La joven se va y el empleado le dice a un muchacho que estaba esperando que puede tomar la computadora. El muchacho, de unos 20 años, usa *MSN* y *Mercado Libre*. Se queja delante de la pantalla, parece que no abre la página que desea usar. Pide que lo cambien de computadora y pasa a La 4.

Mientras, una señora, un hombre, dos chicas entran a comprar algo, a imprimir, y se van. El empleado da charla a los clientes, con alguno se queda en la vereda hablando.

Entran dos jóvenes, una mujer y un varón. Ella es mayor que él, quizás son hermanos. Piden una computadora y el empleado los envía a La 5. El varón maneja la máquina, ella ordena lo que debe hacer. Abren el correo electrónico, buscan una noticia y entran a *Wikipedia*. Buscan información sobre la Constitución Nacional de la República Argentina y la Asamblea Constituyente. Ella toma un rol pedagógico, le dice que van a resumir ese contenido, pegan en un procesador de textos lo que encuentran y lo mandan a imprimir adonde se encuentra el empleado con la impresora. Se van.

La 4 vuelve a ocuparse con una joven de zapatillas, buzo, jean y mochila rosa. Tiene puesta una gorrita y un *piercing* en la cara. Usa *Facebook* y mira fotos.

La 5 se vuelve a ocupar por otra joven de unos veinticinco o treinta años. También usa *Facebook*. El tiempo en la pantalla corre y al lado la tarifa. La cuenta comienza en un peso y va fraccionando cada cincuenta centavos, hasta completar los tres pesos cada hora.

Imagen 1. Fachada del Ciber-café El Madero, de Villa La Florida

Imagen 2. Jóvenes usando computadoras en el Ciber-café *El Madero*

Segundo Acto[81]

La localidad de San Francisco Solano tiene una población de 81 mil habitantes y cuenta con un centro comercial muy pujante, siete cuadras de negocios de ambas manos donde se encuentran las principales marcas nacionales y multinacionales de los más diversos artículos. Pueden verse locales de *Frávega*, *Garbarino*, *Compumundo*, y más recientemente, *McDonalds* y *Burguer King*. En un radio de cuatro cuadras (en 844 y 893) se encuentran sobre 844: el Hospital Eduardo Oller, la Escuela N°43, el Instituto Superior de Formación Docente N°83, la Escuela de Educación Media N°2 Don Luis Piedrabuena, la Escuela de Educación Técnica N3 República de Italia y la Iglesia, y sobre la calle 893: la central de Bomberos y la Comisaría 4ta.

El ciber *Camelot* se encuentra ubicado en la intersección de las calles 895 y 845 en San Francisco Solano. A una cuadra de la avenida 844, la principal de la localidad. Cuenta con treinta y tres computadoras divididas en dos salas, una de diecinueve computadoras y la otra de catorce, sector que también cuenta con la parte de kiosco y fotocopias.

Cada computadora está ubicada en una mesa de escritorio pintada de blanco. Por ello no se puede ver qué hace el usuario contiguo. Las computadoras están equipadas con monitor de pantalla plana, auriculares y cámara web. La decoración consta de imágenes de juegos. Afiches del videojuego *Atlántica* sobre las computadoras y una guarda con cuatro afiches más pequeños de videojuegos que se repite por todo el local (*Wolf Team*, *Rakion*, *Mini Fighter*, *Gun Bound*). Asimismo, hay en el local cuadros enmarcados de juegos, dicen *Softnyx* (http://www.softnyx.com/), *Rakion* (http://rakion.softnyx.net/), Mini Fighter (http://www.9reyes.net/mini-fighter-softnyx/), *Gun Bound* (http://gunbound.softnyx.com/). Cada computadora cuenta con un cartel que la designa con un número, de fondo el dibujo de un juego diferente, debajo el nombre del ciber: *Camelot*.

En el local se venden cigarrillos y se sacan fotocopias. Se escucha música en inglés de los 80, al rato música latina. A pesar de ello, el clima que se genera es juvenil y fundamentalmente lúdico. A las paredes y los carteles de numeración de las máquinas se le suma que los fondos de pantalla también son sobre videojuegos.

[81] Estas escenas tuvieron lugar el 12 de marzo de 2012 en el ciber "*Camelot"* de San Francisco Solano.

Consigo una computadora de casualidad. Al rato de sentarme escucho al empleado decirles a los clientes que van llegando que tienen una hora de espera. Unas cuatro personas se quedan esperando. Una chica pide reservar una computadora para las 17.30 (porque tiene que bajar un *Power Point*) y el empleado le dice que no puede hacer reservas. Quedan de acuerdo en que el empleado le hace ese trabajo en su computadora.

Parece que las computadoras son espacios de permanencia, pocos son quienes las toman por unos minutos. El juego, que es la actividad más empleada, genera una captación que insume tiempo, por definición, la diversión hace olvidar el correr del tiempo. *Facebook* o *YouTube* también propician usos de esa índole. Observo, es mi trabajo aquí, pero a la vez nadie se siente observado, eso parece. Al menos no me lo hacen sentir. Al existir la posibilidad de que algunos se pongan de pie detrás de las computadoras a ver qué hacen los demás, que yo mire no se experimenta como una actitud rara. Eso sucede más que nada para quienes juegan, por su parte para quienes realizan actividades privadas como mirar *YouTube* o *Facebook* podría no resultar cómodo que los espíen. Mirar mientras alguien juega es una práctica social aceptada, no solamente en los deportes, sino en los casinos y en los antiguos locales de fichines, predecesores de los ciber.

En un lugar diferente al de las computadoras se encuentran dos pantallas planas, televisores, y asientos diferentes a los que están en las computadoras. Más cómodos, para jugar con videoconsolas. Unos jóvenes juegan a un videojuego de futbol. Este aspecto es novedoso en comparación con los ciberlocales que hemos observado hasta ahora. Los jóvenes hablan sobre el videojuego, parecen concentrados. Las pantallas, en mayor medida que en las computadoras, generan también público detrás de los jugadores.

Quienes hacen uso de las consolas son también usuarios de las computadoras. En ambas pantallas se juega futbol. Se comparte como consumo adicional un jugo *Cepita* entre los jugadores. El uso es indefectiblemente colectivo para estas pantallas: el juego de fútbol se juega de a dos.

La perspectiva de género persiste en este ciber, de veintinueve personas cuatro son mujeres. Dos jóvenes se encuentran frente a la computadora con sus ¿hijos? en brazos, una con un niño de pocos meses, a quien sostiene con el mismo brazo con el que maneja el mouse. La otra, con un niño de un año aproximadamente que le pregunta cosas y se

coloca los auriculares. “Te pongo música”, le dice. Y el chico asiente. Las jóvenes usan *Facebook*, miran fotos y comentan.

Las computadoras están todas ocupadas, en su mayoría los jóvenes están jugando. En otras usando *Facebook*, mirando fotos.

Los jóvenes de las computadoras 13 y 14 juegan y dialogan entre ellos. A su vez hablan en voz alta con otro ubicado en la computadora 17, en otra parte del ciber. El juego en red implica esto, que se pueda estar jugando con alguien en otro lugar; en otro país o en el asiento contiguo.

Una chica en la 3 llama al joven de la 17 -se llama Axel- y él viene a ayudarla en lo que está haciendo. En el caso de estos cuatro chicos, el ciber comprende un lugar donde compartir. Los jóvenes del ciber en su mayoría se conocen, se llaman por el nombre de una computadora a otra. Asimismo discuten sobre el videojuego y piensan maneras conjuntas de avanzar.

A las 16.50 ingresa un joven con guardapolvo escolar, el primero hasta ahora. Espero, presuponiendo que dentro de un rato, a la salida de la escuela, esto se replique con más jóvenes.

El público es en su mayoría joven, preadolescente y adolescente, de unos 10, 12 hasta 18 o 20 años. Sin embargo, ingresan al local personas más grandes que hacen usos más puntuales de las computadoras o de otros servicios que se ofrecen, como las fotocopias, las impresiones o la carga virtual de crédito para el teléfono móvil. Para ellos el uso del ciber es de paso, no de permanencia.

A esta altura resulta redundante sostener que los jóvenes del ciber tienen una ligazón comunicacional con la imagen. Son pura imagen. Pero no hablamos de una imagen vacía, de una imagen efímera, posmoderna, sino de una imagen lenguaje.

En primer lugar el videojuego, las pantallas, la decoración y ese microclima propio de su identidad y de su socialización cotidiana deviene en imagen buscada y alimentada todo el tiempo.

En segundo lugar las redes sociales virtuales: *Facebook* donde prefieren las fotos, aunque emplean mucho el chat; *YouTube* donde escuchan con auriculares, pero se buscan los videos y no solamente las canciones; ya que son las mismas que seguramente llevan en sus celulares. Cada uno parece generar su clima de imágenes en cada computadora, no solamente visuales sino también sonoras, de hecho la música de fondo

del ciber parece para ellos una anécdota. Si les importara que la música que suena es de los ochenta o música latina -que en apariencia por lo que estos jóvenes buscan en *YouTube*, nada tiene que ver con sus gustos-, ya deberían haberse quejado al empleado por escucharla.

El templo también lo es por sus sonidos, a la música propuesta por el lugar se le adiciona un abanico de efectos y diálogos. Durante nuestra estadía se escucha:

- Risas y mostrar al de al lado *Facebook*.
- "¿Querés que te pase el video?"
- Atender el teléfono celular.
- Llamadas de una computadora a otra.
- "Dale, Franco". "Dale, ya voy."
- "Fijate que aumenta la velocidad en el momento del ataque."
- Insultos a los protagonistas de los videojuegos y a los compañeros de juego.
- Onomatopeyas de todo tipo.
- "Soy". Se usa el verbo ser para expresar la figura que se personifica en el videojuego. "Soy un monito. Mirá lo que soy."
- "¿Me ayudás, Matías?"
- "¿Matías, me ayudás?"
- "Nahuel salí vos."
- Se aplauden cuando hacen algo bien.

El empleado es un hombre de unos treinta años, quien sale asiduamente de detrás del mostrador para acercarse a las computadoras por pedido de los clientes. Realiza estas acciones:

- Abre la puerta con un mecanismo eléctrico.
- Atiende la parte de kiosco.
- Designa computadoras y las consolas.
- Atiende pedidos de ayuda cuando alguna máquina no funciona y se desplaza hacia estas.
- Saca fotocopias, imprime, busca información inmediata en su computadora a pedido de los clientes.

4.4.3 USOS FRECUENTES Y USOS SINGULARES DE LAS TECNOLOGÍAS EN EL CIBER

Los jóvenes del ciber pertenecen, en su mayoría, a sectores populares (Fuentes y Garduño, 2006; Finquelievich y Prince, 2007; De Sousa Lacerda, 2013). En nuestros sujetos de observación advertimos que están vestidos con jean o jogging, remera o buzo deportivos, y zapatillas deportivas con resortes, denominadas por ellos como "altas llantas" (Murolo, 2010). En la configuración de sus estilos, generalmente *cumbiero* en las variantes "rocho" y "turro", también pueden verse piercing en la cara (debajo o sobre los labios y en las cejas), gorritas con visera, o un teléfono móvil en una mano.

Los sectores medios y altos pudieron estilizar las tecnologías de la comunicación en sus usos cotidianos contando con hardware, software, proveedores de conexión y un conocimiento cada vez más sutil de maniobra dada la asiduidad del uso. Por su parte, las clases populares quedan, de algún modo, rezagadas en esta carrera veloz hacia la adquisición de competencias y habilidades para maniobrar las tecnologías. De allí que el ciber, como también los programas de inclusión social al estilo *Conectar Igualdad*, se erija como un espacio transcendente a la hora de emparentar a este sector etario-social con las tecnologías. Más allá de esta afirmación, consideramos que las tecnologías generan pertinencia en diversas clases comunicacionales y sociales, géneros y edades. Con lo cual hay teléfonos móviles, planes de consumo y tecnologías de descarte para diferentes capacidades.

En el ciber se propician algunos usos, mientras que otros se crean:

"Además de actividades muy evidentes, como las "de ocio" -chat y juegos en red-, las razones que explica la presencia mayoritaria de jóvenes en los cibercafés son las siguientes:

- Mayor familiaridad con la tecnología, que ha entrado como una presencia ineludible en sus vidas desde hace unos quince años, convirtiéndose en un ítem de uso irrenunciable.
- Necesidad de uso de Internet para sus estudios, ya sea para buscar información, interactuar con otros estudiantes, cursar carreras o cursos virtuales, buscar becas, etc.

• Aún si algunos de estos jóvenes poseen computadoras en sus casas, las familias pueden limitar el uso de Internet debido a costos telefónicos, uso compartido de computadoras u otras razones.

• Los ciber se han transformado en lugares donde se pasa el tiempo libre, socializando a través de la red, en soledad, o acompañados por amigos" (Finquelievich y Prince, 2007: 53).

Los jóvenes del ciber emplean las tecnologías de la comunicación mayormente para usos comunicacionales, lúdicos y de entretenimiento -mientras que en menor medida para informarse o para el conocimiento escolarizado- entre los que se destacan los juegos en red y *Facebook*. "De ello que podamos considerar que "el cibercafé popular opera como un espacio de configuración de identidades técnicas como: expertos en quemar música, en juegos virtuales, etc. a través de nuevos aprendizajes, comportamientos, habilidades, destrezas y competencias, acompañados de una micro cultura que actualiza lo propio" (Fuentes y Garduño, 2006: 6).

Por su parte, se puede observar a los más grandes -de 17 a 20 años- visitar sitios de compra y venta como *Mercado Libre*, de videos como *YouTube*, buscadores como *Google*, y diversos portales de correo electrónico. Todos ellos hegemónicos, es decir, reconocidos como marcas contemporáneas. No se ve a los jóvenes ingresar a blogs y publicaciones personales, como tampoco a *Twitter*, *Flickr*, y demás actividades ligadas más con una apropiación adulta.

Si bien el ciber es un espacio de uso exclusivo de computadoras, podemos ver allí que las tecnologías convergen. Los jóvenes llevan consigo teléfonos móviles los cuales usan mientras están en las computadoras. Hablan por teléfono o escuchan música. Asimismo, el videojuego -que se extrapola al juego en red- puede entenderse como otra tecnología autónoma que converge con las computadoras, dada la existencia de consolas y dispositivos portátiles exclusivos para ello. A su vez, al advertir que los jóvenes visualizan asiduamente fotografías en *Facebook*, se sobreentiende también la familiaridad con las cámaras fotográficas, ya que las fotos que visualizan fueron muchas de ellas tomadas por amigos suyos o por ellos mismos cuando se trata de sus perfiles.

Por otra parte, no solamente ocupan las computadoras de manera individual, sino que puede verse a dos o más jóvenes a la vez usando una misma computadora. En estos casos, las conversaciones entre ellos tienen por objeto lo que sucede en la pantalla -

"Vamos a esperar a ver si viene el de la bomba", ante un juego de guerra-, incluso se los puede escuchar hablando a la pantalla como en un retruque válido al momento de experimentar el juego virtual. El/la amigo/a que no está al frente de los comandos de la computadora es probable que emplee su teléfono móvil con música o vaya a ver qué hacen los demás usuarios de las computadoras vecinas. Lo que nos demuestra que los tiempos de las tecnologías son fugaces y la paciencia ante una computadora no es la misma que en escenarios presenciales.

El espacio del ciber es también un lugar de socialización. Con mesas y sillas para que esperen su turno, el local se presenta como un lugar de permanencia, no de paso. El servicio que vende es cobrado contrarreloj y eso propicia que su propuesta consista en atraer a los clientes a permanecer. El ciber *El Madero,* por ejemplo, se presenta como un espacio de impronta juvenil mediante la configuración de su estética. Las paredes están pintadas en la gama del rosa y el morado. Hay colgados un cartel de madera tallada con el nombre del local, un círculo de tiro al blanco, dos afiches de la serie televisiva japonesa *Dragon Ball Z*; un afiche del videojuego *Atlántica,* y otro de la banda de rock *Carajo*. La ambientación se completa con dos mesas redondas y sillas; una en el medio del local, otra pegada al vidrio que da a la calle. Sobre las mesas hay diarios. En el local se escucha la radio, no muy fuerte, que pasa música latina. Una impronta sensorial se experimenta en el lugar: muchas pantallas encendidas, el estímulo visual de colores fuertes en los afiches y la sonoridad de la radio y los teléfonos; en definitiva una omnipresencia fragmentada significante que se convierte en un todo multimedial identitario de este tipo de locales.

Por su parte, *Camelot* también cuenta con imágenes de videojuegos en las paredes, asientos de madera, un living para jugar *Playstation* y un kiosko de lo más variado que invita a consumir constantemente. Las paredes pintadas de colores y música todo el tiempo generan, asimismo, un clima lúdico.

Es importante destacar entre los usos, el rol pedagógico que asumen los jóvenes delante de las computadoras hacia sus amigos que no saben usarlas. En algunos casos se enseña a jugar, en otros a usar *Facebook*, en menos casos a buscar en *Google* o en *Wikipedia*. Aunque los modos de enseñanza sean muchas veces poco pedagógicos, mediando

insultos y descalificaciones, los jóvenes asumen el aprendizaje como una actividad cotidiana dentro del ciber.

> Esta experiencia de aprendizaje informal, tiene que ver con las maneras de aprender el manejo de la tecnología y con la lógica de uso por parte de los usuarios en estos, sin un objetivo educativo planeado; así como con el aprendizaje del lenguaje digital que se da por fuera de las instituciones de educación.
> Estos espacios, al promover su acceso, han propiciado la adquisición de nuevas habilidades tanto sociales como cognoscitivas referidas al manejo de la técnica, a través de nuevas prácticas "socioculturales" como estar fuera de casa, paseándose y entrar al cibercafé (Fuentes y Garduño, 2006: 2).

En este espacio de aprendizaje aparece también con fuerza la figura del empleado, quien lejos de simplemente suministrar los turnos de las computadoras y cobrar el servicio, deviene en tutor y guía en diversos usos que no tengan que ver con los juegos y las comunicaciones, como usar un procesador de texto, guardar algo en pendrive o imprimir.

El empleado el ciber *El Madero* se llama Juan y me cuenta que el ochenta por ciento de los concurrentes al ciber son varones de la edad de quienes están presentes; agrega que las chicas van a la mañana o a la noche a hacer trabajos para la escuela. Me dice que desde el punto de vista psicológico "las mujeres maduran antes que los varones" y que los varones, generalmente, le piden ayuda para hacer cosas en las computadoras, ya sea usar un procesador de texto, guardar algo en pendrive, imprimir, mientras que si se trata de juegos, saben todo. Esta afirmación adiciona confusión e imprecisión ante el concepto de nativo digital que inviste a los jóvenes de habilidades innatas, relacionadas con las tecnologías. En este caso podemos advertir que estas habilidades se adquieren ante los usos que les interesan y no en los escolarizados que deben realizar obligados.

Mientras le pago, me pregunta por mi trabajo, le digo que es una tesis. Me cuenta que es psicólogo, que se recibió hace poco y en dos meses le entregan el título. Que estudió cuestiones de jóvenes para trabajos de la facultad y que ve que los jóvenes suplantan la experiencia por la pantalla -jugar a la pelota o estar afuera, por estar adentro- y nota una "falta de creatividad". Le pregunto si los chicos se pelean allí alguna vez y me dice que desde que está él no porque les puso límites. Que es necesario que haya un mayor al

frente del local para controlar a los jóvenes. Él no solamente asume el rol de control sino también el de guía en los usos estandarizados de las tecnologías.

> Esta habilidad del operario en muchos de estos cibercafés acompaña y facilita la práctica con la máquina, el teclado, el Internet, los programas o software y el acceso a la información. Si el operario es competente en el manejo de la tecnología y también en el trato que da a los usuarios, éstos pueden aprender más por sí mismos en el cibercafé, pues el operario les ofrece confianza que estimula su deseo de aventura con la máquina. (Fuentes y Garduño, 2006: 7).

El aprendizaje informal frente a las computadoras se da entonces también en el espacio público y no solamente en la escuela o en la casa. Los roles de maestros y padres se ven enriquecidos por el de los amigos y empleados de los ciber, quienes coadyuvan en la formación del joven como nativo digital. Finquelievich y Prince sostienen que

> Los cibercafés parecen ser el lugar por excelencia de iniciación en el ciberespacio: el número de personas que aprendió pragmáticamente el uso de Internet en los cibercafés (con frecuencia, guiados por comprensivos dueños o empleados de los mismos) es superior al de quienes se instruyeron en sus hogares, y supera largamente a los que lo aprendieron en sus lugares de trabajo, dejando en un lejano cuarto lugar a las instituciones educativas (Finquelievich y Prince, 2007: 58).

Esta afirmación se adecúa al momento de la investigación de referencia. Sin embargo, al tratarse de los tiempos de las tecnologías, cambiantes constantemente, los jóvenes entrevistados también mencionan el ciber en un pasado ligado con la iniciación: juntarse con amigos, ir cuando no se tenía conexión en la casa, jugar en red, buscar información para la escuela.

4.4.4 COMO TEMPLO Y COMO RITUAL

El ciber es un espacio de impronta posmoderna que no se condice con el espacio público actual en Argentina, ya que la recuperación económica hizo posible mayor conexión a internet en los hogares. Mientras que en 2007 eran 18,4%, en 2012 son el

68% de los hogares los que se encuentran conectados a internet[82]. En este sentido el ciber está en retirada o mejor dicho en una transición de lugar de permanencia a lugar de paso.

El ciber es de principios de siglo XXI, pero el tipo de consumo que se desenvuelve le otorga una impronta simbólica neoliberal noventosa. Allí tiene lugar una exaltación de lo lúdico y de la imagen, es un templo para desplegar un consumo popular-masivo de tecnologías a modo de rituales. Las computadoras son las vedetes y su ordenamiento en fila, numeradas, a la espera de usuarios/creadores de sentido quienes en el mejor de los casos entran y se sientan y en el peor deben aguardar su turno, describe un espacio de ansias y sublimación adolescente.

Los rituales en el ciber tienen más que ver con una esfera consumista que con un espacio de construcción de ciudadanía. Las elecciones pasan por tomar una computadora y generalmente jugar o ubicarse en unos sillones frente a una pantalla de veintialgo de pulgadas para jugar con una consola al *PES*[83].

También suceden en este espacio las negociaciones propias de un arte de hacer que nos proponen, como observadores, a reflexionar sobre el potencial de creación que conllevan. Estas usinas de prácticas sociales de pura comunicación contemporáneas se postulan en el escenario caótico de la diferencia de clase, en plena adolescencia y con el velo del consumo como fachada. Sin embargo, las resistencias dan sentido al encuentro entre amigos, a "perder el tiempo", a jugar en red con otros desconocidos, a aprender saberes "inútiles" censurados por el colegio y, algunas veces, por la familia.

Las interacciones que se dan tienen que ver con amigos que se encuentran a jugar en red, de una computadora a otra trascendiendo la esfera de lo virtual y hablándose -debería decir gritándose- ubicados a pocos metros. La legitimación de los usos es dada principalmente por los pares, que son a la vez rivales y compañeros.

También se observan varios jóvenes en una misma computadora, dialogando y dándose directivas. El que está al mando, generalmente, es quien menos interactúa con los otros. Es quien está hipnotizado por la pantalla, quien mueve el juego, quien narra con sus manos en el joystick, en el mouse, en el teclado. Los usos devienen en rituales porque la

---

[82] Datos de Internet World Stats. Disponible en: http://www.internetworldstats.com/stats2.htm (Consultado el 31/01/2014).

[83] *Pro Evolution Soccer*, llamado por los jóvenes PES, es un videojuego de fútbol para *Playstation*.

mayoría de los jóvenes, en diferentes computadoras y sin conocerse, hacen lo mismo, como actualizando una impronta de época que les pertenece y la vivencian en forma de performance.

> Pero igual el ciber a hacer tarea no voy, nos juntamos con algunos amigos y vamos a jugar a los juegos, tengo uno que está más o menos a siete cuadras de mi casa, que es un ciber gigante, debe tener unas treinta máquinas. Jugamos al *Counter Strike*. Estamos todo el día con eso, si vamos, vamos a jugar a eso nomás. Es muy raro ver a alguien hacer la tarea (Nicolás, 16 años, Bernal Oeste).

El juego en red parece ser el uso definitorio de los ciber en la actualidad. Ya que si bien es un uso que puede hacerse desde cualquier computadora con Internet, la idea de socializar con otros en el mismo espacio –donde debe haber otras computadoras- resulta más atractivo que jugar contra otros a quienes no se los puede ver. En este sentido, que cada uno enfrente su rol ante la pantalla contra y con los otros participantes torna seductora la partida, de modo diferente al uso de consolas.

> Es muy diferente que jugar a la *Play* porque vos jugas con tus amigos. Cuando jugas con tus amigos está bueno porque vos estas más conectado, vos cuando jugas a la *Play* estás jugando contra una computadora. En cambio, vos estás jugando con un amigo y no sé, es como que te sacas la bronca, como que te sentís mejor si jugas con un amigo (Nicolás, 16 años, Bernal Oeste).

El ciber oficia de templo único para una partida multi-computadoras, despliegue que no se puede efectuar en un hogar. De allí que los rituales del juego en red puedan ser numerosos y tornarse en práctica asidua.

> En el ciber capaz que nos juntamos cinco o seis. Capaz que nos llegamos a juntar, somos diez. Uno crea una partida… uno la crea y los otros se unen a esa partida, se juega en equipo, son dos equipos. Y capaz estamos tres horas y no nos dimos cuenta. El ciber está abierto todo el día, normalmente vamos a las cuatro, cinco y estamos hasta las ocho, nueve colgados. Ahora está unos tres pesos creo que está, igual, hay algunos cibers que son más baratos (Nicolás, 16 años, Bernal Oeste).

> Ahora casi todos tienen sus computadoras en su casa y no se llena tanto pero hay veces que, ponele, un feriado y el ciber está abierto, se llena porque se juntan todos. No es lo mismo porque si vos te juntas con tus amigos, si vas a un ciber están todos juntos. En cambio, si cada uno está en su casa… (Nicolás, 16 años, Bernal Oeste).

Henry Jenkins (2009) propone repensar la relación de los jóvenes con los juegos y nos insta a desplazarnos de los "efectos" a los "significados", en ese sentido el videojuego que eligen es producto de decisiones. Se juega (en el doble sentido) la construcción de la identidad y la pertenencia en la práctica de elección. Estos gráficos -a esta altura de las generaciones de los videojuegos deberíamos decir "estas historias"- que se despliegan/cuentan forman parte de las narrativas habituales que acompañan a los jóvenes en sus actividades, conversaciones e interacciones con otros jóvenes. Nada nuevo. Todo consumo cultural desde finales de la segunda guerra mundial configura, junto con la moda, los modismos del lenguaje, la apropiación del espacio público, un modo de ser joven y los agrupamientos deseados y posibles. El videojuego no escapa a ello.

De allí que el ciber haya sido y en algunos lugares todavía sea un espacio necesario e inevitable, sea el potrero, "la nueva esquina" (Bouile, 2008). Todo ritual necesita un templo y un gurú, un objeto, un ayudante y un oponente, como en el esquema actancial de Greimas. Como en los cuentos tradicionales rusos que analizaba Propp, todo ritual necesita de sus treinta y un elementos. El ciber los tiene y los jóvenes lo naturalizan y transitan al punto que la tecnología a veces pasa a un segundo plano. Si se mira en vez de ver se advierte que suceden más cosas en el ciber que la existencia de las tecnologías.

> No sé si me perdía, pero todos los amigos íbamos y nos juntábamos ahí. Además, el que tenía el ciber vivía a una cuadra de mi casa, era un vecino, entonces, por ahí íbamos y ni siquiera estábamos usando las computadoras ni nada. Jugábamos entre todos, algún juego en red (Facundo, 20 años, Quilmes Centro).

> Íbamos con amigos, de ir solo quizás una vez en vacaciones de verano por no tener contacto. Pero íbamos con amigos justamente para jugar a los juegos (Joaquín, 15 años).

Joaquín habla de un pasado, habla de “cuando era chico” -tiene 15 años- y cuenta que iba al ciber a pesar de contar con Internet en su casa. Este dato refuerza la idea de templo ineludible para una juventud que se iniciaba en los rituales de uso de las tecnologías en el espacio público, la mayor de las veces ayudado por amigos con quienes compartía la experiencia de aprendizaje. Se trata entonces de un espacio de socialización con pares, amigos y jóvenes de las otras computadoras con quienes se comparte un corte etario, generacional, mismas inquietudes y gustos.

> Al ciber no voy, iba antes. No iba a conectarme, iba nada más que a ver videos porque para mí ni existía el *Facebook*. Jugaba a los jueguitos a veces. O sino, miraba videos y nada más, para eso… o a veces necesitaba imprimir cosas para el colegio. Una hora. Lo que necesitaba. En mi casa puedo jugar lo que quiera, puedo jugar una hora, dos horas. A veces que me pongo a jugar a la noche, pero quiero seguir jugando pero me tengo que ir a dormir porque voy al colegio (Lucas, 14 años, Villa La Florida).

Es interesante el caso que plantea Lucas, quien cuenta con internet en la casa. En ese caso el ciber participa solamente como espacio de encuentro, el uso contrarreloj de las tecnologías no tiene el mismo estatuto que para un joven que no cuenta con internet en su casa. Esta es una constante con los demás jóvenes entrevistados que cuentan con computadora y conectividad en sus casas, fueron alguna vez al ciber y generalmente la razón es compartir con amigos el tiempo de ocio.

> Siempre tuve PC y conectividad en mi casa, alguna vez fui al ciber a jugar con mi primo una horita porque estábamos al pedo. Después porque estaba en la costa y me metía internet mil veces o cosas circunstanciales como esa (Fernando, 24 años, Quilmes Centro).

> Al ciber íbamos con amigos, de ir solo quizás una vez en vacaciones de verano por no tener contacto. Pero íbamos con amigos justamente para jugar a los juegos. Es que no era lo mismo que en casa. Porque en ese tiempo era todo como más lento, aparte no tenías que usar el teléfono, sino se cortaba Internet. Muchas cosas (Joaquín, 15 años, Quilmes Centro).

> En el verano iba al ciber. Durante el año no, porque a los 12 me pusieron Internet y a esa edad era cuando estaba todo el boom del ciber. Y acá no, pero allá en San Bernardo… en la otra casa no tenía Internet; entonces, sí, tenía que

> ir. Hablaba con mis amigos porque, como estaban acá, era la única manera de hablar. Porque en ese momento el celular salía caro. Era SMS y no pidas Internet" (Nair, 18 años, Quilmes Centro).
>
> Si no tuviera computadora no iría tampoco. No me voy a movilizar hasta un lugar… tampoco soy adicta, hay gente que sí (Agustina, 17 años, Quilmes Centro).

La constante de ir en verano, en vacaciones, cuando no se tiene acceso a la computadora de la casa demuestra una práctica social de la cual no se puede escapar aún en vacaciones. Hablar con los amigos o jugar se fueron configurando como prácticas de sentido asiduas que de algún modo forman parte de la definición juvenil contemporánea.

En el ciber se pueden compartir otras cosas además del gusto por tal página o tal juego. El primer cigarrillo, ver pornografía o conversar sobre temas que con los padres no se hablan también es propicio que tenga lugar en este templo posmoderno. Algunas de esas prácticas tenían que ver anteriormente con el comienzo a frecuentar el boliche y las salidas nocturnas.

> Al ciber no voy. Tuve muchos traumas con el ciber. De ir y tener que esperar cinco horas para que te habiliten una máquina, es jodido y en el ciber fuman, creo que ahora no fuman más adentro del ciber, pienso yo, pero antes yo me acuerdo que iba y te decían "sí, en media hora se habilita una" y los tipos fumaban, después llegabas a tu casa con el olor a cigarro y te decía tu vieja "eh, anduviste fumando". No, en el ciber estaban fumando, yo qué culpa tengo (Facundo, 17 años, Villa La Florida).

Los compañeros generacionales se posicionan como pares que no juzgan las acciones de un punto de vista moral. De ello, el ciber se erige como un lugar de pura comunicación, donde se satisface la necesidad de expresarse ante pares. Se puede chatear con otros virtuales, pero también con amigos presenciales o interactuar con el empleado o empleada del ciber quien dada la asiduidad se convierte en una figura amistosa. Por ende, se constituye como un espacio de permanencia y no solamente de paso. Es decir, se concurre a hacer lo que se tiene por fin pero también se encuentra una disposición de la proxémica que invita a pasar un rato más.

En casi todos los cibers que observamos se encuentra un espacio para sentarse, mesas, sillas o sillones para poder consumir una gaseosa y la más diversa variedad de artículos de kiosko. Como también hay diarios del día a disposición de los clientes. Es entonces cuando en el ciber las redes sociales virtuales se *vuelven* -en la doble acepción de "convertirse" y de "volver a ser"- presenciales.

En las observaciones notamos que la amplia mayoría de los concurrentes a los ciber son varones y que las chicas que van hacen usos específicos como buscar información para la escuela o usar redes sociales virtuales y en muy menor medida jugar juegos en red, como hacen los varones. "Al ciber a veces voy sola o con mi hermana, vamos ahí, pero no mucho tiempo, un rato nomás a entrar a *Facebook*" (Talía, 14 años, San Francisco Solano).

Las chicas permanecen en el ciber menos tiempo que los varones y hacen usos específicos. Natalia nos cuenta que usa *Facebook* pero mientras busca información para la escuela, solamente esperando que se complete la hora que ya pagó. "Entro un rato al *Facebook* también. Y eso, nada más. Espero que pase la hora, nada más. Mientras tanto, estoy ahí" (Natalia, 16 años, San Francisco Solano).

Natalia dice que es un ámbito "más de varones", que chicas no ve muchas y afirma que las que ve "están en el *Facebook*" (Natalia, 16 años, San Francisco Solano). Nos cuenta que "de vez en cuando está lleno. No todos los días. A la tarde. Tipo tres de la tarde, por ahí" (Natalia, 16 años, San Francisco Solano).

Ella concurre principalmente a buscar información para la escuela. Compara el ciber con los libros y lo cree conveniente porque le permite hallar la información de manera más rápida y eficiente.

> Al ciber voy más cuando necesito buscar información para el colegio. Ahora, por ejemplo, estamos viendo en Política cosas del Estado, ay no me acuerdo, el artículo bis, el catorce y el dieciocho, el trabajo de la mujer, esas cosas, por qué la mujer, o sea, tiene, le pagan menos que a los hombres, qué es lo que cambia por eso, todas esas cosas. Después en otras cosas, también, otros niveles, todas esas cosas. Buscamos eso. Y para no buscar en los libros. Si no también está la carpeta, pero por ejemplo, a veces necesitas más información que la que hay en la carpeta. Entonces te vas directo para no estar buscando en los libros y qué se yo, te vas al ciber, te saca ya la información en un toque (Natalia, 16 años, San Francisco Solano).

Natalia sabe usar la computadora de manera básica pero para buscar información y guardarla necesita ayuda.

> La prendés, ponés *Google*, Constitución Nacional, por ejemplo, artículo catorce y te aparece el artículo catorce. Y ahí buscas más o menos de lo que vos estás hablando en el colegio y ahí más o menos lo que vos estás hablando encontrás. Si por ejemplo, no hay, no de eso no estamos hablando, salís y buscas otro. Me ayudan porque… Eso por ejemplo yo no sé. Yo sé buscar información pero después cómo haces para pegar, para pasarlo a la otra hoja, para que te lo saquen, eso no sé. Yo no soy de andar computadoras, tecnología, por ejemplo, eso no, no entiendo (Natalia, 16 años, San Francisco Solano).

El hecho de buscar información en el ciber se hace porque los jóvenes no cuentan con computadora o con conectividad a internet en sus casas y de ello que tampoco cuenten con los conocimientos básicos para manejarlas. Asimismo, el servicio de búsqueda de información trae consigo la necesidad de imprimir en papel. El rol del empleado del ciber se torna necesario y de ello que muchos locales cobren de más este servicio a quienes no saben manejar las tecnologías.

> Por ejemplo, para imprimir, la impresora la tiene el que está atendiendo. Él lo imprime y ahí tengo que ir a buscarlo, la información, nada más, por ejemplo, ponele que ninguna de las dos no entendemos, hay una persona que te ayuda ahí a guardar, a buscar no porque lo buscas fácil pero por ejemplo, lo tenés que copiar, todas esas cosas, te ayuda el hombre que está ahí. Ahí está, cada hoja dos pesos. Pero por ejemplo, si vos no lo sabes buscar te cobra más caro la persona que lo está buscando, el hombre que lo está buscando te cobra el doble, cuatro pesos. Por eso, más barato te sale que vos lo busques (Natalia, 16 años, San Francisco Solano).

Asimismo, los casos testimonio nos demuestran que no podemos generalizar y que hay chicas, como Aldana, que además de buscar información para el colegio iba al ciber a jugar juegos en red.

> Iba al ciber cuando tenía diez años, diez, doce, a uno ahí a una cuadra de mi casa, una cuadra y media. Iba a buscar información y a veces también iba para jugar al *Counter Strike* con otras personas. Por ahí jugaba sola o jugaba con mi hermana o con las personas que estén conectadas, con diferentes personas que

> estén todas conectadas en un mismo momento. Iba a la tarde, alrededor de las tres (Aldana, 16 años, San Francisco Solano).

Es interesante el modo de transacción dinero-tiempo de juego que narra Aldana en cuanto el uso de las consolas de *PlayStation* en el ciber. Ese uso que generalmente se trata de juegos de fútbol y es colonizado por los varones, se deviene como variante en una práctica lúdica en grupos ya no en el ámbito privado del hogar sino en el público, con la espera del turno y el tiempo finito que permite el alquiler de las tecnologías.

> Adonde yo iba si había *Play*, era lo que más se pedía, estaban las computadoras y jugar a la *Play* y todos querían ir a jugar a la *Play*. Juego de fútbol hay pero hacen campeonatos entre ellos. Iban como siete amigos hasta que vos tenías tu turno se hacía de noche. Entonces era como que juntaban las monedas, tenían la plata, iban y pagaban. Te quedabas y después te decían cuántas horas tenías (Aldana, 16 años, San Francisco Solano).

El ciber tuvo su apogeo a principios de los 2000 y desde allí, gracias al aumento en la conectividad en los hogares, fue mermando su influencia como espacio de iniciación en el uso de tecnologías. Sin embargo, en los lugares donde siguen existiendo continúan ejerciendo este rol, sumado a los de lugar de socialización y de intimidad en los cuales lo convierten los jóvenes mediante sus prácticas.

4.4.5 EL ESPACIO SIN CONTROL

El ciber, entendido como “espacio sin control”, puede resumirse en una serie de características. Estas estriban las disputas por la hegemonía de los sentidos en los usos de las tecnologías de la comunicación por parte de los jóvenes:

1. Espacio de reproducción de usos impuestos por el mercado –en menor medida por la escuela y la familia- y/o de creación de nuevos sentidos.
2. Espacio donde desarrollar usos de lo prohibido: pornografía o chatear con extraños.
3. Espacio donde encontrarse con los amigos o pares –presenciales o virtuales- para la construcción de una identidad grupal y para aprender habilidades juntos.
4. Espacio de ausencia de maestros y padres –colegio y familia- como autoridades institucionales y súper-yóicas que delimitan regímenes de usabilidad.

5. Espacio de autoridad del empleado del ciberlocal devenido en hacker y ayudante, en instructor y compañero.

La juventud se constituye como generación, como comunidad de sentido, como pertenencia. Como categoría comunicacional se erige productora y reproductora de símbolos transmitidos a grupos intrínsecos de pertenencia para así poder extrapolarlos, como identidad, a grupos extrínsecos; a la sociedad en su conjunto. A la vez, resulta casi imposible pensar las tecnologías de la comunicación sin ligarlas a los jóvenes. Es imposible no asociarlos dadas las características comunicacionales de los jóvenes y las facilidades y seducción de consumo que les proponen las tecnologías.

Los usos del ciber ocupan un terreno interesante de observar a pesar de tratarse de un espacio en creciente disolución a raíz del incremento de conectividad en los hogares. En este espacio se pueden observar usos impuestos de las tecnologías por el mercado, por el colegio, por la familia y por otros pares y también usos novedosos. Algunos de ellos devienen en prácticas, esto es en usos institucionalizados, cotidianos, de los cuales se olvidan sus génesis. En este sentido, con Silverstone, hablamos de incorporación.

Los usos impuestos de las tecnologías, los hegemónicos, encuentran una reafirmación en los usos de los jóvenes; esto sucede cuando mayormente no se visualizan usos contrarios a los dominantes: *Facebook*, *Google*, *Messenger/Skype*, *YouTube*, *Playstation*, los juegos en red, y la telefonía móvil ocupan los primeros puestos de sus preferencias. También cabe señalar que se produce una incorporación de plataformas similar a la de jóvenes que pueden contar con tecnologías en sus hogares. Los jóvenes del ciber no tienen donde descargar películas y series, no pueden incorporar del mismo modo que contando con computadora en sus hogares el uso de la cámara fotográfica digital y la publicación de las fotos y videos.

No obstante se encuentran determinados atisbos de resistencia y creatividad, la lucha por la hegemonía de los sentidos de las prácticas, en el ciber, se diluye por el lado de la incorporación de la tecnología como la propone el mercado, al tiempo que la permanencia en el espacio mismo y los usos de los juegos eluden quizás al sistema educativo, ya que probablemente algunos jóvenes no concurran a clase por quedarse en el ciber y no lo hagan justamente para buscar información.

Por otra parte, la industria cultural digital, las redes sociales virtuales, los chats y juegos en red son espacios que se tornar de algún modo privados. Sin embargo, otros harán

usos más privados como consumir pornografía, y de este modo eludan la presencia de los padres.

La visualización de pornografía se trata de un tema tabú que aparece pocas veces en los discursos juveniles. En pocos casos los jóvenes admiten (como si estribara una culpa) descargar o ver pornografía de internet. Son generalmente los más grandes de edad quienes lo mencionan. Es interesante el discurso de quienes lo cuentan.

> Ah, y con la cabeza gacha, lo admito: veo pornografía. Eso sí, no todos los días ni mucho menos, pero algunas veces al mes sí. Es algo que da un poco de vergüenza, hay algo de tabú sobre eso que aun impera sobre mí. Ahora es poner en *Google* una palabra y listo. Antes era esconder revistas, traficar videos, etc. Cuando yo tenía 14 años era todo un suceso. Ahora para un pibe de 14 es una palabrita en *Google*" (Fernando, 24 años, Quilmes Centro).

Fernando tiene 24 años y señala un hoy y un ayer, habla de un cambio de época y de una relación diferente ante las primeras experimentaciones conscientes con la sexualidad en la adolescencia. Los modos de circulación de material pornográfico también pertenecen al orden de la creatividad, la resistencia y la comunicación. El hecho de tratarse de una práctica en los márgenes de lo permitido y de tener que esconderse significaba en otro tiempo una actividad privada que buscaba eludir a los padres y al resto de la familia. La disputa de sentido tenía que ver con experimentar lo prohibido. En la era digital esos tabúes siguen existiendo aunque relajados por el cambio de época. La televisión, el videoclip musical, la publicidad y la prensa en general muestran la desnudez con mucha menos culpa que en décadas atrás. Sin embargo, la habitación y la conexión ilimitada, el uso del ciber y otros espacios de privacidad juvenil propician el acercamiento a pornografía audiovisual, que las películas en VHS de los noventa –en pleno apogeo del videoclub- o las revistas no lo permitían fácilmente.

Un estudio realizado en ciberlocales de Venezuela se preocupa por el consumo de pornografía por parte de jóvenes entre 11 y 17 años, ya que esta práctica viola la Ley Orgánica para la Protección del Niño y del Adolescente (LOPNA) (Gutiérrez y González, 2004). El estudio vislumbra una práctica de sentido que negocia espacios de libertad ante la cultura adulta. En las entrevistas que hemos realizado, pocas veces aparece el tema del consumo de pornografía en Internet. Siempre acompañado de una

mirada humorística o vergonzosa. En definitiva, lo que se tematiza es la facilidad de acceso a material “prohibido” gracias a la conexión a internet y a construirse alrededor un espacio de pseudo privacidad.

En el ciber no solamente se ejerce lo prohibido mediante el consumo de pornografía o violencia en imágenes. Este aspecto habla de un cambio de época y de diversas formas de acceder a lo prohibido a través del tiempo. La elusión a los adultos tiene por propósito generar artilugios de intimidad adolescente, donde los amigos pueden ser aliados y los padres aquellos censores que prohíben la experiencia con lo que no se les permite conocer. Y, por lo tanto, genera mayor curiosidad.

En el ciber también se habla con extraños mediante el chat y se generan comunidades de desconocidos por conocerse -de diferentes lugares geográficos, edades y géneros- de los cuales no se sabe fehacientemente cuánto de su construcción semiológica virtual es cierto. Los rituales de lo prohibido sortean tabúes de la infancia y la adolescencia, se enfrentan al temor de ser descubierto y ofician, de algún modo, como rito de iniciación.

El espacio sin control propicia entonces un lugar donde la autoridad vacante de padres y maestros es ocupada de algún modo por el empleado del local, aunque solamente como autoridad tecnológica. Se trata de quien enseña a usar las máquinas, pero no se ubica como censor de actividades, no es quién dice qué ver y qué no ver en las computadoras, ya que la permanencia de los jóvenes en el local redunda en mayor consumo del servicio. El manejo de la tecnología es mediante el dinero, por lo cual, la relación con el empleado como autoridad se ve borrosa ya que no deja en ningún momento de ser una relación clientelar, donde los jóvenes tienen derecho a consumir productos según la cantidad de dinero que tengan. Asimismo, la asiduidad puede tornarla en amistad. De ello que al no haber ni padres, ni maestros, ni adultos para poner límites, a lo sumo son los amigos quienes hacen las veces de ethos mínimo al elegir colectivamente los usos a realizar.

Asimismo, a pesar de que el sistema educativo se encuentra fuera del ciber, en algunos casos se concurre a buscar información para llevar al colegio, pero no es principalmente un ámbito de estudio. La mayoría de las veces las búsquedas son para conformar los pedidos de los docentes y no se investigan los resultados. Sin embargo, el colegio y el ciber experimentan otros cruces.

El empleado del ciber cuenta que hubo casos en donde chicos llevaron sus computadoras personales de *Conectar Igualdad* para que él las desbloquee y así poder adicionar programas y juegos. En este sentido, el rol hacker del empleado deviene en el de gurú en medio de los rituales. El empleado lo hace sin pruritos, sin avisar a los padres ni a docentes de esta práctica, por lo cual el espacio, verdaderamente, se torna sin control a los ojos de los jóvenes.

En este proceso de búsqueda de información para la escuela, se despliegan una serie de usos en los cuales los jóvenes interactúan con otros jóvenes y de manera intuitiva aprenden. Es una vez más el empleado quien muchas veces les enseña destrezas básicas como guardar información en un pendrive o enviar un archivo a imprimir. El concepto de "nativo digital" se asienta en exaltar las habilidades que tienen los jóvenes para aprender a usar las tecnologías. Sin embargo este dato demuestra que lejos de tratarse de habilidades innatas ante las tecnologías, se necesita una enseñanza y un aprendizaje.

Un texto asentado en la reproducción de conceptualizaciones hegemónicas como Sociedad de la Información, Sociedad del Conocimiento, brecha digital y nativos digitales se pregunta: "¿Pueden los inmigrantes digitales educar tecnológicamente a los nativos digitales? La población de usuarios de cibercafés, mayoritariamente jóvenes, nativos digitales, no necesitan recurrir a cursos para utilizar las herramientas de la sociedad de la información" (Finquelievich y Prince, 2007: 27).

Información proveniente de casos específicos y no estadísticos nos muestran que esta afirmación es al menos una generalización carente de base ya que si bien los jóvenes no le temen a las tecnologías de su época, como generalmente los jóvenes de cada época, no nacen sabiendo utilizar software de todo tipo y aplicaciones complejas[84].

Si la Sociedad de la Información nos propone un universo de democracia, emancipación y libertad a través del "acceso" y la "participación" en las denominadas "TICs"; en los usos, los jóvenes demuestran posibilidades que no solamente obedecen a la información y al conocimiento, sino mayormente a un universo lúdico, de entretenimiento y de comunicación que abre las posibilidades de mayores ligazones con sus pares y de la expresión. Sus usos son respuestas dominantes o negociadas ante la hegemonía de los sentidos imperante.

[84] Para una discusión del término "nativo digital" remitimos al capítulo Marco teórico.

Las nuevas tecnologías de la comunicación cargan en sus espaldas las críticas de la alienación y la proliferación de la violencia, por ejemplo en el caso de los videojuegos. Estas posturas se asientan en dos evidencias: la cantidad de tiempo que los jóvenes pasan delante de las pantallas y los contenidos efectivamente agresivos que proponen determinados juegos en red. Sin embargo, en muchos usos, también existe mediante la comunicación, la posibilidad del fortalecimiento de las relaciones sociales.

> En esta formación el joven aprende un manejo más veloz del tiempo, el acortamiento de los espacios en el descubrimiento de territorios virtuales, además del tratamiento de la diversidad que genera el acercarse a otros mundos y personas. Lo anterior produce una dislocación en los referentes que le permitan comprender y hacer en este nuevo mundo "glocal", que lo confrontan con su mundo familiar. De esta forma, el joven produce o se asocia a nuevas comunidades de diversa índole desde donde pueda interpretar y generar el sentido (Fuentes, 2006).

El joven de la cibercultura reconoce en los otros a una persona, no solamente a un avatar. Es decir, no se encuentra durante toda su conexión solamente ante una pantalla. Desde esta lógica no reduccionista, no se entiende la violencia del videojuego en red como tal, sino como un juego, y en última instancia como una representación consciente de la violencia.

> Estas son algunas de las necesidades del joven, además de las tecnológicas, que se despliegan en el cibercafé: exploración sus deseos eróticos o amorosos que dependen de la edad, el resolver sentimientos de soledad, búsqueda de afectos o de signos de identidad social reconocida, que se desprenden generalmente de la cultura global. En el cibercafé conectado, estas necesidades se confrontan con modelos recreados a través de imágenes mediáticas virtuales, que circulan en la red y que son una invitación a entrar a un juego construido de espejos/objeto/mercancía. (Fuentes y Garduño, 2006: 4).

El ciber es uno de los espacios de entretenimiento y socialización por excelencia sobre todo para los preadolescentes que no concurren aún a locales bailables. El ciber seduce mediante la conexión, ese valor posmoderno creador de comunidades.

Hemos podido advertir en los ciber una serie de usos para nada estandarizados pero plausibles de ser categorizados para un fin expositivo: usos individuales y colectivos: solos ante la computadora o con amigos, hablando de lo que sucede en la pantalla; usos

genéricos: hay más varones que mujeres y mientras los varones mayormente usan juegos en red, las mujeres no lo hacen y prefieren las redes sociales virtuales y la mensajería instantánea; usos etarios: mientras los más jóvenes juegan y usan redes sociales virtuales, los más grandes -de 17 a 20 años aproximadamente- también visitan sitios de compra y venta y de videos.

El ciber es una muestra de las amplias posibilidades de usos de las pantallas que despliegan los jóvenes en el espacio público. El ciber, como germen, nos muestra que existe una nueva sensibilidad ligada a las posibilidades que propician las tecnologías y que mediante los usos se efectivizan en la sociedad.

> Con la tecnología se radicaliza la brecha generacional: el joven se sale de su casa para buscar un espacio de "libertad", donde chatear, debido a que en su casa no se le permite y le dicen "estás perdiendo el tiempo". En esta gestión, el cibercafé popular opera como un albergue hospitalario, que recibe a jóvenes en conflicto entre deseos y normas en búsqueda de resoluciones sobre su identidad, bastante dirigida hoy por los objetos del mercado (Fuentes y Garduño, 2006: 5).

Esta libertad que el joven encuentra en el ciber no es otra que la posibilidad de librar batallas de sentido, crear, producir y también reproducir, como decisión, los modos imperantes de ser joven. El espacio sin control deviene en un control de pares y otros lejanos a la microfísica del poder escolar y familiar.

4.5 VIDEOJUEGOS (USOS LÚDICOS)……..……..…….
4.5.1 Las técnicas de recolección de datos y los videojuegos…..……..…..……
4.5.2 El ritual: Videojuegos en la noche...……...……
4.5.3 Jóvenes y ¿Jóvenes?: Juntarse a jugar a la *Play*……....…….
4.5.4 *Game's never over*…….…….……...……...
4.5.5 De los efectos a la disputa por los significados...…..……...……..

4.5 VIDEOJUEGOS (USOS LÚDICOS)

Los videojuegos forman parte de la cotidianeidad juvenil propiciando un espacio de ocio y entretenimiento, pero también se presentan en el marco de actividades donde compartir y socializar con pares. De ello que, al formar parte de los usos incorporados por la cultura juvenil, se ubican como un terreno de construcción de significados grupales.

Desde hace varias décadas los videojuegos forman parte de un espacio privado diferente al que suponen otros juegos tradicionales de niños y jóvenes, quienes son, en primera instancia, sus destinatarios directos. La bicicleta, la pelota, las muñecas significa(ba)n usos del espacio público y dinámicas de socialización con otros niños y jóvenes, además suponen el deporte, la motricidad, la diversión; como todo juego, generando universos simbólicos. Por su parte, los juegos electrónicos mediados por pantallas y sus dinámicas son el paradigma de la diversión contemporánea, para algunos autores se ha convertido en la industria del ocio más poderosa, al tiempo que se señala al videojuego como la puerta de entrada de numeroso jóvenes y niños al uso de tecnologías (Belli y López Raventós, 2008: 159).

> Aunque no son la única utilización de las TICs para el ocio, sí son la más importante. Los videojuegos (VJ) son los juguetes de la era tecnológica y el entretenimiento del futuro. Representan una de las entradas más directas a la cultura informática, a la cultura de la simulación, al mundo virtual, dotando a los niños de competencias necesarias para vivir en la sociedad digital (Ferrer Marqués).

Desde estas perspectivas es plausible entenderlo como: "un ocio social y visual como espacio de apropiación de la tecnología en contextos sociales. Así podríamos definir la práctica social de los videojuegos, que puede ser considerada como un aprendizaje

informal, ya que supone el juego compartido entre iguales (Belli y López Raventós, 2008: 176).

No obstante Internet, los reproductores de música portátiles, la telefonía móvil y demás *hardwares* innovadores plantean de modo solapado más que información y comunicación, consumo y la posibilidad del entretenimiento como carta de presentación, son los videojuegos -más que ninguna otra de las tecnologías de la comunicación- los cuales se postulan de manifiesto desde la dimensión del entretenimiento y el consumo. Sin embargo, más allá del puro consumo que estriban las industrias culturales, en el videojuego también se desarrolla una actividad simbólica.

El interés académico en los videojuegos por parte de las Ciencias Sociales tiene principalmente una doble filiación: en primer lugar la Psicología (Etxeberría, 1998; Esnaola Horacek, 2003; Balaguer, 2004), con estudios que se ocupan de los imaginarios alrededor de la violencia en los videojuegos. La otra perspectiva es la Comunicación (Levis, 2005; Cabello, 2007; Ferraris, 2008; Jenkins, 2009 Murolo, 2011,) en tanto los intereses centrales rondan las construcciones de sentido con estas tecnologías. Los cruces son inevitables por la naturaleza de las inquietudes. Por ello tomamos postulados y discusiones de ambas vertientes.

Asimismo, algunos de estos autores y otros investigan el videojuego como posibilidad tecnológica ligada a la educación (Etxeberría, 1998; Lincona Vega, 2001; Esnaola Horacek, 2003; Gee, 2005; Levis, 2005; Pindado, 2005; González y Blanco, 2008). Este interés proviene de tratarse de una tecnología incorporada por los jóvenes y de algún modo en la administración de la rutina diaria compite con el tiempo dedicado al estudio. Asimismo, en un contexto donde las tecnologías digitales ingresan al ámbito educativo mediante programas estatales (notebooks de *OLPC* y *Conectar Igualdad*) es menester del sistema propiciar usos alternativos a los de ocio y entretenimiento de los videojuegos si no se asimilan ocupar este lugar de tecnología que compite por el tiempo juvenil.

A lo largo de su historia, esta primera cultura multimedia (Moreno, 2003) experimentó cambios cualitativos en tanto sus desarrollos, a raíz de una evolución de la técnica y las posibilidades de mejora de sus estéticas y propuestas lúdicas. Asimismo, los *hardwares* -o consolas- y los *softwares* -o gráficos- se masificaron hasta configurar aficionados y fans que los siguen, generando un consumo de primer orden. Según Roberto Balaguer

(2004) se trata de un producto cultural que "mueve un mercado cercano a los siete billones de dólares solamente en EEUU"[85].

Los videojuegos nacieron en la década de los 50 y se fueron consolidando como producción seriada y de consumo con el correr de los años[86]. La socialización de los videojuegos se masificó en los años ochenta, emparentada con los locales de videojuegos que funcionaban mediante grandes máquinas y fichas. Hacia finales de los 80 y principio de los 90 se produjo la masificación de las videoconsolas de uso doméstico. Finalmente, desde principios de milenio, se asocia con la posibilidad de jugar en red, con computadoras, en ciberlocales o en los hogares[87].

En la actualidad los videojuegos atraviesan por lo que se denomina su séptima generación. Estas generaciones se van superando mediante el desarrollo tecnológico que se vislumbra en mejores gráficos y usabilidad[88].

La mayoría de las tecnologías de la comunicación contemporáneas posibilitan el uso de videojuegos. Podemos señalarlas en cinco grandes grupos:

- **Videoconsolas:** las preferidas son *PlayStation 2 o 3* (*Sony*); *Wii* (*Nintendo*); *XBOX 360* (*Microsoft*). Estos juegos tienen lugar en hogares (con la propiedad

[85] Según una encuesta del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires titulada "La industria de videojuego en la Argentina. Tercera Encuesta Nacional a Empresas Desarrolladoras de Videojuegos: un diagnóstico en base a 26 empresas encuestadas", el 96% de las empresas encuestadas comenzó a operar en los años 2000 y de este subconjunto, 8 de cada 10 lo hizo a partir de 2005. En relación con el origen del capital de estas compañías, los resultados hablan de la predominancia de empresas de capitales nacionales, siendo 73% de las encuestadas. La fracción restante se distribuye entre las firmas de capitales mixtos (15%) y las exclusivamente extranjeras. De las cuatro empresas de capitales mixtos, tres poseen mayoría accionaria nacional (la cuarta no suministró esa información).

[86] "Durante bastante tiempo ha sido complicado señalar cuál fue el primer videojuego, principalmente debido a las múltiples definiciones que de este se han ido estableciendo, pero se puede considerar como primer videojuego el *Nought and crosses*, también llamado *OXO*, desarrollado por Alexander S. Douglas en 1952. El juego era una versión computarizada del tres en raya que se ejecutaba sobre la *EDSAC* (ordenador de la época) y permitía enfrentar a un jugador humano contra la máquina" (Belli y López Raventós, 2008: 161).

[87] Entendemos que los procesos comunicacionales son dinámicos y en constante ebullición, es por ello que esta sucinta revisión genealógica no se desentiende de los cruces con otras tecnologías y superposiciones en prácticas y usos, postulándose simplemente como un repaso teórico ideal. En otro trabajo titulado "Tres maneras de jugar. Prácticas comunicacionales con los videojuegos a través del tiempo" realizamos una genealogía del videojuego no desde la perspectiva de la evolución tecnológica sino mirando los usos sociales generados en cada época (Murolo, 2011).

[88] Las generaciones son los modos que tienen las empresas para distinguir los avances tecnológicos en materia de videojuegos. De este modo el *Family Game*, el videojuego más famoso a principios de los noventa, pertenece a una segunda generación y sus juegos están construidos en 8Bits. *Sega*, de tercera generación es de 16Bits y así sucesivamente hasta llegar a los actuales juegos de 7ma generación: *PlayStation 3* de *Sony*, *Xbox 360* de *Microsoft* y *Wii* de *Nintendo*.

de la consola) o en ciberlocales, dada la tendencia de contar con estas consolas y pantallas planas donde se puede jugar por hora.

- **Juegos en red:** videojuegos de Internet que proponen jugar en línea con y contra otros jugadores de cualquier parte del mundo.
- **Juegos de redes sociales virtuales:** principalmente los de *Facebook*, los cuales proponen fidelidad y adicción. Generalmente estos juegos no culminan con rapidez y se intenta superar niveles que quedan congelados hasta que el jugador vuelva a conectarse.
- **Juegos en teléfonos móviles:** Algunos de ellos ya vienen cargados a modo de prueba en los teléfonos o otros de manera permanente. Asimismo se pueden descargar por medio de la compra de diferentes sitios y servidores.
- **Locales de juegos:** generalmente se trata de juegos electrónicos que funcionan mediante la compra de fichas (de allí el mote de "fichines") o de recarga de crédito en una tarjeta. Muy populares en la década de los ochenta siguen existiendo pero en menor medida.

Estas plataformas conviven con los jóvenes de manera ubicua.

Alrededor de los diferentes tipos de usos de los videojuegos se generan prácticas de construcción de sentidos individuales y grupales, inter-generacionales, de género, las cuales se apropian de los beneficios de información, conocimiento y comunicación, además del entretenimiento manifiesto.

En este apartado nos proponemos indagar la perspectiva de los usos de los videojuegos para aportar al entendimiento de los modos en que se consolidan estas prácticas comunicacionales y sociales alrededor de innovaciones tecnológicas lúdicas como incorporaciones identitarias.

4.5.1 LAS TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS Y LOS VIDEOJUEGOS

Para acercarnos a la comprensión de los usos y apropiaciones de los videojuegos por parte de jóvenes primeramente postulamos como fuente de información la literatura específica sobre el tema, en la cual se pueden encontrar desde artículos y ponencias hasta tesis de posgrado. Algunos autores plantean que hay poca literatura específica sobre el tema (Belli y López Raventós, 2005). Sin embargo, encontramos basta cantidad

de artículos que cruzan el videojuego con la educación, con el resto de la industria cultural, con la usabilidad y con la ingeniería.

Por otra parte, en lo específico a nuestros casos -delimitados en el objeto empírico- incluimos un eje de preguntas en las entrevistas cualitativas para todos y todas, aquellos y aquellas, jóvenes que generen prácticas alrededor de los videojuegos.

En pocos casos pudimos también realizar observaciones en hogares. Las oportunidades de asistir a estas prácticas que llamamos "videojuegos en la noche", las cuales tienen que ver con jugar con videoconsolas en el marco del hogar junto con amigos, fueron pocas dadas las circunstancias de estos usos. Se trata de una práctica de significación netamente juvenil, grupal y en un espacio privado. En todos esos aspectos, distante del investigador. De todos modos, como acentuaremos más adelante, los usos de videojuegos a modo de "campeonatos" duraderos en el marco de los hogares no solamente se torna un uso apropiado por jóvenes sino también por adultos. Como sea, pudimos acceder, observar y narrar a modo de relato una escena usual alrededor de las videoconsolas.

Por otra parte, además de las videoconsolas también se encuentran en la cotidianeidad juvenil otros dispositivos en donde jugar videojuegos. Los juegos en red son una de esas formas y tienen como base a las computadoras; las redes sociales virtuales, como *Facebook*, las cuales proponen una serie de videojuegos que aparecen en los discursos de los jóvenes y la asiduidad en su uso los torna de interés para nuestra investigación; o también los usos de la telefonía móvil en relación al videojuego serán objeto de indagación de este apartado.

4.5.2 EL RITUAL: VIDEOJUEGOS EN LA NOCHE

Uno de los usos que se presentan en los discursos de los entrevistados y en las posteriores observaciones es el de los campeonatos de videojuegos en los hogares. Esta práctica tiene su antecesor o correlato en el ciber donde los jóvenes se encuentran a jugar cada uno en su computadora contra otros jóvenes que pueden estar en cualquier parte del mundo o en la computadora contigua. En el caso de contar con la propiedad de la consola, el videojuego hogareño propone otras dinámicas de uso y apropiación[89].

[89] En el apartado titulado Ciber del presente capítulo se hace referencia a los usos grupales de los juegos en red en ciberlocales.

Los jóvenes crearon alrededor de la consola de videojuegos un ritual que parte de una organización habitual en torno a los deportes y juegos tradicionales: la idea de campeonato. Los videojuegos más recurrentes a la hora de las entrevistas y las observaciones son los de fútbol, los más populares son el denominado por los entrevistados como "*PES*", acrónimo de *Pro Evolution Soccer* y el *FIFA*[90]. Los avances tecnológicos hacen que las consolas consideradas de séptima generación cuenten en la configuración de sus gráficos con un alto realismo tomando como referencia mimética la imagen televisiva de un partido de fútbol. Asimismo, estos campeonatos traen del universo presencial la idea de rival, competencia, partido, torneo y el folklore de las "cargadas" del ganador al perdedor.

Los jóvenes alrededor del *PES* disputan un torneo de a dos jugadores en donde el ganador pasa a una siguiente ronda. En este espacio de socialización con tecnologías, diversos son los elementos propios y distintivos del ritual para que lo destaquemos entre otros usos con videojuegos.

En primer lugar se trata de un uso hogareño, doméstico, privado, en comparación con los usos de los videojuegos en el ciber. De ello, que la propiedad de la consola configure la posibilidad de una temporalidad otra a la del ciber: cuando allí el juego es contrarreloj, aquí los campeonatos pueden durar toda la noche. Asimismo, el espacio hogareño postula la presencia de la familia, padres o hermanos, quienes muchas veces también participan del juego.

La dinámica gira en torno de a pares que juegan ante la pantalla mientras el resto tiene como entretención observar a los que juegan y esperar su turno. Es habitual que quienes no están jugando se distraigan con otras tecnologías, ya que el espacio hogareño también proporciona como un objeto usable la computadora, como también son ostensibles en el ambiente los teléfonos móviles de los presentes. Como sea, en el ritual el videojuego es la tecnología destacada es su momento. Sin embargo, no anula el uso de las otras. A su vez participan otros consumos de índole gastronómico como gaseosas, comida dulce y salada, mate, helado y golosinas.

---

[90] *Pro Evolution Soccer* (oficialmente abreviado como *PES*, y conocido como *World Soccer: Winning Eleven 5* en su versión japonesa) es un videojuego de fútbol para *PlayStation*, *PlayStation 2*, *PlayStation 3*, *XBOX*, *XBOX 360* y PC el cual se lanzó a la venta en el año 2001. Es el primer videojuego de la serie *Pro Evolution Soccer*.

Pertenece a la compañía de videojuegos *Konami*, a diferencia de la serie de videojuegos *FIFA*, que pertenece oficialmente a *Electronic Arts* bajo el sello *EA Sports*.

El ritual se presenta como un espacio estilizado al consumo hegemónico de videojuegos a la vez que genera un uso social propio: esta conjunción de sujetos y prácticas novedosas alrededor de una consola de videojuegos que apela en un primer momento a un joven solitario o a dos y nada dice de las posibles juntadas en grupo, de sus horarios de uso o de sus consumos adicionales probables. Todo ello pertenece al uso social, no a la tecnología.

Destacamos este uso ritual por provenir con insistencia del campo de investigación. Seis de nuestros entrevistados varones nos mencionan este uso y lo relatan con detalles. De ello que destaquemos sus testimonios para caracterizar cabalmente la práctica, donde la dimensión simbólica no solamente se encuentra presente sino que sobresale.

Lucas

> Invito a amigos a jugar a la *Play*, a la computadora también, pero mayormente siempre con la *Play*. Los diez que nos juntamos siempre jugamos de a dos, tipo un torneo y van de dos en dos y hasta que van pasando, así y se van eliminando y a la final juegan los últimos dos. El único que se juega cuando estamos entre amigos, es el fútbol. Siempre los sábados o feriados, cuando quieren se juntan, o viernes a la noche. En la casa de un amigo, o acá en mi casa. Casi todos tienen la *Play*. De diez, ocho (Lucas, 14 años, Villa La Florida).

> Casi siempre nos juntamos en la casa de un amigo que se llama Luciano. Siempre nos juntamos ahí para jugar a los jueguitos. Sino a veces está la quinta de un amigo, nos juntamos ahí para comer pizza, ponele a veces vemos partidos de Argentina a la noche los sábados. A veces nos quedamos a dormir en la casa de un amigo, a dormir no porque nadie dormía y nos quedamos hasta el otro día sin dormir hasta las diez de la mañana, por ahí (Lucas, 14 años, Villa La Florida).

Leandro

> Cuando nos juntamos estamos en la compu y la *Play*. Capaz que alguno deja el *Facebook* abierto y ponele que lo empezamos a bardear. Corte que le decimos, le empezamos a decir, qué sé yo, “me la como”, así, corte. Y todos ponen me gusta, me gusta, y cuando se da cuenta, él no era (Leandro, 15 años, Villa La Florida).

> Tenía la *Play*, pero se me quemó. La quemó Matías. Boludeando, le rompió el sombrerito. Jugaba al *Winning Eleven* y al *Pro Evolution*. Si te cansa jugamos a

las cartas. Jugamos para pegar el tingazo, el otro día me dejaron todo el brazo colorado (Leandro, 15 años, Villa La Florida)

A la *Play* podemos estar mucho, hay veces que salís, vas a la casa de un amigo y el amigo está con la novia y la novia está con una amiga y están así re tranqui. O sino nos vamos… el otro día fuimos a la GNC nueva (Leandro, 15 años, Villa La Florida).

Fernando

Con un amigo me junto a jugar, obviamente que no llego y nos ponemos a jugar. Charlamos, tomamos unos mates, el otro día miramos a Argentina, etc. Antes nos jugábamos unos partiditos de futbol. Ahora pinto el *Age*. Tiene su PC y una laptop que pone en red y jugamos nosotros dos contra otras dos civilizaciones de la compu, tenemos espíritu de equipo (Fernando, 24 años, Quilmes Centro).

Federico

Mi casa, cuando yo tenía la *Play*, era la casa del pueblo. Sigue siendo la casa del pueblo porque los pibes caen a cualquier hora y "pasen". Sigue siendo la casa del pueblo (Federico, 20 años, Quilmes Centro).

Entre amigos, entre varones, sí. Entre varones un fin de semana te juntás, un par de cervezas, y jugás al *PES* toda la noche. En la computadora, pelotudean con el celular… básicamente eso. O… qué se yo, mandan a uno a comprar, ¿viste? Y… depende. Depende con quién te juntes. Capaz vos tenés un amigo que le gusta la cerveza, y capaz tenés amigos que no. Entonces, ponele que vos te juntás o… ni siquiera cerveza, no tiene por qué ser alcohol. Puede ser una Coca, un par de galletitas, ¿viste?, y tranquilo, y… te cagás de risa un rato, ¿viste? Generalmente nos juntamos tres, cuatro, ¿viste? Entonces, vos estás jugando, uno está en la PC y el otro está mirando un partido. Y van rotando. El que va a jugar, juega; el que no, se va a la PC; y el otro se queda mirando el partido. O están los dos en la PC, un rato cada uno. Eso siempre. Toda la vida, por lo menos con mi grupo de amigos (Federico, 20 años, Quilmes Centro).

Joaquín

Jugábamos campeonatos cuando la *Play 2* todavía era como lo nuevo. Y éramos de organizar por ejemplo torneos de *PES* o de *Mortal Kombat*, pero después online todo. Aunque no están todos incluidos, cuando nos juntábamos a jugar a la *Play* o eso, sí. Pero ahí ponele seremos once chicos ahora en el grado y jugaremos cinco o seis. Cuando nos juntábamos éramos los once. Online es la diferencia porque a alguno no le gusta el juego o tiene una conexión lenta de

Internet y no puede jugar. Pero cuando nos juntábamos era más para divertirnos, para pasar un tiempo juntos. Otra cosa que hacíamos también, en vez de jugar online un juego nos traíamos las notebooks a algún lado y jugábamos en LAN, en una red local. En la casa de alguien. Y le hemos pegado bastantes horas jugando de noche hasta que amaneciera, pero más en verano. En tiempo de vacaciones (Joaquín, 15 años, Quilmes Centro).

Facundo

Nos juntamos con amigos y más que algo de fútbol o alguna que otra de pelea no. Por ahí nos reunimos a tomar algo, nos juntamos a la noche en la casa de alguno de ellos. Generalmente siempre es en la casa del mismo. Y nos juntamos y mientras tomamos algo, hablamos... Jugamos a algún juego de fútbol, al *FIFA*, en la *Play 3*. Y, somos varios… generalmente, seremos cinco. Más o menos (Facundo, 20 años, Quilmes Centro).

Antes no se podía jugar más que de a dos o incluso de a uno, pero... le van agregando cosas a los videojuegos, le van agregando modos, por ejemplo, la *Play 3* tiene dos joysticks inalámbricos, le podés conectar como hasta siete. Entonces somos varios y como que cada uno tiene su personaje, digamos, armado y estamos como dentro de un equipo de fútbol. Y cada uno cumple su rol… es como muy... digamos, es como jugar todo el tiempo (Facundo, 20 años, Quilmes Centro).

Se van eliminando. Jugamos partidos entre dos, después los otros dos y así. Generalmente jugamos todos y, si no, el que no juega es el que prepara algo para tomar, pero como generalmente como somos varios, entonces, no queda gente sin jugar y mucho así solos no jugamos, siempre jugamos así (Facundo, 20 años, Quilmes Centro).

Nicolás

Nos juntamos los fines de semana, dos o tres veces por mes. Casi todos tienen *Play*, hay algunos que tienen la *Play 3*. La diferencia son los gráficos, los juegos. Los juegos para la *Play 3* tienen mejores gráficos, le hacen más tramas, tienen un montón de cosas más, tienen, es una mejor calidad de juego, tiene más diversidad, están mejor hechos (Nicolás, 16 años, Bernal Oeste).

Casi siempre nos juntamos en la misma casa porque en la casa de los otros no hay mucho espacio y la casa de este pibe tiene un re patio en el fondo. Son veinte y en mi casa apenas entramos toda mi familia. En la casa del otro pibe tiene un re patio y ahí tenemos una parrilla también. Entonces, agarramos unas maderas, le pusimos una tabla como pies y hacemos una mesa larga.

> Escuchamos música mientras estamos jugando a las cartas, con la *Play*. Nos ponemos a mirar la tele o siempre, siempre llegan a aburrirse de jugar a la *Play*, queda cargando y vamos a alquilar una película. Tengo un videoclub a tres, cuatro cuadras de mi casa. Sí, alquilamos, miramos ahí, después lo devolvemos o vamos a sacar otra. Está bueno. La onda es que estemos todos juntos y aparte, no somos mucho de salir. Y aparte, si vamos a tomar, mucho no tomamos por empezar, y si tomamos, compramos para tomar ahí en la casa. Saben que en pedo no nos vamos a poner (Nicolás, 16 años, Bernal Oeste).

> Somos siempre más de siete. Hay veces que somos siete, hay veces que somos diez. O hay veces que invitamos a pibes de todo el barrio y vienen como veinte y ahí hacemos un asado, algo así. Y nos vamos turnando. O capaz que tenés un juego porque hay juegos que podes jugar de a cuatro, son de guerra y capaz que juegan cuatro y después nos arreglamos. Nos ponemos a jugar a las cartas, al truco. Empezamos a las siete y hay veces que terminamos, capaz que estamos hasta el otro día. Igual, siempre hay algunos que se van antes. Siempre son los fines de semana porque yo tengo colegio, la mayoría tiene colegio a la mañana. Capaz que alguno invita a la novia y la novia invita amigas. Se enojan pero juegan. Es que no saben jugar. Cuando se enojan, cuando se enojan no lo quieren soltar más. Hasta que no ganan. Llega un momento de que las querés dejar ganar (Nicolás, 16 años, Bernal Oeste).

El ritual convoca a jóvenes varones alrededor de una tecnología, donde la práctica de sentido es reinventada constantemente. La consola se usa para jugar videojuegos, tal para lo que fue creada, pero el lugar, la cantidad de jugadores, aquello que se hace mientras se juega, las reglas de juego por turnos, el modo en que se estipulan premios y castigos a ganadores y perdedores, son índices de creatividad de los jugadores. A la vez observamos que al tratarse de un uso que no es aislado sino que es reconocido por jóvenes de diferentes barrios, resulta un uso que comienza a estar estandarizado formando parte de un repertorio de prácticas posibles con la tecnología del videojuego.
Las apropiaciones se encuentran relacionadas con la capacidad de agencia y creatividad de los sujetos sociales y en este caso el ritual satisface necesidades de comunicación y de estar juntos de jóvenes que lo hicieron y lo hacen también en otros ámbitos. De ello que en la contemporaneidad el videojuego también pueda constituir otro centro de reunión. De allí que si bien novedosa, la práctica nocturna de videojuegos, en grupo de varones, en hogares, jugando fútbol, por reiterativa y efectiva se estiliza y comienza a identificarse como *el modo de uso* de época de la tecnología de la consola.

EL RITUAL EN DATOS	LUCAS	LEANDRO	FERNANDO	FEDERICO	JOAQUÍN	FACUNDO	NICOLÁS
CONSOLA EMPLEADA	PLAYSTATION	PLAYSTATION	PLAYSTATION	PLAYSTATION	PLAYSTATION II	PLAYSTATION III	PLAYSTATION III
DE QUIÉN ES LA CONSOLA	PROPIA	PROPIA	AMIGO	PROPIA	PROPIA	AMIGO	PROPIA
CUÁNTOS TIENEN CONSOLA	OCHO		UNO				CASI TODOS
MODO DE JUEGO	CAMPEONATO ELIMINATORIO DE A PARES	POR CASTIGO AL QUE PIERDE	EN EQUIPO CONTRA LA MÁQUINA	TORNEO	TORNEO	CAMPEONATO ELIMINATORIO DE A PARES	CAMPEONATO ELIMINATORIO
CUÁL JUEGO	FÚTBOL	WINING ELEVEN - PRO EVOLUTION SOCCER (FÚTBOL)	FIFA 2012 (FÚTBOL) - AGE OF EMPIRES (ESTRATEGIA)	PES	PES (FÚTBOL) - MORTAL KOMBAT (PELEA)	FIFA (FÚTBOL) - PELEA	PES (FÚTBOL) - GUERRA
EN QUÉ ÁMBITO	HOGAR	HOGAR	HOGAR	HOGAR	HOGAR	HOGAR	HOGAR
CUÁNTOS JÓVENES	DIEZ		DOS	CUATRO	ONCE	CINCO	VEINTE
GÉNERO	VARONES	VARONES	VARONES	VARONES	VARONES	VARONES	VARONES - MUJERES
HORARIO	NOCHE - HASTA AMANECER		NOCHE	NOCHE	NOCHE - HASTA AMANECER	NOCHE	NOCHE - HASTA EL AMANECER
DÍAS	SÁBADOS - FERIADOS				VACACIONES		FINES DE SEMANA
OTRAS TECNOLOGÍAS	TELEVISIÓN - PARTIDOS DE FÚTBOL / COMPUTADORA	COMPUTADORA - FACEBOOK - JUGAR A LAS CARTAS	TELEVISIÓN - PARTIDOS DE FÚTBOL / COMPUTADORA	COMPUTADORA - TELÉFONO CELULAR - TELEVISIÓN	COMPUTADORA Y JUEGO ONLINE -		MÚSICA - JUGAR A LAS CARTAS - TELEVISIÓN - PELÍCULAS
OTROS CONSUMOS	ALIMENTOS - PIZZA		MATES	CERVEZA - COCA COLA - GALLETITAS		BEBIDAS	ASADO

Cuadro. Usos del ritual “videojuegos en la noche” según los testimonios de seis entrevistados. Elaboración propia.

Una de las variables a la cual le prestamos atención es a la propiedad de la consola. La *PlayStation 2* y la *3* son tecnologías costosas. Lejos de los precios de los juegos de mesa o de otros juguetes, estas tecnologías buscan pertinencia en la familia completa. En estos aparatos se puede reproducir DVDs y conectarse a internet, lo que justifica su

compra dentro de los márgenes de la economía familiar. Contar con *PlayStation* abre la puerta a participar de una serie de prácticas individuales y grupales alrededor del ocio y el entretenimiento en la cual intervienen familiares y amigos. De manera parecida a lo que ocurre con el teléfono móvil, jóvenes de diferentes clases sociales cuentan con una consola de videojuegos ya que los modelos se van superando –vienen con obsolescencia incorporada- y el mercado del descarte permite conseguirla a más bajo precio, comprando consolas usadas a amigos o conocidos. Quienes mencionan esta variable, como Lucas y Nicolás, dicen que "casi todos" tienen la *Play*. Como sea, del mismo modo que en todo designio de la moda, no significa lo mismo contar con la *Play 1*, que con la *2* o la *3*. El capital social que supone ser el integrante del grupo que tiene la última en salir al mercado se traduce en popularidad.

Los jóvenes que cuentan con *PlayStation* son quienes pueden oficiar de anfitriones del ritual, mientras que quienes no, participan como invitados pudiendo aprender de igual modo su uso social.

> El otro día le trajeron de España al pibe de acá en frente, mi amigo, y bueno, ya la otra vez fuimos, y estuvimos jodiendo. Está bueno, no sé. Ya hoy la *Play* no es nada. Tengo amigos que tienen. Yo me divierto mucho con la guitarra del *Guitar Hero*, buenísima (Facundo, 17 años, Villa La Florida).

> Desde los cuatro años más o menos que juego videojuegos, desde que me regalaron la *Play 1*, desde ahí empecé. Tenía *Play 1* antes, pero se me rompió y me compraron la *Play 2*. Y ahora uso la computadora también. La *Play 2* la uso de vez en cuando, cuando estoy con mis amigos. Siempre uso la computadora. Tengo muchos juegos, un cajón entero de *Play* y después una carpeta que trae como 240 CDs tengo casi todo lleno (Lucas, 14 años, Villa La Florida).

> Consola tenía a los 17 y la vendí, *Play 1*, pero fue hace mucho tiempo. O sea, analizo costo beneficio y no me sirve, absorbe mucho tiempo. Acá en casa no tengo videojuegos, últimamente juego con un amigo cuando voy a visitarlo al *FIFA 2012*, o el clásico *Age of Empires II.* Con la *Play* jugaba muchas horas, pero estaba por empezar la facultad y me lo quería tomar en serio y pensé que me podía distraer y creo que no me equivocaba (Fernando, 24 años, Quilmes Centro).

> Tengo la *Play 2* y la *Wii*. Pero la *Play 2* como que ya se dejó de usar y ahora que está la *3* y va a salir la *4*, pero yo ya no veo necesario comprarme otra

> *PlayStation* por ejemplo, porque la consola que más tuvo éxito fue la *2* y la *Wii*. La *Wii* era algo nuevo, moverse con el cuerpo y que pasara en el juego, pero no le pusieron muchas ganas porque no hay juegos que verdaderamente interesen. El principal es el *Wii Sport*, que es el de deportes. Golf, tenis, bowling y beisball (Joaquín, 15 años, Quilmes Centro).

> Tengo la *PlayStation 2*, normalmente tiene conexión a Internet, yo por Internet no la uso. Uso cuando juego al juego de fútbol, el *PES*. Siempre cuando nos juntamos con amigos siempre jugamos. Después también a mí me gustan más los juegos de guerra. Me gustan los que son de la Segunda Guerra Mundial o de la Primera (Nicolás, 16 años, Bernal Oeste).

En cuanto al ambiente hogareño, el ritual generalmente se completa con usos de la televisión transmitiendo un partido de fútbol, continuidad hiperbólica del *PES* o el *FIFA* -los videojuegos hegemónicos en la práctica-[91], además de los consumos de alimentos y bebidas. La práctica, nos relatan, tiene lugar principalmente los fines de semanas y en vacaciones, aludiendo a un tiempo de ocio permitido fuera de las obligaciones escolares. Asimismo, es fundamentalmente de noche, con la pérdida de la noción del tiempo viendo llegar el amanecer jugando. Sensación que solamente una práctica incorporada puede provocar. “Empezás a jugar y cuando te diste cuenta miraste el celular y son las tres de mañana, y para vos pasó dos minutos” (Federico, 20 años, Quilmes Centro). Estos elementos acentúan la diferencia en la estilización de estas consolas en el hogar en contraposición con los usos del ciber.

Otra variable a destacar en este uso es la perspectiva de género que subraya. Solamente dos de los varones entrevistados mencionan a las chicas cuando hablamos del ritual de los videojuegos en la noche. Leandro las ubica por fuera diciendo que cuando en una reunión en grupo se encuentra la novia de alguno de los chicos, se quedan en la casa haciendo otra cosa o salen; planeando entretenimientos alternativos a los videojuegos. Por otra parte Nicolás sostiene que las chicas también quieren jugar videojuegos, pero no saben y hay que dejarles ganar porque si no se enojan.

El ritual se establece en el uso como un espacio masculino (un juego de a dos participantes para Fernando, de a cuatro para Federico, de a cinco para Facundo, diez para Lucas, once para Joaquín, de a veinte para Nicolás); puede haber mujeres jugando

[91] Es incluso más entretenido jugar al *PES* o al *FIFA* que ver partidos de futbol, ya que los jugadores del videojuego no se lesionan y la perfección en las dinámicas de los partidos da la sensación de que los equipos del videojuego juegan mejor que los presenciales.

al *PES*, de hecho hemos conocido casos, pero la mayoría de los rituales de videojuegos en la noche son llevados adelante por varones. Agustina nos cuenta que generalmente el juego "no es algo que las chicas hagan". Sin embargo, agrega:

> Pero tengo una amiga sí que juega mucho a la *Play*. Igual que yo, obvio. No sé, yo me divierto más con eso que con la computadora. Al *PES*, juegos de aventuras, entretenidos… no de armas, porque no me llama mucho la atención, pero cualquiera que sea divertido yo lo juego. No juego con mi hermano porque en el *PES* yo le gano, por eso no quiere jugar conmigo (Agustina, 17 años, Quilmes Centro).

Agustina menciona también como juego ineludible al *PES* y dice que "Si no te das cuenta, pasás un montón de horas". "Aparte vos querés seguir pasando, no lo querés cortar, querés seguir hasta que los termines. Lástima que algún tiempo hay que parar (Agustina, 17 años, Quilmes Centro).

El carácter atrapante de los videojuegos es manifiesto, el uso requiere de horas y no simplemente de un rato libre. Aldana es otra de las chicas que juegan a la *Play* y puntualmente se reúnen alrededor del *PES*:

> Me gusta jugar a la *Play*, mi hermana es la que tiene. Porque ella la pidió para su cumpleaños. Ella pedía una cosa, yo pedí otra cosa. Jugamos al *PES* con mi primo, con mi tío, con quien quiera jugar conmigo, soy competitiva. Es que hacemos revancha tras revancha, no tenemos un horario planteado, es hasta que él se va a su casa. Cuando él se va a su casa terminamos, seguimos nosotras dos y es la hora de comer y por ahí seguimos y cortamos para comer, tenemos que dejar todo o hasta que yo me enoje o ella se enoja y no queremos jugar más (Aldana, 16 años, San Francisco Solano).

El *PES* logró fanatismo y magnetismo, los jóvenes son aficionados a este juego alrededor del cual generan habilidades y se posicionan como expertos jugadores. Agustina nos cuenta que "en la escuela, por ejemplo, para recaudar para Bariloche hacen campeonatos de *PES*. Pero nunca jugué. Perdería (Agustina, 17 años, Quilmes Centro).

Por su parte Aldana sostiene que con el *PES* el juego es más vívido que con otros juegos de aventura como *Resident Evil*, ya que la pasión del futbol se traspasa al juego electrónico.

> Aunque *Resident Evil* estás muy concentrado en el juego, con el *PES* es más de que te gritan el gol en la oreja y vos quedas te late la vena y tratas de meter un gol y no llegas. Soy de Boca, miro fútbol porque le gusta a mi papá, miro con él. Una vez en el cumpleaños de mi hermana jugamos hasta la una de la mañana nomás porque se iban a ir temprano, entonces era jugar a la *Play* y jugar al *Score*. También jugamos a los juegos de lucha así, en ese si me gustaba porque ese es como que lo disfrutas (Aldana, 16 años, San Francisco Solano).

Esta dimensión competitiva de "gritarle el gol en la oreja" al oponente se reafirma en el discurso de Micaela, que argumenta sobre que es mejor jugar con otra persona que contra la máquina: "Tenés que conseguirte alguien para jugar porque si le ganas es como mejor. Es mejor ganarle a otra persona que ganarle a la máquina" (Micaela, 14 años, San Francisco Solano).

Hay casos como el de Talía que juega a la *Play* con su hermano. Sin embargo el ritual parece no pertenecerle, lo relata de afuera. La *Play* es de los varones de la casa y en su discurso se reafirman algunos de los componentes del ritual: jugar en el hogar, en grupo, bajo el modo de la competencia y durante largas horas por la noche. Al tiempo que el juego preferido sigue siendo el fútbol.

> A la *Play* juego con mi hermano. Es de él, bah, de mis dos hermanos. El juega al fútbol más. El que yo jugaba era el de *Dragon Ball Z*, de pelea. Hacíamos competencia. Se ponen nerviosos porque querés pegarle y no podía. No entiendo mucho yo. Eso también como un vicio le agarras a veces ¿viste? Antes sí jugaban todos los días. Mi hermano jugaba a un juego que era, que perseguía ¿Cómo te puedo decir? Niveles. Para rescatar a la princesa, no sé qué y a veces se quedaba hasta las siete de la mañana jugando a eso, con tal de ganar. Hay veces que hacen competencia y pelean por eso ¿viste? "Sos re pichi", que esto, que el otro, "te gané", no sé qué. O apuestan una coca, así. Juegan a eso. Adonde juegan más es en la casa de mi primo, son cuatro, ponele, por ahí. Le toca un rato cada uno, el que gana sigue y el que pierde se va (Talía, 14 años, San Francisco Solano).

Talía por su parte reafirma la idea de fanatismo y compara el videojuego con un vicio. Esta idea tiene que ver con que los jóvenes que usan videojuegos lo hacen asiduamente y durante varias horas. Asimismo, las "cargadas" del vencedor al vencido actualizan en el marco de un juego electrónico el folklore del fútbol que señalaban también Aldana y

Micaela. Lo que convierte al espacio del videojuego en una instancia de socialización donde expresar emociones. Hay posiciones deterministas que sostienen que "los videojuegos se presentan como elementos que favorecen la motivación al ser considerados simplemente "lúdicos". Sin embargo, los videojuegos provocan emociones y tienen efectos en la interacción emocional de las personas". Y agregan: "De esta manera, la experiencia en un videojuego se transforma en una experiencia emocional tan natural como la que se produce en el mundo real". (González y Blanco, 2008: 468).

El ritual de los videojuegos en la noche tiene sus características específicas: se trata en primera instancia de un uso tecnológico ligado a la consola *PlayStation*, en el ámbito privado del hogar, con la mayor cantidad de jóvenes posibles y allí se participa de otros consumos tecnológicos, alimentos y bebidas. Asimismo, si bien es un espacio en primera instancia netamente masculino, las chicas conocen el ritual y de vez en cuando participan.

Las negociaciones de sentidos tienen que ver con la construcción de un espacio lúdico dominado por los usos. Nada en la consola *PlayStation* dice que debe jugarse en esas condiciones: de noche, entre muchos jóvenes, en forma de campeonatos o mediando "gastadas". Los usos y la apropiación social, podemos decir que fueron generando una *práctica*: jóvenes que no se conocen entre sí nos relatan una escena similar de apropiación tecnológica. Al tiempo que los significados puestos en juego también parecen ser similares: estar juntos y divertirse, pero también compartir una afición y generar habilidades.

A la vez que novedoso, el ritual reproduce un esquema básico de compartir una actividad lúdica entre amigos como lo hacían y siguen haciendo los juegos de mesa o las cartas. Sin embargo, la presencia de la tecnología tiene la propiedad de fascinar durante horas a los competidores. Las habilidades generadas como un buen jugador de *PES* devienen en reconocimiento y capital simbólico entre los jóvenes contemporáneos, para quienes no significa mucho ser bueno jugando al truco o al ludo matic.

> A pesar de la apatía que caracteriza en cierta manera a la juventud, los niños frente a los videojuegos quieren superarse, aprender los trucos, resolver los problemas que se les plantean y buscar soluciones inteligentes.

Cada pantalla nueva a la que se enfrentan es un desafío que los niños asumen, buscando la forma de sortear las dificultades a las que se ve expuesto su personaje de turno.
Cada pantalla a resolver mueve intensos afectos que pueden ir desde la ansiedad, pasando por la frustración y la rabia hasta la satisfacción y el orgullo de encontrar y develar el sistema subyacente (Balaguer, 2004).

Imágenes. *Pro Evolution Soccer* (*PES*).

4.5.3 JÓVENES Y ¿JÓVENES?: JUNTARSE A JUGAR A LA PLAY

La sociabilidad juvenil generalmente es endogámica. Es decir, los denominados grupos juveniles -también llamados “tribus urbanas”- con diferentes características: *chetos*, *cumbieros*, *punks*, *skaters*, *metaleros*, y demás, aún no pareciéndose en sus configuraciones simbólicas comparten la característica de relacionarse puertas para adentro. En otras palabras: hay que pertenecer para conocer cabalmente sus lógicas y dinámicas de relación comunicacional y social.

Estas agrupaciones identitarias generalmente tienen lugar en el estadio generacional que comúnmente llamamos adolescencia. Allí pertenecer a un grupo social determinado que está configurado por gustos, por modas, por formas de vestirse, por modismos del lenguaje, accesorios, tatuajes, piercings, la música, los lugares donde hay que ir, las formas de habitar la ciudad, los usos del cuerpo -cuestiones que caracterizan un grupo y lo diferencian de otro- otorga capital social y reconocimiento[92]. Estas características operacionalizan una definición sucinta del concepto de identidad: construirse en un nosotros ante un ellos por oposición.

Ahora bien: dentro del grupo las relaciones tienen que ver con la generación y con los gustos por lo tanto excluyen primeramente a la cultura adulta por entenderla en oposición y muchas veces como rival. Los adultos tienen que ver con los límites, con las exigencias, con las obligaciones y principalmente con la autoridad, personificada en los padres y docentes. Los adultos no participan de la música, de la moda, no usan la misma ropa, no van a bailar a los mismos boliches ni a escuchar a las mismas bandas. Sin ser taxativos ni generalizar, pero usualmente sucede eso.

En los usos de las tecnologías se generan pertinencias que atraviesan clases sociales, atraviesas géneros y atraviesan generaciones. Si en 2010 en nuestro país había 117 teléfonos móviles cada 100 personas, el dato nos dice que el teléfono móvil no es un uso particularmente de jóvenes sino de todas las edades: hay niños y adultos mayores que los usan (Bugoni y otros, 2010). Del mismo modo Internet, si bien se habla de una generación de nativos digitales que se familiarizaron o generan habilidades más cercanas con las tecnologías digitales que los adultos, hay adultos que también utilizan chats, redes sociales virtuales, blogs, consultas de información, o demás usos de entretenimiento.

Luego de Internet y la telefonía móvil en los discursos juveniles aparece el videojuego en relación con los adultos. El universo lúdico no se asocia primeramente a la cultura adulta. Sin embargo, existen prácticas de juego netamente adultas como los casinos, el póquer y diversos espacios y sistemas de apuestas como las carreras de caballos. Estos espacios no solamente son de entretención adulta sino que están vedados a los jóvenes. El juego como actividad simbólica tiene que ver con el ser humano -el homo ludens- y

[92] Por ejemplo, los *cumbieros* crearon una distinción simbólica en la manera de utilizar un gorro –con visera recta o doblada determina el tipo de *cumbiero* que es: *turro* o *rocho*-.

no solamente con el joven. Pero el videojuego es entendido en la genealogía de los juguetes. El videojuego nace para los jóvenes como mercancía del último cuarto del siglo XX, nacen las consolas, los locales de videojuegos, el ciber y el juego en red, apuntando al consumo juvenil, generación que rápidamente lo apropia.

Ahora bien: las últimas consolas que salieron al mercado, desde *PlayStation, Xbox 360, Wii,* generan, como estrategia de consumo, también pertinencia hacia el uso adulto. Este intento de que el videojuego sea apropiado también por los adultos obedece a que las tecnologías son costosas y comprarle juguetes a un niño o a una niña, una muñeca, una pelota, incluso una bicicleta, son objetos más económicos que una consola de videojuegos. Es entonces cuando esta consola puede generar pertinencia para toda la familia, ya que permite reproducir DVDs, conexión a internet, y puede jugar toda la familia. Al quitársele el carácter infantil, si toda una familia va a disfrutar de ese objeto, se genera la pertinencia de la compra y el uso asiduo. Asimismo, la sociedad hace su parte: los usos y las apropiaciones van tendiendo a este tipo de prácticas. Al tiempo que los adultos utilicen videojuegos y se amplíe el público se cumple el *desideratum* del mercado.

> Si nos fijamos en los juegos más vendidos de la consola *Wii*, mayoritariamente aparecen juegos donde el grupo es casi indispensable para poder jugar. *Nintendo* ha basado su estrategia comercial en potenciar sus juegos en sectores de la población más jóvenes y más mayores, precisamente la gente que nunca había jugado a videojuegos, ofreciéndoles unos juegos sencillos y fáciles de aprender. Añadiendo la movilidad física que obligan los mandos con sensores de movimiento (Belli y López Raventós, 2008: 174).

Es de nuestro interés el nacimiento de uno o varios usos que podríamos denominarlos inter-generacionales. En el videojuego hallamos entonces prácticas que no encontramos en internet ni la telefonía móvil, que son también tecnologías apropiadas tanto por jóvenes como por adultos. Con los videojuegos, jóvenes y adultos interactúan y juegan a la vez. En primera instancia, los testimonios nos dicen que juegan con la familia, padres y tíos. Los adultos son quienes compran estas tecnologías y las apropian con sus hijos. "Mi papá juega mucho, está pegado a la *Play*. Llega del trabajo y se pone con la *Play*" (Agustina, 17 años, Quilmes Centro).

Esta práctica debe analizarse advirtiendo las negociaciones de sentidos inter-generacionales. Se trata de una tecnología históricamente infantil, con apropiación contemporánea adulta, en el medio de la cual se generan significados de pertenencia otra, porque los espacios temporales de uso de esas tecnologías van a ser la llegada del trabajo del padre o la llegada de la escuela de los jóvenes. La economía familiar le va a asignar un tiempo al videojuego que podríamos emparentarlo en otra época con la televisión que nucleaba a la familia alrededor de ella.

> Hay veces que juego con mi papá o con mis tíos. Mi papá tiene 31 años, y después mi tío es mayor que él. Siempre fútbol o pool o tenis. La gente más grande no lo toma muy en serio. Los chicos sí, los chicos lo toman en serio, si pierden se enojan, si ganan festejan mucho, sí, es diferente (Lucas, 14 años, Villa La Florida).

> Tenemos *Play* es de las tres, porque somos tres hermanas. Yo juego al *Guitar Hero*, que tengo la guitarra; y al *PES* a veces hacemos competencia familiar. Mis hermanas tienen veinticuatro y trece. Pero igual mi papá juega más. Mi mamá no. Jugamos los fines de semana. No sé, dos horas. Algún que otro sábado porque mi viejo los días de la semana no puede y yo en la semana no le doy bola a la *Play*, le doy bola los fines de semana cuando vienen mis amigos, que vienen a comer a casa. Se turnan y mientras algunos están comiendo o hablando está jugando otro; y cuando dicen que no jugamos más, no jugamos más. No es algo que estás las 24 horas (Nair, 18 años, Quilmes Centro).

> La *Wii* la usa mi papá, pero mucho de los juegos que tenemos no hay para moverte mucho. El único que te tenés que mover es el de *Wii Sports*, que es el que trae. Para eso está la *Xbox*, la *Xbox* es mejor creo. La *Wii* fue un regalo para mi papá (Agustina, 17 años, Quilmes Centro).

> Mis viejos usan el *Facebook* nuestro, para jugar nomás. Al *Criminal Case*. Mi mamá es la que mayormente juega (Aldana, 16 años, San Francisco Solano).

> Con mi mamá juego a veces, juega porque la jodo y aparte porque a veces necesito alguien para jugar y le termino ganando y después le gano un par de veces y se enoja y deja de jugar. Y podemos jugar, digamos, que desde las tres de la tarde hasta las nueve y media que comemos, un par de horas (Micaela, 14 años, San Francisco Solano).

Los videojuegos tienen seis décadas, pero se masificaron en su uso mediante los locales de “fichines” a finales de los años setenta y principio de los ochenta. Asimismo, alrededor de los noventa comenzaron a ser de uso cotidiano las consolas de videojuegos. Para ese entonces *Family Game* y luego *Sega* eran furor en ventas y nucleaban a grupos de jóvenes en los hogares. Esas primeras generaciones de jóvenes que comenzarona socializar y crear prácticas de sentido con videojuegos es la misma generación de padres actuales que ven en el videojuego un artefacto conocido. De allí que el uso con sus hijos sea una práctica plausible en la contemporaneidad. Existe una educación lúdica, una serie de competencias en el manejo de los videojuegos, que los padres conocen y no deben aprender a pesar de que las generaciones de videojuegos hayan avanzado. De este modo son público de los videojuegos, al tiempo que invierten tiempo y dinero en compartir con sus hijos estas prácticas que en la contemporaneidad vemos incipientemente con la recurrente característica del uso inter-generacional.

4.5.4 *GAME’S NEVER OVER*

El videojuego participa de múltiples tecnologías: la consola, la computadora y el teléfono móvil; se encuentra presente en sitios como las redes sociales virtuales, se emplea en diversos espacios físicos como el ciber, el hogar y el transporte público. El videojuego nunca termina, ya que se propone transversal a la mayoría de las tecnologías de la comunicación que emplean los jóvenes y es usual entonces que se generen las más diversas prácticas sociales alrededor de sus usos.

Cuando no es programado el tiempo dedicado al videojuego, tiene que ver con tiempos libres o “robados” a otras actividades. Las elusiones al tiempo de estudio, las horas en el ciber, los tiempos muertos del transporte público, son los terrenos fértiles a la hora de ponerse a jugar.

Fuera del universo de las consolas se encuentran también los juegos en red, los cuales participan de igual manera en prácticas sociales grupales de competencia y compartimento. Si se quiere jugar con amigos en el mismo espacio físico, los juegos en red se usan más en el ciber que en los hogares ya que hay que contar con computadoras para todos. Sin embargo Joaquín nos cuenta que con sus amigos hace esto conectando sus notebooks. Como cualquier deporte, juego de mesa y de azar, los jugadores

participan de la lógica de la competencia sobre quien gana más partidos, quien llega más lejos, quién supera más niveles.

En el ámbito de la del hogar –ya no en grupo en el ciber- se despliegan más de una práctica social alrededor de los juegos en red, que no solamente requieren en el adversario un compañero de juego anónimo sino que muchas veces se genera una relación cercana a la amistad con desconocidos de cualquier parte del mundo.

Facundo nos narra su uso de los juegos en red.

> Abro tres lugares que son: uno para el juego en un servidor, otro para abrir ese mismo juego en otro servidor, y para el *Facebook*. Y la música. Porque son distintos servidores, servidor Argentina, servidor España y juego en distintos servidores. *Icaria* es un juego como de guerra, de la antigüedad. Se trata de crear ejércitos. Se puede jugar directamente desde el navegador. Tiene varias ventajas y aparte es muy social, juegan personas reales. Vos atacás a una persona y si la persona está conectada se puede defender. Yo tengo un nombre, pero desde la una hasta las siete de la tarde que no estoy, o ahora que estoy haciendo esto, no estoy en mi casa y me están atacando, yo no me puedo defender. Vos estás dentro de una alianza y los de la alianza ven si te están atacando y entonces podés ir y defenderlo (Facundo, 17 años, Villa La Florida).

Facundo cuenta que genera relación más allá de esta plataforma con sus compañeros de juego. El paso siguiente a conocerse e interactuar como compañeros o rivales habitualmente es agregarse como contacto en *Skype* o como amigo en *Facebook*. De ese modo se cuenta con una conexión más asidua y a la vez se conocen más aspectos de la persona.

> La tengo agregada al *Facebook*, tengo buena relación, son buena gente… la conozco, pero no personalmente, conozco gente que es de acá de Quilmes, conozco gente que es de Villa Crespo, gente de distintos lugares. Aunque también hay algunos infiltrados que vienen de España, de Colombia, de Uruguay. Entonces, hay que reclutar gente y eso de reclutar gente también lleva a una conexión con esa persona, porque vos no la reclutás de una manera automática, tenés que hablar con las personas, tenés que interactuar. Mediante el juego y a partir de esa relación que uno puede establecer, se puede agregar al *Facebook* y de ahí a partir de ahí, como es el *Facebook*, conocés la persona. A través de un teclado vas a ver fotos (Facundo, 17 años, Villa La Florida).

El espacio del juego en red se presenta entonces como una “pequeña red social” que en el sentido amplio significa un lugar donde interactuar socialmente. En términos presenciales –anterior a los virtuales- el término red social remite a un club, a compañeros de trabajo, de estudio, de deportes. Supone un grupo de personas con algún interés en común por medio del cual están en ligados en red. En este caso es el videojuego y deviene en la importancia del otro no solamente como jugador sino en tanto personalidad. Dice Facundo:

> Por ahí por el juego pasa una cosa y por la vida real cada uno hace lo que quiere. Un amigo que está ahí en el juego, que es muy kirchnerista el tipo y a veces surgen esos conflictos por global, que sería que nos llega el mensaje a todos, y bueno, de política o de religión –el pibe es judío- y uno a veces tiene que abstenerse de decir cosas que al otro le pueden caer mal. Es también una pequeña red social, que en vez de estar con trescientos amigos, estás con treinta y seis (Facundo, 17 años, Villa La Florida).

El traspaso del rival o compañero de videojuego a ser amigo en *Facebook* o a *Skype* y el paso de la conversación de escrita a oral generan una cercanía a veces necesaria en el juego pero otras veces necesaria por ser seres comunicacionales. Esto es, inmersos en la cultura.

Por su parte Joaquín también conoció amigos de otras partes del mundo mediante estas plataformas.

> La *Play 2* tiene juegos para uno solo, se puede jugar rol, aventura, o pueden jugar compartido con otro joystick con alguien más. La diferencia entre las consolas y la PC es que la PC la podés ir actualizando y podés jugar a todos los juegos de la *Play* o de la *Wii* sin necesidad de hardware. Y podés jugar un juego con alguien más sin necesidad de que esté la persona al lado tuyo sino online. Juego al *Counter Strike* o sino de rol como de multijugador masivo, como *Dota* o *Walcraft*. Algunos de los que juegan conmigo son amigos míos y después hay gente que vos vas conociendo por medio de que hablan por micrófono, aunque no sabés quién es físicamente, pero me hice bastantes amigos jugando en red (Joaquín, 15 años, Quilmes Centro).

Y agrega:

> Por ejemplo, los juegos en red tienen un servidor. En ese servidor van usuarios que siempre van a ese servidor o son famosos ahí o son conocidos. La mayoría de las veces te encontrás ahí si pegás onda o eso, le pasabas el *Facebook* o el *Skype*. Y lo que hacemos normalmente nosotros es, por ejemplo, cuando jugamos al *Counter Strike* abrimos el *Skype*, y hablamos todo por ahí sin necesidad de estar hablando por el juego. Tendré entre veinte y cuarenta amigos. Argentinos, tengo amigos en Estados Unidos y también tengo un chico de Vietnam. Más que nada para hablar con alguien que conocés y tenés los mismos gustos, pasa más por eso que otra cosa. Y poder compartir un momento jugando un juego que le gusta a los dos (Joaquín, 15 años, Quilmes Centro).

Esta característica que propone compartir información personal con desconocidos es algo que propician determinados usos de redes sociales virtuales y servicios de mensajería instantánea y chat. Ya que en los perfiles se solicita la información personal más variada: desde nombre y apellido, hasta número de teléfono, ciudad de origen, escuela a la que se concurre y demás informaciones[93]. Joaquín dice que "En Skype podés poner el nombre de usuario y si querés podés agregar lo demás, pero no es necesario. Si querés compartir tu información la podés compartir, en Facebook también pero es como más obligatorio" (Joaquín, 15 años, Quilmes Centro).

Los jóvenes tienen conciencia de la información que comparten y eligen cuáles espacios son más propicios para agregar a amigos de la vida presencial o a desconocidos. Los amigos del juego en red pasan a estos espacios por una doble función: por un lado para agilizar el juego, crear estrategias conjuntas y optimizar el trabajo en equipo, y por un deseo de conocerse más a profundamente con quien se comparten horas, una dimensión inherente al ser comunicacional. Dice Roxana Cabello al respecto de las dinámicas alrededor de los juegos en red que se tratan de "vínculos que se generan entre las personas cuando la tecnología aparece como excusa, como motivación, como tema, como compañía o como parte del escenario" (Cabello, 2007: 131). Asimismo, la autora se pregunta si en la relación generada a través de los juegos en red "¿hablamos de intercambios sociales?, ¿de vida social?, ¿de relaciones sociales?, ¿hablamos de sociabilidad?" (Cabello, 2007: 135).

[93] En el apartado "La construcción semiológica de uno mismo", en este mismo capítulo, haremos referencias a esos usos de las redes sociales virtuales.

El juego en red oficia como un propiciador del espíritu en equipo. El jugador ya no juega "contra la máquina", pasando niveles hacia "dar vuelta el juego" –llegar al final- sino que la dinámica generada en el uso del juego en red es *colaborativa.* Una relación comunicacional novedosa con amigos de la vida presencial o con desconocidos de las más diversas partes del mundo. La relación generada no es la misma que con los compañeros de colegio con quienes se comparte horas presenciales y un ámbito de aprendizaje y ocio. Sin embargo, las relaciones virtuales que conforman comunidades lúdicas actualizan el espíritu en equipo y plantean la necesidad del otro en tanto jugador y, por lo cual, en tanto ser cognoscente.

En el terreno virtual podemos hablar de diferentes grados de sociabilidad o incluso de diferentes *sociabilidades;* ya que por más que se comparta la condición esencial de la interacción, en el caso de la *virtualidad* no se cumple con la condición de la *presencialidad*. Como índice notamos que esta *sociabilidad virtual* se ve acrecentada -lo vimos en los dichos de Facundo y de Joaquín- en el simbólico paso de estos "compañeros de juego" a "amigos" de *Facebook* y "contactos" de *Skype*. Amigos y contactos que no suplantan ni se asemejan a los de la vida presencial, pero que este paso se torna el máximo grado de cercanía que se le puede ofrecer a un nuevo conocido con quien se comparte una actividad identitaria y que se encuentra en otra ciudad, otra provincia, otro país, o incluso hablando un idioma diferente, otro continente.

Asimismo, el juego no termina tampoco en los juegos en red y junto al resto de tecnologías (mensajería instantánea, chat) que involucra. En las entrevistas cualitativas se mencionan usos de videojuegos propios de redes sociales virtuales. Los videojuegos de *Facebook* más conocidos son *FarmVille, Pet Society, Candy Crush* y *Criminal Case*. Estas producciones culturales traspasan los límites de la red social virtual y generan fanáticos que solamente abren un perfil para poder acceder al ellos. Asimismo son comunes los chistes tildando de ensimismados o adictos hacia quienes juegan estos juegos de manera asidua.

Dice Lautaro sobre el videojuego en *Facebook*: "No es un vicio pero sí a la vez. Algo que no podés dejar. Yo lo dejé, pero hay gente que no, es como todo. No tengo vicios igual. Los que son los vicios de la gente, los normales, sí, los puedo controlar" (Lautaro, 17 años, Quilmes Centro).

Se pueden pasar horas superando niveles de *Candy Crush*, un juego al estilo *Tetris* que a la luz de los testimonios parece no tener fin.

> Juego a uno que se llama *Pet Rescue*, hay un conjunto de bloques y cada vez que hay dos bloques o más juntos del mismo color, vos lo tenes que reventar. El *Candy Crush* vos lo que tenés que hacer es cambiar. Esto lo que tiene es que son bloques del mismo color y vos tenés que ir reventándolos. Estoy en el nivel 32, tengo un amigo que está en el nivel doscientos dieciséis. Horas, meses tiene invertido y yo le digo cómo podes ser tan vicio, no, no sé, me dice, me encanta jugar. A mí no me llama la atención el juego (Nicolás, 16 años, Bernal Oeste)

> Juego a los de *Facebook*. El *Candy Crush* o… que ya ni lo uso porque me aburren, no paso el nivel y listo, ya está, lo dejé. Yo estoy en el 167. Es que no lo pude pasar y lo dejé ahí. Lo que pasa es que es como un vicio, "no, basta". Un poquito de conciencia, no puedo estar todo el día (Lautaro, 17 años, Quilmes Centro).

> El *Candy Crush* lo jugué yo y lo juega mi mamá desde mi *Facebook* porque ella no tiene, así que juega. Pone otro juego que juega y abre mi *Facebook* para jugar a ese o a otro. Es como que se quedó en eso (Micaela, 14 años, San Francisco Solano).

Por su parte, *Pet Society*, *Pet Rescue*, *The Sims* y *City Ville*, se tratan de juegos de estrategia donde se configura una granja o un espacio donde contener mascotas y cuidarlas. Todos ellos intentan involucrar el mayor tiempo posible a los jugadores.

> Juego al *Pet Society*, a *Los Sims*, y nada más que me acuerde ahora. Y después había uno que tenía cositas como diamantes. Tenías que ir moviendo y tenían que quedar todos iguales y ahí, algo así (Marianela, 19 años, Quilmes Centro).

> Al único videojuego que jugué fue al *The Sims*, que me lo instalé hace un tiempo… (Marina, 20 años, Don Bosco).

Los juegos de *Facebook* se confunden con los instalados en la computadora, en el teléfono y los de consola, participan de un continuum de entretenimiento. Quienes gustan de jugar videojuegos usan todas las plataformas posibles que suelen ser incorporadas fácilmente. Por ejemplo, Agustina nombra un juego de *Criminal Case* (*Facebook*), *Buscaminas* (de los que vienen instalados en la computadora), *Zombis*

contra plantas (*Facebook* y versión juego en red), instalados en la computadora del hermano y *PES* (*PlayStation*).

> Juego al *Criminal Case*. A los que vienen en la compu juego al *Buscaminas* siempre. Me envicié con eso, no sé por qué, pero me encanta. Después tengo uno que se llama *Zombis contra plantas*, que son las plantitas que tienen que matar a los zombis. Y después tenía uno de cirugía, estaba bueno. Y más no porque no me soporta la compu, pero les juego a los de mi hermano. Me encanta el *PES* (Agustina, 17 años, Quilmes Centro).

Imagen. *FarmVille* en *Facebook*.

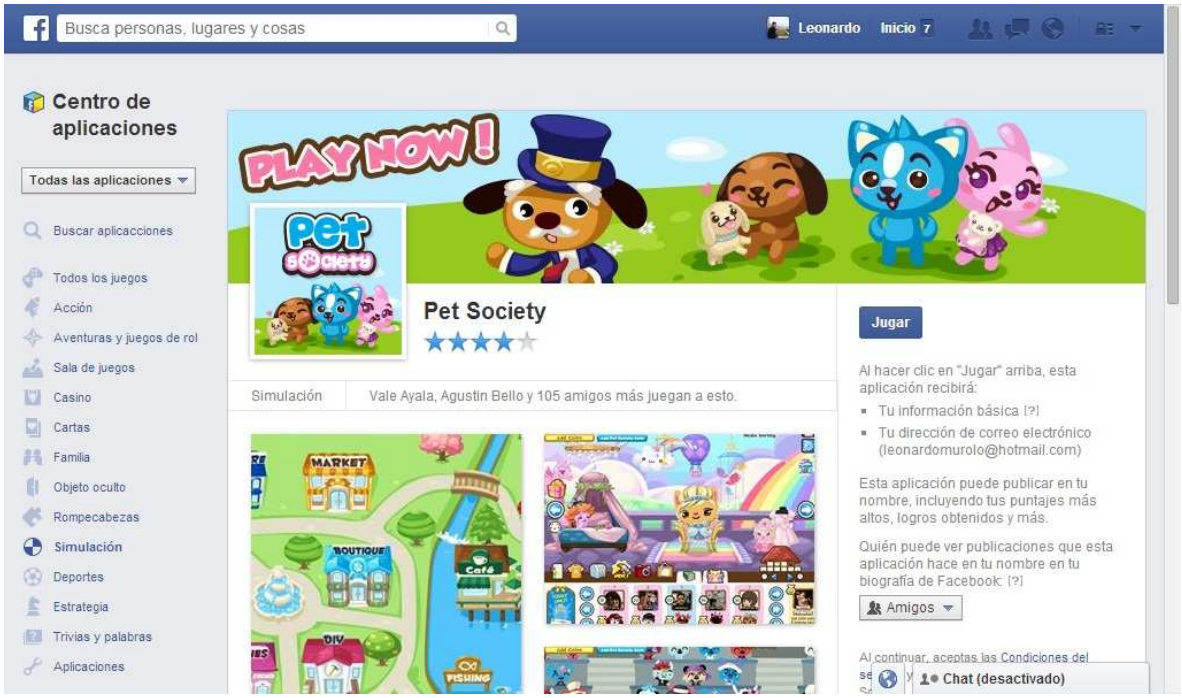

Imagen. *Pet Society* en *Facebook*.

Imagen. *Candy Crush Saga* en *Facebook*.

Imagen. *Criminal Case* en *Facebook.*

Cuando los jóvenes cuentan sus prácticas con los juegos de *Facebook* hacen referencia a computadoras, pero también a teléfonos móviles, smartphones, que permiten la conexión a internet constante. Asimismo, en los teléfonos móviles vienen alojados videojuegos, algunos en modo de prueba para adquirirlos luego, otros de manera permanente y también existe la posibilidad de descargar otros específicos creados para estas plataformas.

Fernando nos cuenta un uso particular de videojuegos en el teléfono móvil:

> Tengo en el BB (*BlackBerry*) un juego de póquer que está bueno. Lo usé varias veces, quiero practicar porque tengo que vencer a mis amigos cuando volvamos a jugar. No jugamos por plata, pero el honor es más significativo. Pero aprendí a jugar un poco mejor. Cuando tenga que jugar con mis amigos en la mesa, ahí voy a estar un poco más fuerte, además que es entretenido por sí mismo (Fernando, 24 años, Quilmes Centro).

Otras de las habilidades generadas con videojuegos tienen que ver con el uso de un instrumento musical. Nair nos cuenta su experiencia:

> Yo sé tocar la guitarra, pero de antes. O sea, yo antes de jugar a la *Play*, tocaba. Pero, sí, los reflejos y la habilidad, porque yo tengo la batería y tengo que mover mucho las manos. La *Play* también, tenés que mover mucho los dedos. Entonces, después tenés más movimiento y aparte los reflejos, no sé, sé que los tenía muy desarrollados. Jugaba también a eso, al *Pump*. El de bailar. Pero bien rápido. Un amigo que nos daba 20 fichas –era técnico-. Nos daba 20 fichas, y cada ficha tiene para jugar tres veces. Entonces, me había hecho 10 amigas y éramos las dueñas de la máquina. Pero tenía 13 años igual ahí. Y, nada, ahí sí desarrollé un montón porque tenés que coordinar los pies con la mente, con las flechas (Nair, 18 años, Quilmes Centro).

Nair reafirma esta idea de que mediante los videojuegos se pueden aprender o reforzar habilidades.

> Es lo que me decía mi papá. O sea, porque yo quiero manejar y mi mamá dice por ahí: "no, no, no sé". Pero ella tiene reflejos. Porque mi papá los reflejos que tiene de auto, fue por los jueguitos. Porque cuando era chiquito me decía que iba a los videojuegos y había uno de coches, que tenía que correr el auto y no tenía que chocar. Y estaba cinco horas, o sea, se terminaba cuando estaba cinco horas sin chocar y le apagaban la máquina porque querían cerrar y seguía jugando. O sea, en ese sentido creo que sí, los reflejos más que nada de jugar… jugando a la pelota también. El arco, cuando estás en el arco, tenés que atajar y para atajar tenés que tener reflejos (Nair, 18 años, Quilmes Centro).

Los casos de Fernando y de Nair nos ayudan a reflexionar acerca de que una vez más las tecnologías participan de dinámicas de aprendizaje. La mayoría de nuestras actividades sociales nos proponen adquirir destrezar en oficios o habilidades específicas para alguna labor y, como vimos en los esfuerzos para incluir computadoras en el ámbito escolar formal, también los videojuegos y tutoriales de Internet ayudan a desarrollar saberes. Estos conocimientos son cotidianos como planear estrategias en un juego de cartas, saber conducir un automovil o realizar un deporte de manera amateur. Desde ya que las pantallas no podrían suplantar la actividad presencial que emula, ya que ese aprendizaje que se busca en la pantalla no puede ser más que a título informativo y de simulación de la experiencia presencial. Y luego es necesario dejar la simulación del automovil, el palo de golf o la guitarra y tomar la práctica presencial para desarrollar la actividad. De todos modos, la asiduidad en el uso de las herramientas

digitales hace que tanto jóvenes como adultos vean la posibilidad de aprovechar estos usos como adiestramientos válidos a la hora de sumar experiencia en la práctica.

4.5.5 DE LOS EFECTOS A LA DISPUTA POR LOS SIGNIFICADOS

Los videojuegos además de definirse como una tecnología, se encuentran atravesados por numerosas variables. Tienen que ver con la industria cultural, con el aprendizaje, con los usos juveniles, con los usos por parte de adultos. Además, en el devenir de su construcción simbólica participan de dos grandes campos de crítica que provienen de la academia y se extienden a los medios de comunicación y a la sociedad (Etxeberría, 1998). Uno es ser culpables del aislamiento y ensimismamiento de los jóvenes. Es decir, creer que los jóvenes se encuentran todo el tiempo en el videojuego y no atienden a otras tareas. La crítica estriba en que suplantarían la experiencia por la pantalla. Es allí cuando la mirada simplista cree que jugar fútbol o cualquier otro deporte, tocar un instrumento, tener una mascota, devienen –deberíamos decir son suplantados- en *PES*, *Guitar Hero* o *Pet Society*.

En el segundo nivel de crítica se ubica la idea de que los videojuegos incitan a la violencia.

Ferrer Marqués enuncia una serie de “peligros” que suponen los videojuegos: “adicción”, “agresividad”, “aislamiento” y “sexismo”, pudiendo afectar a la “salud”, la “inteligencia”, el “autoestima” y el “carácter”, pudiendo generar “contravalores”. Asimismo plantea una serie de aspectos positivos que incluyen: “aspectos cognitivos”, “destrezas y habilidades”, “aspectos socializadores” y “alfabetización digital”.

Lo que refuerzan estas posturas es que los adolescentes transitan por una sociedad que los mira con desconfianza y que juzga moralmente sus prácticas individuales y grupales. En los videojuegos se pelea, se mata, hay juegos de lucha cuerpo a cuerpo y otros de guerras o de armas de fuego. Siguiendo esta perspectiva estos juegos naturalizarían la violencia.

> Los medios de comunicación han reforzado la idea generalizada de que los videojuegos tienen, mayoritariamente, una temática violenta y sexista. A su vez se le han asociado comportamientos antisociales y de aislamiento, incluso una etiqueta de adicción no tóxica. Pero si nos fijamos en los datos de ventas en España, incluso de forma más general en la lista de las 20 sagas más vendidas en

> la historia, los videojuegos violentos son minoría o directamente no aparecen (Belli y López Ravientós, 2008: 173).

Se trata de otra postura simplista y reduccionista del rol de los sujetos de la comunicación, considerados como meros receptores de mensajes que calan en sus mentes determinando acciones acríticas.

Asimismo desde la Psicología Social (Gil y otros, 2003) se plantea que al contrario de esta creencia en el aislamiento de "los adolescentes practican nuevas formas de construir una cultura digital: un encuentro alrededor de las TIC" (Gil y otros, 2003).

Por otra parte, existen posturas que proponen analizarlos como "productos culturales" que representan imaginarios propios del contexto social y no actúan de manera determinista (Huertero Valle, 2007). En este sentido aparece la interesante posición de Henry Jenkins (2009), quien propone pasar de los efectos a los significados para analizar los videojuegos.

Hace décadas no entendemos el concepto de los efectos para interpretar los medios de comunicación masiva. Los medios de comunicación no nos "hacen hacer cosas", no son deterministas. Sabemos que algunos géneros mediáticos como la publicidad pretenden eso. *Coca Cola* nos dice que comprando y bebiendo ese producto obtenemos felicidad y gran parte del público la compra por su sabor o por hábito. Sin embargo, no es por determinismo que se adquieren los productos o se incorporan prácticas promocionadas por los medios de comunicación[94].

La historia de las teorías que adoptamos como genealogía para la conformación del campo de la Comunicación afirma esto. Primeramente en la Teoría Matemática de la Comunicación y en la *Mass Communication Research* se señalaban los lugares de un emisor y de un receptor, mediando la idea de los efectos que luego, desde los Estudios Culturales británicos, siguiendo a Stuart Hall, se criticó comenzando a postular conceptualizaciones más acordes con la actividad intelectual del sujeto de la comunicación. Es de este modo que se consideran los espacios del codificador-decodificador.

[94] Para una mayor profundización y explicitación sobre el modo en que entendemos el debate conceptual entre Raymond Williams y Marshal McLuhan sobre "determinismo tecnológico"/"tecnología sintomática" enfrentados a los usos de las tecnologías, remitimos al capítulo Marco Teórico y al trabajo titulado "La pantalla doméstica. Sobre *Televisión, tecnología y forma cultural* de Raymond Williams" (2013).

En este mismo orden, otros autores prefieren hablar del paso de considerar el "impacto" que genera un medio de comunicación hacia la "lectura" que los sujetos hacen de estos. "Nos convertimos en buscadores de significados que interpretamos nuestro entorno y que somos capaces de re-escribirlo al trasladar el resultado de esta lectura a nuestra vida cotidiana. Una libertad de lector-jugador para re-significar el videojuego, es decir, producir una lectura diferente a la esperada" (Bellí, López Raventós, 2008: 160).

En las últimas décadas existe literatura especializada que habla de la idea de *prosumidor* para señalar al sujeto de la comunicación actual. Es quien produce tanto como consume medios de comunicación o lo hace indistintamente. El concepto cobró auge con los medios digitales –*YouTube* es el paradigma de esta práctica *prosumidora*- ya que propician ese tipo de apropiaciones.

Aún entendiendo este conocimiento que se torna una obviedad conceptual para los estudios en Comunicación contemporáneos, con los videojuegos se sigue sosteniendo una mirada determinista como si no fuera un medio de comunicación como los demás. Jenkins propone ante esto pasar de una mirada que atiende a los efectos –falsos e incomprobables- a los significados. En este sentido, la propuesta no es otra que investigar los usos. Estudiar qué significa este videojuego en este grupo de sujetos que lo usan, qué lugar simbólico ocupa en su identidad, en ese vivir juntos.

En esa perspectiva debería inscribirse una investigación que no comparta las críticas ideológicas y prejuiciosas ante el uso de videojuegos como deterministas de pasividad juvenil o de acciones violentas. De los efectos a los significados implicaría también una mirada crítica hacia la construcción de estos sentidos que se incorporan. Estos significados se hacen bajo la hegemonía de:

El mercado: que propone la evolución de las consolas con obsolescencia incorporada y un devenir de los videojuegos que se superan año a año. Es decir, la hegemonía del consumo que deja atrasado a quien no siga su carrera y no tenga la capacidad económica de estilizar el uso de estos productos.

Los medios de comunicación: los cuales postulan, desde una postura determinista, que los videojuegos provocan jóvenes aislados y con actitudes violentas.

Los adultos: "Con el tema de los videojuegos, existe una gran preocupación entre los educadores, investigadores, psicólogos, sociólogos, padres y otros profesionales respecto de una posible influencia nociva en el desarrollo de los niños y adolescentes"

(Etxeberría, 1998). Esta perspectiva menciona a los adultos como quienes ven en el videojuego un obstáculo que le toma muchas horas a los jóvenes y los ensimisma y los violenta. Ante los adultos es que se despliegan las tácticas juveniles que intentan desmentir los prejuicios. Los adultos son quienes habilitan los espacios de juego en los hogares, quienes compran las consolas para sus hijos y para ellos mismos en un marco de usos negociados.

Los pares: quienes construyen usos hegemónicos y que son llamados a estilizar para pertenecer a grupos sociales y ser valorado.

En el terreno de los usos se dan las disputas por la hegemonía de los sentidos y estos usos en relación con el videojuego tienen que ver primera y fundamentalmente con el entretenimiento, pero también con el consumo, la educación, la información y la comunicación.

En cuanto al consumo: además de la compra de las consolas y de los juegos intercambiables, los videojuegos ocupan un lugar privilegiado en el universo de la industria cultural, produciendo más ganancias que la misma industria cinematográfica. Las grandes empresas dedicadas a la producción audiovisual tradicional piensan y están mirando al mercado del videojuego para realizar una extensión directa de sus producciones. El álbum de figuritas, una revista, una taza, una ropa, son objetos de merchandising habitual de un producto audiovisual exitoso, de un tiempo a esta parte el videojuego también se desprende de la película o la serie ya no como merchandising sino formando parte integral de esa industria cultural[95]. El mercado logra transmutar en mercancía cualquier deseo de entretenimiento y a la vez estos productos también tiranizan el consumo juvenil tornándose objetos de deseo.

En cuanto a la educación: El videojuego es puro entretenimiento. Es diversión. Es un universo lúdico que tiene que ver con el tiempo libre y con producir algún tipo de satisfacción. No tiene que ver en primera instancia con los otros universos tecnológicos que proponen información o conocimiento. Asimismo, esas fronteras son débiles porque pisa los otros espacios de algún modo. De ello que se abra otro espacio de disputa hegemónica cuando las tecnologías incluidas en la escuela (*One Laptop Per Child*, *Plan Ceibal* o *Conectar Igualdad*) comprenden al videojuego como una plataforma cercana a

[95] Sin ir más lejos podemos pensar en *Disney*, que en el mismo momento que se estrena la película sale a la venta el videojuego. Es decir, no están especulando con el éxito o no de la película. Eso obedece a una plena conciencia del mercado de que el videojuego tiene apropiación social.

los jóvenes y a la vez incluyen videojuegos educativos, o incluso con otros nombres, en sus plataformas.

> La actividad lúdica es un espacio privilegiado para el aprendizaje, y en mucha ocasiones los juegos y juguetes nos "educan" en usos costumbres y lecturas de la realidad que penetran nuestros esquemas de significado más allá de los contenidos explícitamente formulados desde las instituciones de educación formal y no formal (Esnaola Horacek, 2003: 2).

Sostiene James Paul Gee que los videojuegos son buenos para la educación y expone una serie de argumentos:

"Los videojuegos son buenos para el aprendizaje porque, entre otras razones, tienen las siguientes propiedades:

1. Pueden crear empatía por un sistema complejo.
2. Son acciones dirigidas, preparaciones, simulaciones hacia un éxito que se comvierten en experiencia encarnada.
3. Implican la inteligencia distrinuida a la creación de herramientas inteligentes.
4. Crean oportunidades para la articulación de funciones cruzadas.
5. Permiten tomar dimensión de dónde se está situado.

Nada de esto quiere decir que los videojuegos hacen estas cosas buenas por sí mismas. Todo depende de cómo se usan y qué tipo de sistemas de aprendizaje más amplios (actividades y relaciones) se hacen en conjunto"[96].

En cuanto a la información: algunos jóvenes nos cuentan que juegan videojuegos que tratan temas medievales, o de estrategia, o sobre la Segunda Guerra Mundial, o que tematizan cuestiones de la vida presencial y desde allí que pueden llegar a conocer o familiarizarse con datos de elementos históricos, sociales, culturales.

---

[96] Video games are good for learning because, among other reasons, they have the following features:
1. They can create an embodied empathy for a complex system.
2. They are action-and-goal-directed preparations for, and simulations of, embodied experience".
3. They involve distributed intelligence via the creation of smart tools.
4. They create opportunities for cross-functional affiliation.
5. They allow meaning to be situated.
6. They can be open-ended, allowing for goals and projects that meld the personal and the social.

None of this is to say that video games do these good things all by themselves. It all depends on how they are used and what sorts of wider learning systems (activities and relationships) they are made a part of. (Traducción propia).

En cuanto a la comunicación: los usos de los juegos en red terminan cruzando la frontera del entretenimiento hacia la comunicación. Es entonces cuando ya va a importar quién es el otro con el que se juega, de qué lugar del mundo es, qué hace, qué le gusta, se forman comunidades virtuales lúdicas en pos de conseguir mejores resultados en el juego en estos casos que muchas veces son de estrategia. Por eso a un jugador que uno lo conoce jugando al mismo videojuego luego lo puede, como aparece en los testimonios, agregar como contacto a *Skype* o como amigo a *Facebook* y tener conversaciones sobre otros temas. Inclusive si son de diferentes países y hablan otros idiomas, se pueden comunicar primeramente por el videojuego y luego poniendo en acto habilidades y competencias lingüísticas aprendidas anteriormente o por aprender en el devenir de las charlas.

Entonces el videojuego haciendo uso de su carácter ubicuo es apropiado y participa en el cruce de las fronteras del consumo, la educación, la información y la comunicación.

El videojuego participa de una complejidad tecnológica expresada en la sucesión de las generaciones, pero también en las apropiaciones sociales. Desde la primera generación hacia la séptima, se cuenta cada vez con más parecidos a la fisonomía humana, a los medios de transporte, a los animales, gráficos cada vez más “reales” los cuales buscan sumergirnos en la misma realidad que vivimos pero a través de una pantalla. Este anhelo mimético de los videojuegos merece una lectura de la sociedad actual, la cual cree que el juego es más entretenido, mejor o va a satisfacer más las ansias de entretenimiento mientras más “real” sea. Walter Benjamin (1989) en *Historia cultural del juguete* (1928) decía que el juego cumple más su objetivo lúdico mientras más alejado de la realidad sea, el niño juega en un arenero y juega a ser panadero cocinando pan con esa arena que simula ser harina, arrastra un palo y es un caballo, agarra unos restos de cualquier material y los transforma en muñecos. Entonces la imaginación vuela más cuando no está jugando con el objeto real y lo está representando, cuando está creando y creyendo que eso es lo que necesita para su juego en ese momento. El videojuego va en sentido contrario –todos los juguetes actuales van en sentido contrario- cada vez es más “real”, pretende presentar el referente como tal y no como representación. Al punto de proponernos construir el personaje de la pantalla con nuestra fisonomía.

Los usos lúdicos de las tecnologías, los usos del videojuego suponen, implican, un desarrollo de la creatividad, una propuesta de ese desarrollo. No creemos el entretenimiento este por debajo de la información, del conocimiento o de la comunicación. De hecho creemos que el entretenimiento o el videojuego aportan tanto capital cultural como ver películas, series, escuchar discos, leer revistas. La cantidad de videojuegos que un joven puede jugar le abre un panorama a un conocimiento específico que tiene que ver con el del entretenimiento, con el del lenguaje multimedial. Asistimos a testimonios que afirman que se desarrollan habilidades en términos de conducir un automóvil quizás mejor por usar asiduamente videojuegos, tocar algún instrumento musical por aprender a usar bien el *Guitar Hero*, o desarrollar el pensamiento abstracto mediante juegos de estrategia. Por ello, no creemos que el tiempo dedicado al videojuego sea un tiempo perdido, no creemos en una idea de buenos y malos usos de las tecnologías.

Alrededor de los videojuegos los sujetos construyen prácticas de sentidos, unas mutantes y otras estables. Los zigzagueantes desplazamientos del espacio público al privado y del espacio privado al público, el importante aporte a la conformación de una cultura juvenil que devino en cibercultura, los diálogos entre diferentes espacios de la industria cultural como el informático con el audiovisual, son solamente algunas de las características de estas apropiaciones.

Finalizamos este apartado con una idea de Walter Benjamin al pensar la naturaleza del juego y del juguete; dado que, bajo estas premisas, podemos entender a los videojuegos como “juguetes”, cosas, artefactos, objetos históricos que no hacen por sí solos al juego sino que cada jugador lo construye con su práctica,

> Pero también es cierto que no describiríamos ni la realidad ni el concepto del juguete si tratáramos de explicarlo únicamente en función del espíritu infantil. Pues el niño no es un Robinson; los niños no constituyen una comunidad aislada, sino que son parte del pueblo y de la clase de la cual proceden. Así es que sus juguetes no dan testimonio de una vida autónoma, sino que son un mudo diálogo de señas entre ellos y el pueblo.

4.6 TELEFONÍA MOVIL Y ESPACIO PÚBLICO……...…..…….…….
4.6.1 Las técnicas de recolección de datos sobre usos de telefonía móvil…..……
4.6.2 Los pibes del bondi……...……...…….……..
4.6.3 Tribus tecnológicas: *floggers* y pibes del bondi……..……...……
4.6.4 El dispositivo de control……...……..
4.6.5 La arena de batalla……...……..…….

4.6 TELEFONÍA MÓVIL Y ESPACIO PÚBLICO

Las primeras preguntas de nuestras entrevistas cualitativas giran en torno a estas cuestiones: “¿A qué te remite la palabra tecnología?” y “¿Cuáles de ellas tenés y usas a menudo?”. La totalidad de los jóvenes entrevistados usa telefonía móvil. Quien no cuenta con computadora propia, usa la que comparte con la familia, la de amigos o las del ciber, lo mismo sucede con los videojuegos. En cuanto el teléfono móvil, al tratarse de un objeto personal, se posiciona como un artefacto que generó pertinencia más allá de edades, géneros y clases sociales.

Las facilidades que provee son notorias: la posibilidad de conexión inmediata y constante, el control de padres a hijos y de parejas, la tranquilidad de saber dónde y cómo está el otro. Por este aspecto Rosalía Winocur (2010) sostiene a modo de metáfora que como en los noventa lo era el cigarrillo, hoy “el celular es un ansiolítico”. “Finalmente los seres humanos, que en toda la historia hemos estado sujetos a la misma incertidumbre y a las mismas amenazas, encontramos un pequeño dispositivo que nos da la ilusión del control de nuestras circunstancias y de los otros”.

La pertinencia a una amplia cantidad de personas tiene que ver también con la posibilidad de conseguir diferentes tipos de teléfonos móviles. Existen los más sofisticados denominados smartphones, pero también pueden conseguirse modelos viejos en el mercado del descarte, los cuales más o menos tienen las mismas facilidades y los costos de puesta a punto son menores. A su vez, la posibilidad de utilizar el servicio prepago (mediante compra de tarjetas con un código que provee de crédito al teléfono o mediante “carga virtual”) que los padres tengan la posibilidad de pagar este servicio para los teléfonos de sus hijos cuando puedan y de este modo propicia un control en el gasto. En este escenario, los jóvenes destinan el dinero de sus ahorros también para procurarse crédito en el teléfono.

El teléfono móvil como denominación, a esta altura del desarrollo de la tecnología, oficia como un eufemismo. Es un artefacto que se puede emplear como agenda, cámara fotográfica –con zoom y con flash-, cámara filmadora, procesador de textos, reproductor de música y de video, navegador de internet, mensajería instantánea, y también permite hablar por teléfono. Sería correcto entonces hablar de un dispositivo portátil multifunciones.

Asimismo, en el mercado existen diversos modos de acceder al servicio de telefonía e internet para estos dispositivos: mediante factura mensual con diferentes planes y precios, y en la modalidad prepago, en la cual se realiza una carga de crédito que dura hasta que se consume o se vence. Uso asiduo por parte de jóvenes de sectores populares.

Según un informe del Observatorio de Políticas Públicas, dependiente de la Secretaría de la Gestión Pública, de la Jefatura de Gabinete de Ministros Presidencia de la Nación, en Argentina hay 117 teléfonos móviles por cada 100 habitantes[97], por lo cual podemos inferir que es una tecnología que no solamente atraviesa perspectivas de edades sino también de clase, dadas las posibilidades de conseguir modelos de descarte, ante la velocidad de innovación, y el control prepago del crédito.

Este apartado se ocupa de los usos de la telefonía móvil por parte de los jóvenes observados y entrevistados. Entre diversos usos que hemos esbozado, haremos hincapié en uno novedoso y polémico, que llamaremos el uso de "los pibes del bondi", jóvenes que escuchan música sin auriculares en el transporte público de pasajeros.

Alrededor de ellos se despliega toda una evidente disputa por la hegemonía de los sentidos de las prácticas, en forma de debate social y hasta legal que implica censuras y proyectos que prohíban la práctica tildada como molesta. El concepto de espacio público es entonces un tópico que nos interesa definir.

Luego referiremos a las prácticas sociales generadas por "tribus urbanas", que se configuraron y se configuran alrededor de este dispositivo. Finalmente haremos referencia a los usos de control que, mediante aplicaciones como *WhatsApp* o sms,

---

[97] BUGONI, Mara Betsabé; FERNÁNDEZ LANDONI, Jorge Mariano; GONZÁLEZ, Hugo Rubén; RIVOLTA, Mercedes (2010) "Políticas de tecnologías de la información y las comunicaciones en la gestión pública". En *Políticas Públicas en Democracia.* Este libro nos fue provisto por Eduardo Thill, Subsecretario de Tecnologías de Gestión de la Nación, durante la entrevista en exclusiva para esta tesis.

Los datos no son los más actuales que existen, pero sí son los oficiales y por ello preferimos tomarlos como parámetro. Otras fuentes informan que el uso de la telefonía móvil se ha incrementado.

pueden otorgársele a un dispositivo que la mayor parte del día se encuentra con su dueño y permite que otro lo localice.

4.6.1 LAS TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS SOBRE USOS DE TELEFONÍA MÓVIL

Este apartado se asienta en diversas técnicas: la lectura y análisis de bibliografía específica, las entrevistas cualitativas a los jóvenes y la observación en el transporte público de pasajeros. Asimismo nos valdremos de capturas de pantalla de diferentes espacios de internet para graficar los debates alrededor de las prácticas.

Acercarse a la calle para observar usos tecnológicos no es tarea sencilla, primeramente porque no se sabe cómo mirar, qué observar, cómo tomar nota de lo que se observa, ya que no se puede pautar con el observado. Lo relevante para un estudio en Comunicación son los procesos mediante los cuales se construye sentido y esos usos y apropiaciones indefectiblemente son también producto de un contexto histórico que no debe pasarse por alto. Asimismo, mirar alrededor también forma parte de observar el objeto. Por ello el espacio, el lugar donde se observa, no solamente es escenario sino que también es arena de batalla cuando se trata de prácticas hegemónicas y contrahegemónicas. De allí que sea necesario tener plena conciencia de ello en el momento de la observación.

Para acceder a datos que nos den cuenta de las prácticas comunicacionales de los “pibes del bondi”, como los llamamos, es necesario subirse a los colectivos, viajar y observar desde los modos de actuar hasta las posturas, desde las vestimentas hasta los modismos del lenguaje, desde las ubicaciones de los cuerpos hasta las actitudes de los otros.

En una serie de viajes en colectivo realizados en febrero, marzo y abril de 2012, buscamos dar cuenta de qué trata esta práctica comunicacional con tecnologías realizada por jóvenes en el transporte público. Los viajes observados fueron en la línea de colectivos 582 que recorre el partido de Quilmes desde la localidad de San Francisco Solano hasta Ezpeleta, pasando por Villa La Florida y Quilmes Centro. Es decir, abarcando cuatro de las seis localidades que tiene el partido[98]. En ellos se pudieron observar, no en todos los viajes por supuesto, a jóvenes escuchando música mediante sus tecnologías portátiles con altavoces. En ninguno de los casos se vio al pasaje

[98] Las seis localidades que conforman el partido de Quilmes son: Quilmes Centro, Bernal, Villa La Florida, Ezpeleta, San Francisco Solano y Don Bosco.

increpándolos para que bajaran o apagaran sus tecnologías. Sin embargo, se observaron miradas y gestos de disgusto ante sus presencias. El registro, además de ser escrito a modo de "notas de observación" fue tomado en algunos casos también en video.

La técnica de observación desde ya que no es novedosa, pero hacerlo en el espacio público y a la vez pretender registrarlo en video pone incómodo en primera instancia al observador y en segunda instancia (si lo advierte) al observado. ¿Qué hace una persona filmando a las demás en un colectivo? "Ciencias Sociales" no sería una respuesta convincente, pero eso pretendíamos hacer. Por cuestiones éticas decidimos no publicar estos videos y solamente se encuentran disponibles en el Anexo de esta investigación para ser consultados. Por supuesto que en los videos no puede visualizarse la escena como habiendo estado allí: al ser filmados con teléfonos móviles no tienen buen sonido como para apreciar las canciones, el ritmo, el género y la letra[99]. No se puede observar al resto del pasaje cuando aleatoriamente alguno se disgusta y lo demuestra con gestos, ni tampoco pudimos registrar cuando los jóvenes suben al transporte o descienden[100].

Asimismo, se complementa el estudio de estos usos de las tecnologías por parte de jóvenes en el espacio público, con lecturas de noticias aparecidas en los medios electrónicos sobre estos usos. También se realiza una lectura crítica de los foros de Internet, como *Taringa*, que tratan el tema y se advierte el uso de grupos de *Facebook* interpelando a unirse para "que prohíban escuchar música sin auriculares en el transporte público". A su vez, son de interés del trabajo las imágenes en fotos y dibujos que proliferan en Internet evocando el tema, generalmente para combatir los usos desde una perspectiva hegemónica.

[99] Los registros en video fueron tomados con teléfono móvil por un doble propósito. Primero para no llamar la atención con una cámara filmadora que evidenciara que estábamos registrando video. Mientras que con un teléfono podría parecer que estábamos escuchando música o escribiendo mensajes de texto en el momento en que registrábamos. En segundo término, elegimos esta manera porque nos ubicábamos en el último asiento del colectivo, filmábamos a los jóvenes desde sus lugares y con la misma tecnología que emplean, sintiéndonos a la vez participantes del mismo ritual.

[100] Los videos, titulados "Los Pibes del Bondi 01, 02 y 03", se encuentran en el anexo y ofician como pauta de una imagen que poco a poco está siendo conocida en el espacio público.

4.6.2 LOS PIBES DEL BONDI

Un joven se sube a un colectivo (a este tipo de transporte público, los jóvenes habitualmente lo llaman bondi, así que podemos adoptar esa palabra[101]), paga su pasaje, se sienta en el último asiento, saca de su bolsillo un teléfono móvil y pone música. La música es una cumbia o un reggaetón. Como postal no tiene mucho de novedoso, las tecnologías de la comunicación y del entretenimiento irrumpen en el espacio público de diversas formas. Son tantos otros en el bondi quienes también están haciendo uso de tecnologías, algunas perceptibles como teléfonos y reproductores de MP3, en otros casos solamente se ven auriculares y cables saliendo de bolsillos o mochilas y puestos en sus oídos. Estos son jóvenes con "nervaduras" (Vallina, 2013). Esta es la diferencia con el joven del cual hablábamos, él contrariamente del resto, no usa auriculares, sino que comparte su música con el resto de los pasajeros.

Poco a poco esta imagen también comienza a ser cotidiana, pero a la vez renegada y combatida, al menos desde lo discursivo. Los pasajeros no dicen nada del joven ni al joven. La música no molesta, pienso, mientras miro a todos alrededor para vislumbrar gestos de desapruebo. No son estas personas quienes luego se quejan de esta práctica. No son ellos quienes sostienen en las redes sociales virtuales los pedidos de castigos a estos jóvenes y a sus usos tecnológicos.

Podríamos comenzar preguntándonos sobre quién es el dueño del espacio público. Podríamos intentar definir de qué hablamos cuando hablamos de espacio público, empresa que excedería sin dudas los límites del trabajo. Podemos partir de que el espacio público tiene una dimensión material y una simbólica, imbricadas en todo momento. Podemos, a modo de inventario, hablar de plazas, calles, monumentos, estaciones y demás lugares físicos para describir lo público. También pueden surgir como primeras impresiones los medios de comunicación, los locales donde ir a comprar o lugares de servicios que se presentan como espacios donde los públicos pueden hacer uso de las instalaciones, pasar, permanecer, generar prácticas asiduas en ellos.

---

[101] La palabra bondi es una adaptación al castellano de bonde, palabra del portugués brasileño que significa tranvía y se pronuncia/'bo˜d□i/. Dicha palabra, proviene a su vez del inglés bond.

En principio se usó este término para designar a los tranvías en lunfardo. La palabra se incorporó a la jerga porteña, y se la utilizó en un poema llamado Línea 9 de Carlos de la Púa: Era un bondi de línea requemada / y guarda batidor, cara de rope. Este poema se musicalizó y convirtió en tango. Lo cantó y grabó Edmundo Rivero. Los tranvías fueron desapareciendo pero las nuevas generaciones fueron incorporando dicho término a los colectivos (muchos de ellos hacían el mismo recorrido y tenían el mismo número que las líneas de tranvías desaparecidas).

En estos espacios se despliegan la mayoría de nuestras prácticas sociales, son de interacción con los otros, con esos otros que no elegimos como amigos y familia, que muchas veces no son nuestros vecinos, quienes no conocemos. Lo importante es afirmar que a pesar de que se pague por acceder a ellos, como en un ciber o un bondi, el espacio es público y no privado, ya que no es el régimen de propiedad el que lo define sino los usos y apropiaciones sociales.

En esta oportunidad nos ocupamos de un espacio público en especial: el transporte público de pasajeros. Ya sean trenes, colectivos de corta o larga distancia, subterráneos, son lugares donde desplegar nuestros modos de ser juntos. Miradas que se cruzan, galanterías, permisos, perdones y gracias. Diversas reglas sociales están arraigadas en estos espacios: ceder el asiento a embarazadas, a ancianos, a personas con movilidad reducida, y a todo aquel que nuestra superioridad considere que necesita más el espacio que nosotros. En este escenario, los hombres son "caballeros" si ceden el asiento a las mujeres, por más que estén cansados, por más que ellas no lo necesiten.

En estos espacios súper ritualizados se están generando nuevos rituales protagonizados por usos tecnológicos. Las tecnologías, lo decíamos en otros trabajos, ocupan un lugar importante en nuestra cotidianeidad, incluso las llevamos con nosotros como objetos de nuestra vestimenta (Murolo, 2011). El reproductor de MP3, la tableta, la computadora personal, pero sobre todo el teléfono móvil son las tecnologías preferidas para quienes deambulan en las sociedades actuales. Se presentan como una impronta más de la vida urbana. Los usos son diversos, pero uno de los mayores atractivos de estas tecnologías es la posibilidad de reproducir música.

Los entrevistados descargan música de internet y la alojan en sus teléfonos, desde donde la escuchan en momentos de ocio o esperas.

> Escucho la radio cuando voy camino a la facu o al laburo, el celu todo el tiempo (creo que es una extremidad más de mi cuerpo (risas). Tengo cerca de 600 canciones, muchos CDs adentro del celu. Siempre me molestan los que la escuchan sin auriculares, resulta molesto subirse a un bondi y que haya tres celulares sonando a todo lo que da con música diferente, todo bien, pero ponete los auriculares y escucha tu música vos. Yo escucho de todo, pop y rock internacional en su mayoría, pero después de todo un poco tengo, cumbia, algunas; melódico, *Eminem*, *Linkin Park*, *Brithney* (Jeremías, 22 años, Quilmes Centro).

> Escucho música cuando estoy en la computadora. Generalmente, cuando estoy en la computadora. Me pongo los auriculares para no molestar a nadie. Cuando viajo también. Pero a veces no porque no me gusta (Nair, 18 años, Quilmes Centro).
>
> Escucho música cuando voy yendo para el colegio, en los recreos. Después, cuando llego un poco en mi casa, duermo y después vuelvo a escuchar y así estoy, casi todo el tiempo (Micaela, 14 años, San Francisco Solano).

A pesar de que el uso es llevado a cabo por la mayoría de los jóvenes, el hecho de utilizar el reproductor de música sin auriculares no es una práctica que todos hagan. Este uso nació en un sector social y como estigma, el resto no lo hace para no ser asociado o no pertenecer a ese grupo.

¿Qué tipo de análisis comunicacional/cultural puede hacerse en torno a la moda que tienen ciertos jóvenes por escuchar música a todo volumen en los micros y trenes? ¿Qué molesta de esta novedosa práctica comunicacional con tecnologías en el espacio público que están desplegando fundamentalmente los jóvenes?

El análisis debe focalizar en los sentidos puestos en juego en la práctica. Estos sentidos se encuentran en este caso de manera manifiesta en lucha por la apropiación del espacio público. A primera vista podríamos hacer un breve inventario de las "molestias" causadas. Como enojo popular puede aparecer el volumen alto, en segunda instancia el tipo de música, el género: la cumbia o el reggaeton. Desde ya que no es solamente cumbia y reggaeton lo que puede escucharse con altavoces en el transporte público, pero es lo que más se encuentra. De ello que nos da como premisa que es también una práctica comunicacional específica de un sector social. La cumbia oficia de música "para bailar" en las fiestas de todas las clases sociales, pero se consume específicamente como música "para escuchar" por parte de las clases populares, las cuales toman a los boliches bailables de cumbia como sus destinos habituales de fines de semana, y por extensión, la escuchan en sus hogares y en sus dispositivos portátiles. En los locales bailables se despliegan otro tipo de liturgias alrededor de la música, como las bandas en vivo, las bebidas que allí se consumen, los pasos al danzar, las vestimentas, los modismos de lenguaje, entre otras características comunicacionales específicas. Allí

tienen lugar modos nombrarse, de reconocer un opuesto en el otro (la división entre *chetos* y *cumbieros*). De allí, son concomitantes posibles usos de las tecnologías.

Para la primera "acusación", la respuesta es que la cumbia se escucha en volumen alto. La experiencia con la música tiene que ver también con sus modos de apreciarla, con las relaciones con los géneros, sus impertinencias, modalidades y posibilidades de consumo. La cumbia se escucha en volumen alto. Las viviendas pequeñas, las habitaciones compartidas, los espacios, en definitiva, también configuran un modo de relacionarse con la música. Contraria a la experiencia de la denominada "cultura de habitación" donde un joven vive su mundo en un cuarto donde cuenta con televisor, computadora, además de los habituales elementos en una habitación como una cama, un ropero y decoración a su gusto; las clases populares no cuentan generalmente con estas comodidades, los jóvenes no pueden afirmar que algo en sus habitaciones sea netamente suyo, lo comparten con hermanos, cuando no también con sus padres, en el caso de que exista una habitación destinada solamente para dormir. En estos espacios la experiencia con la música es otra.

La cumbia, lo hemos elaborado en otros trabajos, es más que un género musical para las clases populares. Detrás y debajo del género tienen lugar otras prácticas relacionadas con la identificación con las letras y lo que expresa el género.

En redes sociales virtuales como *Taringa*, se abrió un espacio de debate acerca de esta práctica comunicacional por parte de los jóvenes[102]. El post que despliega estos comentarios es escrito por una persona que cuenta una anécdota. Estaba en el colectivo estudiando cuando subió un joven al bondi y puso música, perturbando la lectura. En el mismo post propone la lectura de la Ley de tránsito número 24.449 que sostiene qué se puede hacer y qué no en el transporte público de la Ciudad de Buenos Aires[103].

Pasa desapercibido, por naturalizado, que la persona que escribe estaba leyendo, por lo cual realizaba también una práctica en el espacio público, cuando otra persona irrumpió realizando otra práctica. En la economía política de las prácticas sociales, en este post leer está bien visto y escuchar música es asemejado a robar. Se infiere que para quien escribe el post el espacio público es de quien produce, el estudiante, el trabajador,

---

[102] Disponible en: www.taringa.net/post/apuntes-y-monografias/13503892/Solucion_-altavoz-en-el-colectivo_.html (Consultado el 29 de marzo de 2012).

[103] Disponible en: http://www.inti.gov.ar/chas/pdf/ley24449.pdf (Consultado el 23 de mayo de 2012).

mientras que los otros usurpan y están relegados al castigo del callamiento. Incluso, quien postea dice “a la altura de Caballito (creo) sube un joven de aspecto similar al de la fotografía”, proponiendo también una caracterización generalizadora de los jóvenes que realizan esta práctica social. Misma configuración física que la estigmatizada por los medios de comunicación como *el cumbiero*. Debajo del post se pueden leer comentarios como:

- @espiritista: la solución es que la mayoría de los pasajeros se quejen, yo a veces salto para que bajen el volumen, pero el resto de la gente en el bondi es como si tuviera miedo y no se quiere meter.
- @hernan30: problema de educación, los monos estos no la tienen porque el cerebro lo tienen quemado por el paco y el fernandito.
- @notimeforsuffer: después te bajás y te roban los auriculares.
- @soriquetesquiusmi: y lo vas a denunciar al rocho? Ni se va a presentar amigo es al pedo lo que querés hacer.
- @san_ed89: Te adoro Maestro!!! Años hace que espero esa ley!! Odio a los villeros que ponen esa música infumable en el bondi!! Gracias!!!
- @XzeppoCoreX: @espiritista: la solución es que la mayoría de los pasajeros se quejen, yo a veces salto para que bajen el volumen, pero el resto de la gente en el bondi es como si tuviera miedo y no se quiere meter.

  Totalmente, son una manga de cagones todos, lo mismo cuando le están choreando a alguien, se hacen los boludos, cruzan la alle y otros vergonzozos etcéteras. Pónganse los huevos antes de salir a la calle!!
- @elegidodet: hay que difundir esto capo,no soporto mas a los Wachiturros con su basura de musica!!!
- @okkto: @jorgeek: Un tiro en la nuca al rocho!!!

  O sino tenés arma le decís por favor señor podría apagar el altavoz de su aparato electronico?” sino s elo revoleas por la ventana.
- @maguito: che loco, vos hablaste de bondis de capital, pero mas que nada pasa en los del conurbano, las veces que me toco viajar con cabezas escuchando cumba, se subian al bondi, minimo de a 5, vos te pensas que cuando le digas que es ilegal van a decir “bueno loco, ahora la bajo”? cuanta ingenuidad.

- @alejandrodi: a mí no me molesta, como tampoco me molesta que hablen por celular o que se suban un grupo de chicos y hablen a los gritos cagándose de risa. Tolerar también es una opción, no sólo pensar que el otro es el que está mal.

Estos son solamente algunos de los 99 comentarios hasta el momento, la mayoría de ellos despectivos, peyorativos, discriminatorios. En ellos, a los jóvenes que despliegan un uso de las tecnologías en el espacio público se los cataloga de "quemado por el paco y el fernandito"[104], "monos", "villeros", "rochos", "cabezas", se equipara su práctica con la de robar (@notimeforsuffer, @XzeppoCoreX), se busca la manera de abordarlos y que depongan esta actitud y hasta se propone "un tiro en la nuca". La otra opción es tolerar, sostiene @alejandrodi, comentario que en este orden de la discusión no fue tenido en cuenta.

Por su parte, el foro de la radio *Rock & Pop* publica una nota titulada "Ponete auriculares o te bajás del bondi", donde hablan de una medida impulsada por choferes de Córdoba que proponen no escuchar música sin auriculares en el bondi. En esa nota, la radio editorializa diciendo:

> Además, una estadística a vuelo de pájaro que realizamos en la redacción de *Fmrockandpop.com* indica que la mayoría de los pasajeros que suelen usar los altoparlantes de sus celulares o reproductores para escuchar música gozan de un sorprendente pésimo gusto. Y es cierto, rara vez habremos deleitado con el latoso (así sale por esos parlantitos) sonido de una de *Maiden*, algo de *Metallica*, ni hablar de *Floyd* o un Spinetta, García o *Soda Stereo*.

La provocación termina con "Su opinión nos interesa" y de allí se despliega una serie de opiniones no menos discriminatorias que las de la anterior red social virtual.

- Fiko | 2012-03-23 10:36:56

  AL FIN!!!!!!! Basta de ese ritmo monotono en los celulares cabezas esos!! Dios!!! Ahora faltaria tambien prohibir a los wachiturros esos que pasan con el auto a todo volumen tambien escuchando esas giladas hirientes!

[104] El Paco (llamada también pasta básica de cocaína, bazuco, pasta base, PBC u Oxi, diminutivo de "oxidado") es una droga, similar al crack de bajo costo que está elaborada con residuos de cocaína y procesada con ácido sulfúrico y con queroseno (muchas veces suele usarse cloroformo, éter o carbonato de potasio entre otras cosas), mientras que "Fernandito" se refiere al Bernet, una bebida alcohólica popular entre los jóvenes de sectores populares.

- abel_liberal | 2012-03-22 19:59:08

  Qué grosos esos colectiveros! Ojalá que se implemente, pero ya! Ya tengo los huevos al plato de subir al bondi y escuchar simultaneamente, 5 temas distintos de cuarteto, 2 de cumbia, y 3 de reggaeton... Sobre que es una mierda la música que escuchan, se mezcla todo y se hace una bola de ruido que no se entiende nada y no hace más que saturarle la cabeza a cualquiera... Aguanten los choferes del interno 193, del E2, carajo! (lástima que no viajo nunca en ese)

- elratapablo | 2012-03-22 19:40:37

  por fin viejo...y en bs as para cuando??? ni hablar de los que suben escuchando los wachiturros,y nadie les dice nada... que pasaria si yo subo al bondi escuchando painkiller de judas priest??? me cagan a trompadas y hasta capaz,termino en cana...jejeje abrazos!!!

Entonces ¿molesta el volumen alto o molesta el género? ¿Molesta el volumen alto, ya sea *heavy metal* o melódico? De ser la música de David Guetta lo que sonara en esos teléfonos móviles ¿sería censurada socialmente de la misma manera? Podemos también creer que también molesta el género, porque de hecho se tematiza en los comentarios. Al estar encasillado en un público específico y advirtiendo que este público sostiene prácticas diferentes a las de la clase media alta, siempre legitimada, la molestia deviene en lucha hegemónica por el espacio público. Las tecnologías son el medio de materialización de un nuevo round en una disputa con la otredad que ya enumerábamos en espacios de diversión como boliches, modos de vestirse, de nombrar y nombrarse, donde los usos del espacio público no quedan ajenos.

Molesta el volumen alto, molesta el género por estar ligado a una determinada clase social y molestan los jóvenes como puede inferirse en frases como “faltaría también prohibir a los Wachiturros”, que se lee en uno de los post. Prohibir a los Wachiturros es prohibir a parte de la juventud, por la sola razón de ser joven. Este comentario sintetiza la intolerancia hacia el otro por sus prácticas comunicacionales en sociedad. Comprendemos que el anonimato que propician las redes sociales virtuales alienta a decir opiniones extremas, pero no creemos que sean falsas o que quien esté detrás de ese *nickname* no piense lo que dice. Por ello lo tomamos como dato del termostato social acerca del tema.

Cuando les preguntamos a nuestros entrevistados por qué creen que los jóvenes escuchan música sin auriculares aún ante los discursos sociales que los censuran y piden castigo para la práctica, se ensayan diferentes respuestas.

> Hay muchos factores: se le pueden haber roto los auriculares, no tiene ganas de comprarse auriculares, no le gusta tenerlos en las orejas o, no sé, porque… o tienen rebeldía. Tienen rebeldía, se quieren hacer ver. No sé, tendrías que hablar con esas personas, en realidad (Nair, 18 años, Quilmes Centro).

> Si lo hemos hecho, éramos los únicos que estábamos arriba. Pero yendo a algún recital. No tengo idea qué pasará por la cabeza de esa persona, pero yo te digo, a mí, me parece casi una falta de respeto a las demás personas porque no tienen por qué escuchar lo que vos estás escuchando. No sé, hay gente que le duele la cabeza. Venís con un dolor de cabeza grande y lo que menos querés hacer es escuchar nada. Si viene uno y te pone la música sin auriculares, te dan ganas de matarlo. Y vos no sabés qué le está pasando a la otra persona, si le gusta lo que están poniendo, si no. O sea, cada uno con su tema. Y por eso es que yo no lo escucho. Lo escucho para mí y listo. Porque en sí, si pongo la música, es porque yo la quiero escuchar (Facundo, 20 años, Quilmes Centro).

> En el colectivo, en la calle, en muchos lugares donde vas, no sé porque no usan auriculares. Porque no quieren comprarse un auricular o porque no los quieren usar. No sé, capaz que les gusta escuchar la música así, sin auriculares, cree que es mejor o capaz está con otra persona y pasa la canción que le gusta y tiene que estar sin auriculares y andar por la calle escuchando el mismo tema, así. O capaz para molestar a la gente. A veces lo hacen al propósito, como no te gusta ese coso te lo ponen ahí en la oreja, no, así (Micaela, 14 años, San Francisco Solano).

Quienes escuchan música en el colectivo argumentan por qué lo hacen con auriculares y dicen comprender la molestia que causa hacerlo sin auriculares.

> No me gusta que los demás estén escuchando lo que yo escucho, prefiero mejor con auriculares que sin porque por ahí molesto a otras personas escuchando lo que a mí me gusta, así que todo el día con auriculares, eso molesta un poco también, porque pongo la música muy alta y no escucho. Y por ahí mi mamá me está hablando, Aldana, Aldana y yo estoy laralaralarala en mi mundo y se enoja demasiado (Aldana, 16 años, San Francisco Solano).

> Y lo más que vas a encontrar en mi teléfono es reggaeton y música electrónica, pero igual yo no tengo problema en escuchar otras cosas. Todo lo que escucho me gusta, lo que más escucho es eso. En el colectivo también escucho. Hay veces que en el colectivo depende porque si hago un viaje normal que es por un lugar conocido si me pongo a escuchar, pero cuando me voy a un lugar lejos no escucho porque me gusta más ver cómo es el paisaje, son lugares que no conozco, me gusta mirarlos. Y tengo unos cuantos amigos que están así todo el día. Poco más se lo pegan a la frente al celular (Nicolás, 16 años, Bernal Oeste).

> Cuando estoy aburrida o cuando me dan ganas de escuchar música, no soy de estar en el colectivo viste y estar escuchando, no me gusta hacer eso. Cuando estoy en mi casa más. Escucho de todo un poco, *La Piedra Urbana*, *Demon Flow*, lo que está ahora a la moda casi. Uno reggaeton y el otro cumbia. Y después están algunos románticos pero no sé casi. De cumbia me gusta más (Talía, 14 años, San Francisco Solano).

> En el teléfono escucho música cuando voy en los colectivos o estoy por ahí, en mi casa más o menos (Natalia, 16 años, San Francisco Solano).

> Cuando viajo, por ejemplo, hasta la facultad. Bueno, cuando vuelvo a mi casa… generalmente, en el viaje. De lugar a lugar; en el colectivo, por ejemplo (Marina, 20 años, Don Bosco).

> Lo uso cuando viajo en el colectivo, ponele, es instantáneo sacar el teléfono (Lautaro, 17 años, Quilmes Centro).

En otro nivel de opiniones se encuentran las críticas más duras a quienes realizan la práctica. Estas posiciones presentan de manera manifiesta el nivel de complejidad que puede llegar a estribar un uso social de las tecnologías que es novedoso y apropiado por un sector específico. En este caso jóvenes *cumbieros*. Las cróticas como veremos se asientan en su condición social, en la música que escichan y se los censura con el pedido de prohibición a su práctica y –creemos que como eufemismo- se replica en el discurso frases que también vimos en redes sociales virtuales que hablan de un extremo castigo físico.

> Escuchar música en el transporte público es una distracción, está bien. Sin auriculares sé que no está bien porque puede molestar a los demás, pero a mí no me molesta (Fernando, 24 años, Quilmes Centro).

Hoy viajé en bondi y no me llevé los auriculares, si no tengo los auriculares no voy a poder escuchar música. Por ejemplo, yo subo y no tengo ganas de andar escuchando cumbia, y tengo al negro villero atrás… ¿entendés? Me dan ganas de pararme y romperle la cabeza. Es así, sacaron una ley que no se puede escuchar música en los colectivos y no la respetan. Entonces… dejame de hinchar las bolas. Es así (Federico, 20 años, Quilmes Centro).

Los pibes que escuchan en el bondi sin auriculares hay que matarlos (Joaquín, 15 años, Quilmes Centro).

Cuando escuchan sin auriculares está mal, no todos quieren escuchar lo que estás escuchando. Me molesta (Marianela, 19 años, Quilmes Centro).

He escuchado, obviamente, sin auriculares. Depende también el marco. Pero eso de ir escuchando, por ejemplo, sin auriculares, a todo volumen, en el colectivo y eso, no, no me parece que está bueno (Facundo, 20 años, Quilmes Centro).

Me parece un poco molesto, no porque digan las letras de las canciones sino porque, por esto mismo, no escuchar. Yo tengo el pensamiento de es mi música la tengo que escuchar yo no tienen por qué escucharlo los demás, aparte pienso que a todos los demás les puede molestar lo que yo estoy escuchando, encima mi música que es puro ruido y no sé, no sé qué están pensando los que no escuchan música con auriculares. Cuando voy en los colectivos están escuchando la música sin auriculares, me molesta un poco y a veces digo pero no tienen para auriculares o no sé, no tenes que comprar uno de marca o uno grande que te ocupe toda la oreja, uno chiquito basta (Aldana, 16 años, San Francisco Solano).

Que molesta porque cuando estás escuchando música es como que tenés la música baja y estás escuchando al otro que está con todo en el celular y escuchas. Capaz que tiene, que no es el problema por lo que dice la canción, es porque no te gusta el ritmo de la música, no te gusta el estilo ese y tenés que estar bancándotela y te dan ganas de pegarle con algo para que apague la música, sacarle el celular y eso pasa cuando tenemos hora libre en la escuela, es como que escuchan, atrás escuchan cumbia y los de adelante escuchan a veces *Callejeros* (Micaela, 14 años, San Francisco Solano).

Molesta porque vos no querés escuchar la música del otro, querés escuchar lo que te gusta a vos (Marina, 20 años, Don Bosco).

El que lo pone para que lo escuche todo el colectivo es detestable. Son las siete de la mañana y escucha a todo lo que da la cumbia, o lo que sea. Generalmente escucha cumbia. O sea, “sacate la tanga” o algo, a las siete de la mañana, la

> verdad que no tengo ganas de escuchar. Lo veo constantemente, a mí no me gusta personalmente a la mañana, pero sí, todo el tiempo veo. A toda hora. Que está mal, que debería estar prohibida, no sé. Si vos querés escuchar una música, te ponés auricular y escuchalo vos. No tenés auricular, comprá o, no sé, manejalo. Pero no hagas escuchar a todo el mundo lo que querés escuchar vos. Los que van hablando por teléfono no, eso no. No está mal. Que te irrita, sí. Pero no está mal (Lautaro, 17 años, Quilmes Centro).

En los discursos se advierte que es conocida la práctica del uso del dispositivo musical sin auriculares en el trasporte público. Asimismo, se asocia el género de la cumbia y el *reggaeton*, al tiempo que se lo rechaza. Cuando aquello que molesta es el género musical, subyace que molesta la clase comunicacional cumbiera, la identidad y por extensión la presencia de la persona misma. Se expresa como un gusto o una molestia pero no se advierte el carácter disciminatorio del discurso que pide que se apague aquella música.

> Por suerte se están rescatando, porque yo las veces que viajé en colectivo no veo mucha gente sin auriculares. Lo que pasa es que lo que escuchan música sin auriculares, escuchan cumbia; y hay gente a la que le puede gustar, y hay gente a la que no le puede gustar. O sea, a mí no me gusta. O sea, porque me río con mis amigas y las canto, y nada más. O sea, jodo, pero no es una música que la voy a escuchar ahí en el colectivo para que todos digan… ni la mía escucharía en el colectivo. Cada uno tiene su gusto musical (Nair, 18 años, Quilmes Centro).

> Mientras escuchen con auriculares todo bien. Los que escuchan cumbia, no tengo por qué escuchar la cumbia en el colectivo si no tengo ganas. Si es tu celular, escuchá vos tu música, no los demás. O sea… Porque si yo pongo otra música de mi estilo que me guste él me va a venir a decir algo porque no le va a gustar. Y bueno, yo no tengo que aguantarme tu música… que la baile, sí, todo bien, pero en el colectivo me molesta. Si no es cumbia tampoco, no me parece el ámbito para compartir esa música. Estás molestando a varias personas, no a mí sola. El chofer es el dueño del "coso". Si vos pagás el boleto es porque vos estás ahí, es el dueño del micro. Por algo le pagamos, tenemos que aceptar las condiciones (Agustina, 17 años, Quilmes Centro).

En algunos testimonios se insiste con la idea de que se trata de sujetos que irrumpen en un espacio compartido queriendo molestar escuchando cumbia y se entiende que si se tratara de otros sonidos o "ruidos", como personas hablando por teléfono, bocinazos y

frenadas, o música que escuchara el chofer, pasarían como condición de vida en sociedad.

Salir a la calle y estar con otros implica encontrarse con sus cuerpos, sus miradas, sus ruidos. Los espacios públicos que compartimos tienen la particularidad, por definición, de ser escenario de convivencias. Estas tienen que ver con el respeto y hasta con la tolerancia, cuando en ese espacio hay algo del otro que nos molesta. Algunos testimonios parecen comprender el espacio público como caótico y nutrido de co-presencias, muchas de las cuales no son elegidas, como los compañeros de transporte público, de ascensor, de fila en el banco. En cambio, otros testimonios nos hablan de presencias problemáticas, dañinas, con actitudes y prácticas dispuestas a molestar a quien tienen al lado. Los pibes del bondi, desde esta perspectiva, empuñan la cumbia como castigo social hacia quienes no le gusta el género, alardeando de ser cumbieros, convirtiendo el estigma por emblema.

4.6.3 TRIBUS TECNOLÓGICAS: *FLOGGERS* Y PIBES DEL BONDI

El concepto de "tribus urbanas" trae consigo un carácter exotizante y desde nuestra perspectiva conceptual se supondrá que no estamos de acuerdo con lo que denota. Sin embargo, el título oficia como una ironía.

En las entrevistas cualitativas, los informantes mencionan la "tribu" a la que pertenecen. Agrupaciones identitarias juveniles como *chetos*, *cumbieros*, *turros*, *rochos*, *metaleros* y *skaters*, entre otras, aparecen en los discursos para configurarse en grupo. Este tema interesa a la hora de pensar sobre las identidades ligadas a la juventud y de hecho ocupó nuestras reflexiones en varios artículos previos y sincrónicos con esta investigación (Murolo, 2010; 2011; 2012). Sin embargo, estas referencias (que pueden consultarse en las entrevistas en los anexos) no hablan directamente de los usos de las tecnologías y se prefirió, por focalización y por espacio, no abocarnos al tema.

Como sea, hay dos "tribus" que son referenciadas constantemente y tienen relación directa con las tecnologías. Podríamos decir que las tecnologías participan de su constitución como tales tanto como la moda, los lugares donde habitar, los modismos del lenguaje, los usos del cuerpo, etc. De eso se tratan los grupos juveniles de los *floggers* y de los *cumbieros* "pibes del bondi".

Los *floggers* irrumpieron en el espacio público-mediático a mediados de los años 2000. Como ejemplo de usos y prácticas de moda, para hoy arcaicas, podemos analizar las representadas en su ritual de consumo. Estos jóvenes solían permanecer en el *Shopping Abasto de Buenos Aires*[105] tomándose fotografías con sus cámaras digitales para luego "subirlas" a *Fotolog*. A la vez, al pasarse el rato consumiendo, desde hamburguesas hasta bebidas, desde ropa hasta accesorios, se presentaban como una impronta pintoresca, no solamente para quienes compartían ese espacio con los *floggers* sino también para comerciantes y medios de comunicación que se preguntaban por esos rituales en clave de moda o permanencia. Por ese entonces, los *floggers* eran protagonistas de gags y entrevistas mediáticas. Sus flequillos y pantalones chupines, sus colores estridentes, la asociación concomitante con una cámara de fotos y una página de Internet dibujaban esa caricatura perfecta que se sabía perecedera, moda, pero que divertía y rendía. Los *floggers* consumían, eran *cool*, por lo tanto, eran celebrados.

Su principal referente, una joven llamada *Cumbio* era invitada a programas de televisión y se convirtió en figura mediática al punto de editar un libro *Yo, Cumbio* y participar como cronista en un programa periodístico llamado *La Liga*, en el canal *Telefé*.

Como todo subgrupo, los *floggers* también produjeron odio social, no solamente por ser diferentes sino, principalmente, por ser jóvenes.

Este grupo pasó de moda y algunos nuestros entrevistados que son jóvenes en la actualidad y preadolescentes en aquella época, "confiesan" como un pecado haber sido *floggers*. Otros lo niegan o eluden hablar del tema.

> Tenía *Fotolog* y flequillo sí, pero no era *flogger* (risas). Sí, tenía *Fotolog*, pero no lo uso más. Vah, nadie lo usa. Se usa más el *Facebook*. *Fotolog* sirve para cargar fotos y te firman las fotos. No sirve para nada en realidad. Una foto por día. Igual está al pedo. Y después bueno está *Twitter* también. No lo uso, me hice uno. Lo hice para ver qué pasaba. Lo mismo. Nada, capaz que puede haber gente famosa. Busqué jugadores (Lucas, 14 años, Villa La Florida).

> Tuve el *Fotolog* de *Terra* y después de *Fotolog*, creo que subías foto y te comentaban, así era, pero en el de Terra que eran los primeros no tenías que tener cuenta solo firmabas, podría decirse que era *flogger*. Eran la contra del *cumbiero*, pero yo era así porque me gustaba vestirme así y demás, no porque

[105] Este es solamente un ejemplo, en el resto del país también existían *floggers* que se agrupaban en otros espacios, generalmente shoppings o centros comerciales.

estaba en contra, es más tenía amigos *cumbieros* (risas) (Jeremías, 22 años, Quilmes Centro).

El *Fotolog* creo que lo había eliminado, porque en el 2008 me había hecho el *Facebook* y nunca más. Tenía *Fotolog*, pero *flogger* nunca fui. Detestaba a la gente con pantalones de colores. No, no, no, nunca me gustó esa moda. Por suerte, mis amigos se rescataron todos y ninguno fue *flogger*. Siempre fuimos normales. Normales. Nada. Era como ahora. Como me ves ahora, yo estaba vestida así; y mis amigos estaban vestidos así. Y después había, sí, los que tenían fluorescencia, el pantalón achupinado de colores. ¡No, en serio! Te juro. Éramos normales. Aparte yo llegaba a ser emo o *flogger* y mi papá me pegaba una patada en el culo. O eras *flogger* o emo. Y a mí me llegaron a decir emo porque era muy blanca –bah, siempre fui muy blanca- y era morocha, morocha. Ahora porque tengo un poco de color. Pero era bien morocha; entonces, como que parecía Morticia. Pero no, así, jodiendo. No, nunca fui. Si ibas a la *Bond Street* –me acuerdo porque era cuando yo empecé a salir con mis amigos, a la Capital y eso- y veías cada cosa: pelo rojo, cortado... se zarpaban (Nair, 18 años, Quilmes Centro).

Tuve *Fotolog*, tenía once creo. Once o diez. Tenía cámara digital. Era de la familia. No era *gold* (risas), una vez me lo había regalado, pero lo único que usé creo que era el banner, una imagen arriba. Les podías seguir firmando a aquellos que ya tenían el libro lleno o algo así, no me acuerdo. Tenía mis cosas de *flogger* y mis no cosas de *flogger*. Ser *flogger* era tener el pelo planchado con el flequillo para el costado, bien pegado a las cejas, usar chapines, remera escote en ve y todas cosas de colores y tener el pelo largo y como desmechado. Yo tenía el flequillo y sabía bailar el paso (risas). Dejé de ser *flogger* a mitad de la moda. Porque era una tendencia en realidad ser *flogger*. Antes estaban los emos, que nunca pasé por eso. Personas dark que se visten de negro también, con el flequillo se tapaban mitad de la cara, también usaban chapines y se autoflagelaban. La verdad lo hacían por moda no por otra cosa, cuando terminó lo de los *floggers* vino la época de *cumbiero*, *rocho*, no me acuerdo. Es que eras eso o alguien normal (risas), preferí ser normal. Y después vino la época de los skaters, que yo fui skater, pero lo dejé por fiaca. Y después rastas, creo. Ahora está más lo de los rastas. Y después wachiturro y ahora se hacen los hipsters. Convertís fotos profesionales en cosas pixeladas (Joaquín, 15 años, Quilmes Centro).

Tenía *Fotolog* pero no era *flogger*. Tenía flequillo (Marianela, 19 años, Quilmes Centro).

No éramos *floggers*, éramos “normalitos”. Los *floggers* eran gente rara (risas) (Agustina, 17 años, Quilmes Centro).

También, era una onda entre *flogger* y bizarro, no sé, había cada cosa. Por mi prima. Ella tenía. Entonces, iba, me sacaba y la subía. Cuando tenía tiempo ponía o cuando veía que la foto estaba buena, ahí sí editaba fotos. Tipo, les cambiaba el color, les ponía más brillo para ver cómo quedaba mejor… Moda.

> Tipo, lo que estaba de moda era el flequillo al costado, aprender a bailar electro y, no sé, vestirte con los chupines de colores. Es que todo el mundo lo era. Entonces, ¿por qué no? De pibito no pensás: "uy, no voy a usar chupín", "uy, no voy a seguir la corriente como hacen. Qué se yo, porque de un día para otro me pintó atarme el pelo y cambiar la onda, y ya está.
> No, no era más de ninguna tribu. Era normal. Era una persona… me compraba la ropa que me gustaba, sí, pero era… (Lautaro, 17 años, Quilmes Centro).

Las clases comunicacionales buscan ser un índice diferenciador, a la vez que funcionan de modo grupal. Son históricas y sociales, como vemos en el caso *flogger*. Cambiantes como la juventud misma, estos grupos son efímeros y tienen características que se transforman y perduran: generalmente es la música o algunos elementos de la moda y la ropa los que definen la pertenencia. Poco tiempo después estas modas provocan risa, vergüenza, en pocos casos nostalgia. Se reniega de haber participado de esa subjetividad de época quizás comprendiendo desde otro lugar las "acusaciones" que se les hacían en ese momento, quizás leyendo otros sentidos que en el momento de la práctica no se podían ver. Los *floggers* sirven como ejemplo dado que no distan mucho de otras agrupaciones juveniles contemporáneas, sin embargo la moda hace que lo obsoleto cause gracia y sea objeto de burla. Aunque en su momento haya servido de catalizador de sentidos sociales para una masa de jóvenes.

Por su parte, los *cumbieros* que estilizan el uso que denominamos "los pibes del bondi" también se configurarían bajo el mismo esquema teórico como una "calse comunicacional" o "tribu urbana", también son jóvenes, utilizan el espacio público con tecnologías en sus manos, se los reconoce por sus vestimentas, pero no tienen aquella capacidad de consumo, pero además "invaden" espacios clasemedieros produciendo rechazo y temor.

Los *cumbieros* devinieron en *turros* y *rochos*. A la histórica división entre *chetos* y *cumbieros*[106] se le suman subdivisiones, que tienen que ver con una política comunicacional interna de los grupos. Mientras los *rochos* toman la imagen de los *cumbieros* que dan los medios de comunicación, como peligrosos, ladrones, agresivos, ligados a la droga y la delincuencia, los *turros* pretenden alejarse de ese estigma. Los *rochos* transforman en emblema el estigma y pretenden atemorizar, su vestimenta sigue

[106] Para una descripción de cada una de estas clases comunicacionales, remitimos a nuestro trabajo: Murolo, Norberto Leonardo. (2011) "Consumos identitarios. Construcciones comunicacionales recíprocas entre "*chetos*" y "*cumbieros*"". En *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación.* CIESPAL.

siendo la deportiva y su música le canta a los temas tabú que los denigran desde los medios y que se derraman a la sociedad. Los *turros* cambiaron sus ropa por imitaciones de marcas de elite y sus canciones versan sobre cuestiones festivas, enseñan a bailar y le hablan al amor, tal es el caso de *Wachiturros* o la versión femenina, *Culisueltas*. Como sea, entre *rochos* y *turro* se tratan de "*giles*", lo primeros por querer dar miedo, los segundos por querer ser *chetos*[107].

La música de los altavoces hace que la identidad de *cumbiero*, en este caso, se afirme, ya sea que el joven vista ropa deportiva como en la vertiente *rocho*, o una chomba *Lacoste* (o imitación), en la vertiente *turro*. Sin embargo, la música despierta en los demás otro sentido. Alerta que el "otro" está allí y amenaza con su presencia cimentada en el odio construido desde los medios de comunicación, vistiendo de inseguridad e impotencia.

E.P. Thompson se preocupó en su estudio *Costumbres en común* por la complejidad de la vida en sociedad del siglo XVIII, cuando se vislumbraban cambios en la configuración de las clases sociales. Por ese entonces plebeyos y patricios convivían en un mismo territorio que se convertía en un espacio de lucha por imponer y resistir costumbres y tradiciones. Las clases populares transmitían sus costumbres mediante la cultura oral, mientras que el sector dominante (*Gentry*, en términos de Thompson) se asentaba en su poder de la Ley y de la Iglesia. En contextos muy diferentes podemos tomar sin embargo las reflexiones de Thompson alrededor de los conceptos de costumbre y cultura, como padre fundador de los Estudios Culturales, para ayudarnos a pensar otros objetos. Sostiene Thompson que en siglos anteriores "el término "costumbre" se usaba para expresar gran parte de lo que ahora lleva consigo la palabra "cultura". La costumbre era la "segunda naturaleza" del hombre" (Thompson, 1995: 15). Sin embargo, prefiere hablar de "costumbre" ya que "cultura" "es un término agrupador, un término que, al juntar tantas actividades y tantos atributos en un solo conjunto, de hecho puede confundir u ocultar distinciones que se deberían hacer entre tales actividades y atributos".

[107] Esta identidad juvenil "turra" es marginada y discriminada al punto tal que desde los medios de comunicación y desde el mercado de elite surgió la información de que "Lacoste pagaría a los Wachiturros para que no usen sus prendas". Disponible en: http://www.lanacion.cl/lacoste-pagaria-a-los-wachiturros-para-que-no-usen-sus-prendas/noticias/2012-01-17/131626.html (Consultado el 24 de mayo de 2014).

De ello, propone: “necesitamos deshacer ese conjunto y examinar sus componentes con más cuidado: los ritos, las formas simbólicas, los atributos culturales de la hegemonía, la transmisión intergeneracional de la costumbre y la evolución de la costumbre dentro de formas históricamente específicas de relaciones de trabajo y sociales” (Thompson, 1995: 26).

En nuestro objeto debemos tomar estas premisas, para no agrupar bajo el nombre “culturas populares”, que presume un agradable consenso, las contradicciones sociales y culturales, las fracturas y oposiciones que conviven dentro del conjunto. La cultura es un campo de permanente cambio y de contienda. No solamente las divisiones entre *chetos* y *cumbieros*, por ejemplo, como las subdivisiones entre *rochos* y *turros*, así lo demuestran, sino también las divisiones entre estos y el resto de la sociedad. Las disputas hegemónicas y atisbos de usos contrahegemónicos tienen lugar en este esquema. Todos ellos viven en conjunto, comparten diferentes prácticas y espacios sociales, pero se diferencian en la codificación de los usos comunicacionales y ello constituye parte de sus identidades. La agrupación en conjunto sería un error conceptual y una generalización irrespetuosa.

Los *cumbieros* del bondi no son celebrados. Proliferan pedidos públicos en *Facebook* sobre “prohibir que se escuche cumbia sin auriculares en el transporte público”[108], se agradece desde las tarjetas de pasajes de subte que se escuche música con auriculares ya que “eso nos beneficia a todos”. Se difunde una ley de tránsito que incluye en su punto 9.2.2 inciso g, que no se escuche música sin auriculares en el transporte. A estos discursos sociales se suman los de algunos medios de comunicación, como por ejemplo las notas: “En los micros se prohíbe escuchar música”, del 17 de marzo de 2012 en *Tiempo Pyme*[109]; “Prohíben escuchar música sin auriculares en ómnibus de Córdoba”, del 22 de marzo de 2012 en *Subrayado Sos Vos*[110]; “Proponen prohibir el uso de

[108] Disponible en: https://www.facebook.com/pages/Que-se-prohiba-escuchar-musica-sin-auriculares-en-el-transporte-publico/117483858349605 (Consultado el 23 de mayo de 2012).

[109] Disponible en http://www.tiempopyme.com/despachos.asp?cod_des=113619&ID_Seccion=92 (Consultado el 23 de mayo de 2012).

[110] Disponible en http://www.subrayadososvos.com.uy/blogs/metalking (Consultado el 23 de mayo de 2012).

reproductores de música personales sin auriculares", del viernes 23 marzo de 2012 en *Territorio Digital*[111].

La práctica molesta y se argumenta desde una misma moral capitalista que avala otras prácticas. Cuando es el chofer del bondi quien escucha música, a los pasajeros no se les ocurriría fomentar estos pedidos públicos ni el debate. La moral capitalista pone en un extremo a quien trabaja y produce y del otro extremo al pibe del bondi estigmatizado como *rocho*, *mono* y *villero* que no trabaja sino que se apropia del espacio público a su manera. Quien tiene las de ganar es obvio. Este discurso parte de la base de que el estudiante y el trabajador cansado son los únicos dueños del espacio público mientras que las demás prácticas ligadas al ocio son menores y hasta invasivas.

Imagen 1. Perfil de *Facebook* "Que se prohíba escuchar música sin auriculares en el transporte público".

[111] Disponible en http://www.territoriodigital.com/nota3.aspx?c=5441315289659485 (Consultado el 23 de mayo de 2012).

Imagen 2. Tarjeta de subte de la Ciudad de Buenos Aires.

Imagen 3. Jóvenes en el bondi escuchando música con auriculares (izquierda) y sin auriculares (derecha).

Imagen 4. “No sea pelotudo, use auriculares”. Empleada en *Facebook* para compartir en los perfiles personales.

Imagen 5. “No sea salame, use auriculares”. Empleada en la nota de Rock & Pop “Ponete auriculares o te bajás del Bondi”.

Imagen 6. Auriculares. Empleada por *Territorio Digital* en la nota “Proponen prohibir el uso de reproductores de música personales sin auriculares”.

Imagen 7. Noticiero de Córdoba anunciando
“Se acabó la música. Prohíben escucharla sin auriculares en colectivos”.

4.6.4 EL DISPOSITIVO DE CONTROL

Como una historia futurista (utópica para algunos, distópica para otros) los seres sociales modernos transitamos por las sociedades con unos artefactos en nuestros bolsillos que nos acompañan en todo momento. La práctica para la que nació el teléfono móvil es para comunicarnos y sigue siendo su principal función. Los mensajes de texto (SMS) y sobre todo, las aplicaciones de mensajería instantánea al estilo *WhatsApp*[112], las cuales permiten un chat mediante internet con los contactos de la agenda del teléfono, son las principales formas de comunicación.

Llamar por teléfono sigue siendo un modo formal de comunicarse, solicitar citas, realizar entrevistas, saludar por cumpleaños, etc. Sin embargo, estos espacios de escritura breve que nacieron en usos informales y cotidianos también están colonizando prácticas formales.

WhatsApp es un servicio de mensajería instantánea al estilo chat que necesita internet para funcionar. Su popularidad llegó a la telefonía móvil ya que mediante el servicio de pago de internet (paquete de datos) o por conexión mediante WiFi se puede utilizar esta aplicación y no gastar crédito como con los SMS. Este ahorro y la posibilidad de "mensajear" sin límites la tornan una aplicación muy seductora para los jóvenes, sobre todo para quienes tienen una línea prepaga y controlan sus gastos.

> En los mensajes, por ejemplo, antes podías comprar el pack. Ahora en Internet, ponele, es un peso por día y mandas un montón. El pack te deja cinco días mil mensajes, son cinco mil mensajes. Sale dieciocho pesos. Eso cuando no tenía el *WhatsApp*. El teléfono lo tengo con tarjeta, por mes, pago treinta pesos porque compro el pack de Internet (Natalia, 16 años, San Francisco Solano).

WhatsApp tiene acceso a la agenda del teléfono y adiciona a su lista de contactos a todos aquellos que tengan la aplicación descargada en su teléfono. De este modo la lista de contactos de *WhatsApp* se actualiza sola.

[112] *WhatsApp* no es la única aplicación que provee este servicio, Line es otra que también es popular. Sin embargo, como en la mayoría de las aplicaciones digitales existe una hegemónica, en este caso es *WhatsApp*. Más información sobre la aplicación disponible en su página Web: http://www.whatsapp.com/faq

En esta aplicación se puede enviar y recibir mensajes escritos, fotografías, videos y grabar audio y enviarlo en el momento, esto la convierte en una aplicación muy utilizada.

WhatsApp tiene como características principales una serie de normas de control reconocidas por sus usuarios. Primeramente muestra mediante la codificación "en línea" a quienes están conectados. Si no está conectado, muestra la hora en que ese contacto consultó por última vez los mensajes. Estos datos son valiosos para quienes controlan a otros mediante esta aplicación. Muchas veces se escribe un mensaje y se insiste al ver que ya fue leído. Dice Aldana:

> Podes mandar mensaje a un número cuando no está conectado, pero se utiliza mucho más *WhatsAap* ahora, porque te cobra menos por Internet. Estás chequeando… o sea, estás mirando la última vez que está conectado o si lo recibió o no. En cambio, con el mensaje tenés que estar esperando hasta que te conteste para saber si está despierto o puede ser atendido, es una cosa distinta (Aldana, 16 años, San Francisco Solano).

En el marco del uso de esta aplicación, la posibilidad de saber dónde se encuentra una persona o qué está haciendo es muy amplia. Ya que se trata de un uso que se está convirtiendo en una práctica social-comunicacional. En ese sentido, el uso de "control" de padres a hijos o entre parejas (también entre amigos) es común.

Este control muchas veces toma la forma discursiva de "seguridad". Es por "seguridad" que nos comunicamos y sabemos en todo momento dónde están nuestros familiares más cercanos. Jeremías dice:

> Al celu lo empecé a usar cuando entré a cantar en el *Coro Kennedy* (yo tenía 15 años) y en esa época estaba de moda el *Nokia 1100,* y bueno, a veces perdía el tren y llegaba tarde a casa, así que por una cuestión de seguridad y necesidad me compré el celu, un *Samsung SGHx486*, el que tenía forma de huevito, y desde ahí, eso me generó cierta independencia de mis viejos y, a su vez, fue cambiando el tiempo y yo de celu (Jeremías, 22 años, Quilmes Centro).

La práctica tiene pocos años, porque la tecnología del teléfono móvil tiene apenas un cuarto de siglo, un poco más tarda la apropiación social en términos masivos. Sin embargo, se está constituyendo como un uso válido y tradicional del teléfono móvil que

lo asemeja a otra tecnología digital: el GPS, ese aparato que emplea coordenadas satelitales para decirnos donde estamos ubicados y cómo llegar al lugar adónde queremos ir. El teléfono móvil y sus usos, tan aceptados como omnipresentes, lo convierten en un GPS que nos muestra la ubicación del otro.

Al contrario del control, Jeremías admite que tener un teléfono móvil desde chico le generó independencia de sus padres. A cambio de esa posibilidad de ir a donde quisiera y cuando quisiera tiene que permitir que le pregunten por teléfono las veces que quieran dónde está.

Por su parte Lucas nos reafirma la idea de que el teléfono móvil es un artefacto con el que se interactúa en todo momento y nos señala en su discurso la naturalización de la comunicación permanente con los padres mediante este dispositivo.

> El celular lo llevo siempre a todos lados. Cuando duermo está cargando, pero siempre está encendido. Lo uso para escuchar música, para mandar mensajes a mi papá, para llamar a mi papá, a mi mamá o a mis amigos. O a veces cuando estoy muy aburrido, o cuando me voy a otro lado, lo uso para jugar (Lucas, 14 años, Villa La Florida).

Este uso como "dispositivo de control" tiene sus falencias. Los teléfonos requieren de señal, crédito, un espacio-momento en donde se pueda atender y hablar o escribir. Algunas veces estas condiciones no se dan, es usual que esto suceda. Una imagen a modo de chiste circula por internet para hablar irónicamente de este uso del teléfono entre padres e hijos.

Imagen. Qué piensan tus padres cuando no respondes tu teléfono. Opciones: que estás muerto; que estás moribundo; que no pudiste responder porque no lo oíste o se te terminó la batería.

Hay un artilugio facilitado también por las compañías de telefonía móvil que proponen a los usuarios tener una cantidad de contactos con quienes pueden comunicarse gratis. Cuando son los padres quienes regalan el teléfono y pagan mensualmente la factura son destinatarios directos a ser uno de esos contactos con llamadas gratuitas. De allí, el "dispositivo de control" se vuelve un uso mucho más libre sin la coerción del gasto por el uso. Joaquín lo señala en su testimonio: "No voy a ningún lado sin el celular, no por una cuestión mía sino por una cuestión de mis viejos que siempre quieren saber dónde estoy. A mí papá lo tengo gratis por tener la misma compañía" (Joaquín, 15 años, Quilmes Centro).

Los jóvenes cuidan el teléfono para que no se los roben. Es común que aparezca en los discursos que usan los reproductores de MP3 que son dispositivos más pequeños y "no llaman la atención", como dice Nicole. Como el caso que nos cuenta Joaquín: "Uso el MP4 porque tiene más capacidad de almacenamiento que el celular, por ejemplo. Y aparte me preocupa más tener el celular que el MP4. O sea que no pasa nada si llevo el MP4 a cualquier lado, en vez el celular hay riesgo de que te lo roben o se te rompa" (Joaquín, 15 años, Quilmes Centro). O que utilicen un teléfono de un modelo anterior al que comúnmente usan para salir de noche. Dice Aldana al respecto: "Por las dudas que te roben. A veces salgo a la noche salgo con el celular de mi mamá aunque el lugar sea seguro, cerrado y tenga muchas cosas, hasta ahora vengo zafando por suerte (Aldana, 16 años, San Francisco Solano).

Los jóvenes entrevistados no se quejan de ser controlados, lo entienden como una regla del juego y lo aceptan a favor de otros beneficios que tiene contar con un celular y que les permitan salir de noche con amigos. Asimismo, no son solamente los adultos o los padres específicamente quienes hacen un uso de control mediante el dispositivo portátil. En la conciencia de época, y en algunos casos en experiencias concretas se encuentra la idea de controlar al otro mediante la información que de ellos nos brinde el teléfono. Dice Nicole que: "(…) un poco cumplen esa función. De hecho creo que en eso influyen más que nada las redes sociales (si es que uno las tiene en el celular, por ejemplo): si yo quiero controlar dónde está o qué hace determinada persona lo puedo saber tranquilamente (Nicole, 18 años, Quilmes Centro).

En cuanto a las parejas, Facundo nos cuenta la experiencia de “estar siempre conectados” con su novia.

> No, eso de “¿Dónde estás?”, no. Hay gente que sí, obviamente, pero no, más que nada... puede parecer un control, pero en sí no es un control porque, a ver, como está todo el país hoy en día, a mí me preocupa dónde está, o a qué hora llega, o a qué hora se va. **Entonces siempre le digo que cuando va, por ejemplo, a la mañana va a la facultad y a la tarde a trabajar.** Cuando está en la facultad, me dice: “ya salí” o “llegué a mi casa” y yo me quedo más tranquilo. Pero no por un tema de que me diga... que quiera saber dónde está, sino para saber si está bien o no. Pero más que nada por eso. Pero, sí, estamos generalmente conectados. Que esa es una de las ventajas que te da la tecnología con respecto a años atrás, no se podía, tenías que tener un teléfono de línea sí o sí (Facundo, 20 años, Quilmes Centro).

Este tipo de control, como otras galanterías residuales, deviene en cariño expresado. Desde ya que es fruto de una negociación. Se proponen prácticas en común, se naturalizan y en ese proceso se cede, como en tantos otros temas dentro de una relación de pareja.

Los usos que son vistos como beneficios de las tecnologías, tan celebradas, y que en efecto acortan espacios y tiempos, no proponen (no afirmaríamos que no permiten) la reflexión sobre las negociaciones que tenemos con nuestros familiares y amigos en cuanto a estos usos: posibilidades, cesiones de espacios, horarios, qué se espera de nosotros mediante las tecnologías. Finalmente, como sostiene Winocur, el celular calma la ansiedad de saber sobre el otro, pero esta posibilidad ocurre en el marco de una regulación interna de las relaciones.

4.6.5 LA ARENA DE BATALLA

El teléfono móvil abre varios frentes de disputas por la hegemonía de los sentidos. Vemos que es un dispositivo que presenta posibilidades valoradas por los jóvenes. De hecho es la tecnología más nombrada y la cual la totalidad de nuestros entrevistados dijeron utilizar. Asimismo es un espacio de relaciones cotidianas diarias: con amigos, parejas y sobre todo (al menos en los discursos) con los padres.

En este sentido, el teléfono móvil se posiciona como un “dispositivo de control”, pero también de encuentro.

En cuanto dispositivo de control, lo advertimos, participa de una naturalización ya que consigo trae la hiperconexion con otros y una suerte de autonomía de los padres, quienes dan más libertad a sus hijos siempre que les permitan mantener comunicación asidua mediante el teléfono. Las empresas otorgan planes con llamadas gratuitas a algunos números que generalmente son ocupados por los teléfonos de los padres. En este sentido se produce un uso negociado entre padres e hijos y entre generaciones donde el poder familiar se mantiene y se reproduce.

Por otra parte estos usos “GPS” (saber dónde está el otro) se extienden en sus más diversas formas, entre los propios jóvenes, ya sean parejas o amigos. Las facilidades que otorgan las redes sociales virtuales y los servicios de mensajería instantánea en sus aplicaciones para saber si el otro está “en línea” o vio el mensaje enviado, ayudan a esta paranoia. Las practicas se complejizan a raíz de esto y las relaciones sufren controles, idas y vueltas, enojos, celos, crisis de posesión, gracias a los usos de estas aplicaciones. Es común que se pidan explicaciones de por qué no se atendió al mensaje. O se controle con quién están en las fotos, donde fueron tomadas y en qué horario.

Por supuesto que esta arena de batalla está legitimada por los propios contendientes. Se trata de una negociación y de una lucha donde se ataca y se cede en igual medida, se extraen beneficios y gratificaciones.

En cuanto a los usos de dispositivos de música portátil en el espacio público, las disputas hegemónicas se reproducen constantemente en el terreno específico de su lucha. La arena de batalla es esencial para comprender el reto. Los datos que tomamos son de la Ciudad de Buenos Aires en las fotos de Internet, de Córdoba en las noticias de periódicos, pero las observaciones y el material de video que proponemos son del Conurbano Bonaerense Sur, donde nos abocamos a sistematizar los datos.

El Conurbano es un territorio contingente donde las clases se mezclan y existen diferentes ofertas de consumo para el hábitat público y la recreación. Los jóvenes se nuclean en escuelas públicas y privadas, clubes y potreros, gimnasios, shopping, *McDonalds*, cines y boliches desde pop hasta *cumbieros*. La convivencia es separada y tensa, se reconocen por ser el vecino y a la vez el opuesto. Los espacios se van tomando como se puede y las prácticas se generan muchas veces sin premeditación sino por hábito inconciente.

Quienes no adoptaron la banda ancha como uso cotidiano, y de ello no viven en *MSN*, *Skype*, *Facebook* y *YouTube*, quienes no cuentan con la *Play* o la *Wii* en sus hogares para hacer cotidianas prácticas lúdicas con amigos, pudieron hacer común el uso del teléfono móvil.

El SMS y la fotografía devinieron entonces en usos masificados y, dadas las posibilidades, también el *walkman* y el reproductor de MP3, que conviven en ese mismo aparato creado para hablar por teléfono. Los jóvenes de clases populares que no generaron aquellas otras prácticas de elite irrumpen con su música en el espacio público como resultante de una creatividad inducida por las imposibilidades de pertenecer plenamente a un mundo virtual presentado como masivo, necesario y vinculante por los medios de comunicación y la cultura juvenil hegemónica. Son los jóvenes que encuentran tecnologías en las escuelas, dadas por proyectos estatales de inclusión social y tecnológica, son los pibes del ciber jugando a contrarreloj y los del bondi con el celular en altavoces. Ahora bien, a la vez que generan una práctica tecnológica y comunicacional propia, es censurada por su misma etiología: por ser comunicacional –es decir, creadora de sentido- y, fundamentalmente, por ser propia.

5. LA HEGEMONÍA DE LOS SENTIDOS – A MODO DE CIERRE

El estudio se plantea con conciencia de época en cuanto hace veinte años las prácticas y los datos hubieran sido otros. Se trata de una relación de los jóvenes con las tecnologías de la comunicación y ambos actores de nuestro sintagma son cambiantes. Los jóvenes se constituyen como tales con el contexto sociocultural que los contiene, las tecnologías son sociales y dependen de los usos que se les asignen.

Nuestro trabajo adopta la perspectiva cualitativa y de allí que no pretendamos ni nos interesan las generalizaciones. Sin embargo, existen datos que provienen de la totalidad de nuestros entrevistados. Todos ellos ven alguna serie televisiva, la mayoría de las veces en Internet. Todos descargan o comparten mediante pendrive, *Facebook* y *Twitter*, *Taringa* o por *bluetooth* algún material audiovisual, música, libros, o videojuegos. Todos usan teléfonos celulares. Todos fueron alguna vez a un ciber. Todos conocen títulos de videojuegos y saben de qué se tratan.

No obstante entendemos las tecnologías como objetos culturales, todos los objetos creado por el ser humano y ligado a la cotidianeidad juvenil lo son (la carpeta de la escuela, la cartuchera, la mochila). Sin embargo, cuando hablamos de tecnologías de la comunicación nos referimos a artefactos electrónicos digitales, medianamente novedosos, que aparecieron en las últimas décadas y que se están afianzando mediante el uso en la actualidad. Inclusive la contemporaneidad nos otorga la impresión de que estas tecnologías están siendo apropiadas por los jóvenes con mayor rapidez y masividad que en épocas inmediatamente anteriores (el *walkman* tiene treinta años desde su aparición y en su lanzamiento no era tan masivo como hoy es el teléfono móvil o el reproductor de MP3).

Las tecnologías digitales forman parte de esta construcción diaria de la identidad en la que anteriormente participaban otros elementos. Creemos haber demostrado en nuestro objeto empírico que las tecnologías participan activamente, con un protagonismo muy alto, en la constitución de parte de la identidad juvenil de nuestros entrevistados. Esto se trataba de una primera intuición de investigación cimentada en la cotidianeidad y por conocer jóvenes, por datos que arrojan los medios de comunicación, la actividad docente, y diversos espacios de interacción con jóvenes. Sin embargo, contar cómo, de qué modo, con cuáles tecnologías se interactúa, de qué manera, nos otorga datos más fehacientes y exactos para poder afirmarlo.

Las tecnologías de la comunicación no determinan los usos, sino que son creados por sujetos sociales y las tecnologías, como objetos, forman parte de ellos. Es una verdad rudimentaria, sin embargo vale la pena reafirmarlo ante la proliferación de discursos dominantes (en la publicidad, pero también en la academia) que postulan una *tecnologicidad* inocua y omnipresente. Por el contrario, los contextos sociales, culturales, económicos forman parte de dinámicas de elección y usabilidad de las tecnologías asentadas en una imprescindible dimensión política. Esto tiene que ver con posibilidades y con esquemas de percepción, espacios creados y apropiados que los jóvenes construyen de manera emergente y resistente en sus casas, en la escuela, en el transporte público, en el espacio público de la ciudad.

En la actualidad, la autorrealización en un período del desarrollo juvenil parece pasar en algún punto por los usos estilizados de tecnologías de la comunicación con otros. La juventud agrupada en comunidades de sentido, en clases comunicacionales, despliega modos de relacionarse donde en otro momento el espacio público era importante como escenario: las esquinas donde quedarse hablando, los bares donde beber y escuchar música, los potreros donde realizar deportes, los locales de *fichines* donde jugar videojuegos.

En la contemporaneidad, a estos espacios se le suma la construcción conjunta de un espacio público digital donde se le permite al otro formar parte. Las redes sociales virtuales y los grupos allí alojados habilitan a formar parte a amigos y seguidores. Allí, con los otros, se realizan prácticas ligadas a la construcción de conocimiento, la búsqueda de información, dinámicas de comunicación y diversas formas de entretenimiento.

Los jóvenes, como condición identitaria, desde siempre produjeron lenguaje: palabras, formas de escritura, grafías, grafitis, modos de representación icónicos, modos de vestirse, de peinarse, de emplear objetos y accesorios; propusieron usos del cuerpo mediante tatuajes y piercings, como diferentes formas de ocupar el espacio público. Estas innovaciones, estas modas, nacieron y nacen en los jóvenes, con los jóvenes o para los jóvenes. Si provienen de ellos, pronto se institucionalizan. En palabras de Williams pasan de ser modos emergentes a dominantes. Estas nuevas propuestas tienen como base la creatividad y la falta de temor por la innovación, ese temor al ridículo que los adultos pueden llegar a experimentar ante lo desconocido. Allí es donde los jóvenes

producen lenguaje, representaciones, imaginarios, significados. Desde que podemos conceptualizarla como tal, las juventudes produjeron innovaciones en materia de lenguaje identitario y si fueron creadas por el sistema, por el mercado, por los medios de comunicación, por la publicidad, fueron hacia los jóvenes.

En la contemporaneidad, el universo temporal que compete a nuestra investigación, cuando hablamos de juventud nos referimos a una generación para la cual esta creación de lenguaje no sólo se hace mediante la moda, la vestimenta, los peinados, los accesorios, los lugares donde hay que habitar, los usos del cuerpo, sino también mediante tecnologías, proponiendo una política de visibilidad, de creación y ocupación de espacio público.

En este terreno de batalla, los jóvenes se encuentran en medio de sus posibilidades y de su deber: por un lado, hacen lo que pueden con lo que tienen, por otro crean, juegan, sueñan, viven de algún modo sin filtro. Ese camino no lo transitan solos, lo hacen entre pares, con sus familias y docentes, al tiempo que se valen de las posibilidades que les brindan sus *habitus*.

En este espacio de construcción de sentidos, identidades, representaciones, imaginarios, proponemos advertir que tiene lugar una batalla cultural por la *hegemonía de los sentidos* puestos en juego. Esta batalla es muchas veces silenciosa, otras veces manifiesta. Aprendimos con los teóricos marxistas (Althusser, Lukács, Gramsci, Williams, entre otros) que en la superestructura sociocultural se desencadenan procesos de sentido que reproducen el sistema y es allí donde la conciencia se deja vislumbrar tanto o más que en la base económica. En este orden, pensar las prácticas sociales desde la hegemonía redunda en posicionarse ante sujetos críticos, con capacidad de agencia de sus acciones sin soslayar que se encuentran muchas veces condicionadas por sus entornos sociales.

En este escenario los jóvenes participan de la construcción de su propia realidad social. Cumplen con sus obligaciones como hijos, concurren a la escuela, hacen las tareas; al tiempo que realizan actividades que les gustan como afición: tocan un instrumento musical, practican deportes, coleccionan, juegan, son fans, se divierten.

En este devenir se relacionan con otros jóvenes. Con ellos conforman comunidades de sentido que se expresan mediante los más diversos lenguajes. Desde allí se posicionan en el terreno cultural con cosmovisiones ante la vida. Estas posiciones algunas veces

chocan con la cultura adulta. De aquel lado de la vereda se encuentra el sistema bajo la forma del mercado, el Estado, el poder político partidario y por extensión la escuela, los profesores y directivos; la familia, los padres como factor de poder, y los pares. Los amigos, quienes proponen modos de ser y de estar juntos.

Este choque con la cultura adulta produce negociaciones. No obstante existe entre jóvenes y adultos un poder generacional que posiciona a padres y a docentes como quienes proponen las reglas del juego, al tiempo que los jóvenes (quienes más quienes menos) están habilitados a decidir variables de su cotidianeidad: a qué escuela ir, qué afición practicar, qué hacer con sus espacios hogareños, y puntualmente sus consumos culturales. En este terreno podemos ubicar la relación de los jóvenes con las tecnologías de la comunicación como un consumo cultural más. Sin embargo, entendemos que dadas las condiciones de época y el estatuto omnipresente de las tecnologías en la cotidianeidad juvenil, el contexto sociocultural de los jóvenes participa con protagonismo en esta relación que en primera instancia puede parecer solamente instrumental.

En este corte temporal vemos que las tecnologías de la comunicación participan de una particular disputa por los sentidos sociales y (en nuestro caso) generacionales. Como índice (podríamos decir como excusa) se trata de prácticas de sentido que dibujan una realidad social sincrónica en la cual la Comunicación como mirada tiene mucho que aportar.

Los sentidos puestos en juego por los jóvenes que usan tecnologías de la comunicación son de orden tanto reproductivos como resistentes, son creativos y a la vez sostenedores del sistema, son negociados con docentes, familiares y pares, tienen lugar en la escuela, en el hogar y se fijan como postales urbanas en espacios públicos de consumo como el ciber y el transporte de pasajeros. En medio del consenso y las formas emergentes, estos usos despiertan el entusiasmo del mercado cuando cada vez jóvenes más jóvenes se vuelcan a la afición desaforada que proponen las tecnologías (pensemos en *Mi primer Claro*).

Por otra parte, estos usos activan también la admiración mediática en casos como los *floggers*, quienes se posicionaron a mediados de los dos mil en el terreno cultural como pura imagen despolitizada asentada en peinados con flequillos, pantalones de colores, pasos de baile y la ocupación del espacio del shopping para tomarse fotografías que

luego serían subidas a *Fotolog*; al tiempo que otros usos cimientan un rechazo social cuando no son los *chetos* sino los *cumbieros* quienes irrumpen en el transporte público escuchando música en sus teléfonos sin auriculares.

Con encontrados vaivenes semánticos, los usos de las tecnologías, entendemos, se posicionan en el terreno cultural contemporáneo como uno de los índices esenciales para comprender la distribución de los regímenes de visibilidad juvenil.

En los usos escolares, los jóvenes plantean una batalla manifiesta por la hegemonía de los sentidos que tiene como contrapartida las imposiciones de los profesores quienes encarnan el poder. Estos permisos y negociaciones tienen lugar en el espacio de aula y se manifiestan gracias al capital cultural que los jóvenes han construido con las tecnologías. Diversas bibliografías hablan del rol incipiente y futuro de los docentes como "mediadores", hablan de una "escuela *Wiki*", y demás denominaciones que ubican a los profesores en un lugar subalterno y anticuado cuando se habla de inclusión de tecnologías en la escuela. Esta posición parte de la premisa de que los jóvenes conocen más que sus profesores la utilización de tecnologías de la comunicación y con ello se procuran una autoeducación en diversas ramas de conocimiento.

En usos escolares ligados a *Conectar Igualdad* existe una fuerte presencia del Estado, el cual provee de tecnologías y propone dinámicas de uso. Desde una perspectiva, se trata de usos prescriptivos que están ligados a la información y el conocimiento. Las tecnologías deben ser usadas para estudiar y se encuentran equipadas con material y software dedicados a las más diversas dinámicas pedagógicas. El programa se completa contemplando la formación docente, la conectividad de los establecimientos educativos y la asistencia técnica para los *hardware*. En esta apuesta, la institucionalización y predicción de los usos parece controlada y con poco margen. Sin embargo, el propio programa, comandado por el Estado nacional, propone dinámicas creativas: las tecnologías pueden llevarse a los hogares y ser compartida con familiares y amigos que quizás no hayan tenido experiencias en el uso de tecnologías. Asimismo, y gracias al conocimiento de usos juveniles el propio programa mantiene un contacto asiduo con los jóvenes mediante su perfil de *Facebook*. Allí, gracias al conocimiento de los usos en los márgenes del sistema educativo que se hacen de las netbooks, el programa propone que los jóvenes posteen fotografías de sus computadoras "tuneadas", esto es pintadas, escritas, con autoadhesivos pegados, es decir personalizadas, apropiadas, por cada

joven. También se solicita que se relaten cuáles son los usos que los jóvenes les otorgan a las computadoras personales fuera de la escuela. En este sentido, se trata de un programa de inclusión social más que de inclusión tecnológica. Los usos sociales de las tecnologías son tenidos en cuenta y asimilados, entendidos como devenir lógico y hasta necesario de la apropiación juvenil.

El Estado, el poder político detentado, se posiciona en algún punto como hegemonía cuando coincide con proyectos como los expresados en la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información incluyendo tecnologías en el sistema educativo. Por otra parte, y aunque parezca un oxímoron, en algunas políticas contemporáneas (por inéditas y necesarias) se trata de un Estado contra-hegemónico. La naturalización de políticas neoliberales y excluyentes en la historia reciente (y no tanto) permite que reflexionemos sobre lo "contra-hegemónico" de un Estado que mira hacia la desigualdad proponiendo políticas de inclusión en clave de derechos. *Conectar Igualdad* expresa esa perspectiva, que se conjuga con otras políticas públicas destinadas a la juventud y a la niñez como la Asignación Universal por Hijo, la posibilidad del voto a los 16 años, proyectos de becas de estudios para jóvenes como PROGRESAR.

Esta política estatal como otras enfrentan la resistencia de los sectores más acomodados de la sociedad, que ven en el programa una herramienta de clientelismo político más que un derecho satisfecho. Las tecnologías son costosas y aunque generaron pertinencia en las más diversas clases sociales porque existen los modelos de descarte y diferentes planes de pago de los *hardware*, y de la conectividad a internet y a la telefonía móvil, no todos pueden acceder a la adquisición de una computadora personal para los jóvenes de la familia en edad escolar. Quienes pueden y no reconocen su situación de privilegio son generalmente quienes se pronuncian en contra del derecho de los otros a una herramienta que en la actualidad se ha generalizado como necesaria para los usos escolares.

Por su parte, dentro del aula los jóvenes –con sus tecnologías- desarrollan resistencias y negociaciones. Se producen usos de la telefonía móvil en el aula, usos como escuchar música en medio de la resolución de trabajos prácticos individuales y grupales, donde los profesores permiten y ceden ante esta dinámica que en primera instancia no entorpece el fin de que el trabajo pedido esté resuelto. Por fuera del aula se produce un uso de las tecnologías que tiene que ver con llevar información a clase. En este uso se

elige como consulta a *Google* y a *Wikipedia*, al tiempo que se desarrollan dinámicas en redes sociales virtuales como *Facebook*, implementando grupos cerrados con la participación de los profesores en algunos casos y solamente entre compañeros otras veces. Estas dinámicas en *Facebook* a veces son propuestas por docentes, en algunos casos los estudiantes no las aceptan por tratarse de más tiempo en la escuela, o la escuela "invadiendo" espacios de ocio. En otros casos lo ven provechoso ya que en estas redes sociales virtuales pasan tiempo fuera de la escuela y consultar ese grupo o comentar no les quita tiempo.

En el aula también se producen usos de *Twitter* y de la cámara fotográfica. La red social virtual de mensajería breve sirve como canal instantáneo de expresión. De ello que las peleas entre compañeros algunas veces se lleven al terreno de *Twitter*. De este modo, en medio de la clase los jóvenes se atacan y defienden por intermedio de frases directas en *Twitter*. Hay compañeros que son seguidores y no intervienen más que como espectadores. En esta dinámica quedan fuera los docentes quienes algunas veces son protagonistas de los mensajes. Mediante pantallas, se burla la confrontación cara a cara y la advertencia del docente aún cuando todos ellos se encuentran en el mismo ámbito del aula.

La institución escolar, que se asentó desde su nacimiento en el lenguaje lectoescritural dejó de lado el radial o sonoro y el audiovisual y retoma el lenguaje multimedial como obligación del sistema (recordemos los postulados de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, por ejemplo). El caso argentino de *Conectar Igualdad* se trata de una apuesta por la inclusión social más que tecnológica ya que se comprende como un derecho y un programa que viene ayudar a la institución escolar a actualizarse y generar lazos de conocimiento y generacionales entre docentes y estudiantes, a la vez que con sus familias. Ante estos programas, las competencias juveniles los ubican en una posición privilegiada. Para Milad Doueihi (2011) la digitalización se trata de un nuevo proceso civilizador.

En cuanto a los usos de descarga de material de Internet y visualización en línea de series y películas protegidos con derechos de autor estamos ante un nuevo modo de consumo de productos culturales. Como ironía y eufemismo hablamos de "piratas", mote que el mercado le coloca a quienes descargan y comparte estos materiales de Internet. Mediante estos usos que tienen como paradigma esencial la colaboración se

generan lazos de solidaridad en cuanto una película, una serie, una canción, un videojuego hace de nexo entre dos o más personas para ser compartido y disfrutado juntos. Esto desencadena en un lazo y en una construcción de capital cultural mutuo.

Del lado de las estrategias se encuentra el mercado, que procura ganancias económicas y ve pérdidas en este tipo de dinámica de compartimento social con los bienes culturales digitales. Del otro lado, el de los jóvenes (en nuestro caso), se encuentran las tácticas del débil, quienes comparten material que extraen de Internet, que suben desde CDs y DVDs propios, jóvenes que "chipean" las consolas de videojuegos para que puedan leer copias truchas, jóvenes que se las compran a los manteros para poder ver dos, cinco, diez películas en vez de pagar una costosa entrada de cine cada tanto. Las dinámicas novedosas devinieron en prácticas sociales, los jóvenes naturalizan estos usos piratas como lo habitual, aquello debe y puede hacerse porque los productos son costosos, porque no lo consideran fuera de la ley, "porque todos lo hacen". Esta justificación es interesante porque con la puesta en práctica del uso se afianza un *continuum* que lo transforma en práctica social, invisibilizando su origen y las disputas. De este modo, se plantan en el terreno de batalla como un modo de estar juntos habitual y naturalizado. El problema, como en un principio, es del mercado el cual debe procurar nuevos modelos de negocios ante estas irrupciones sociales que se van de las manos. Los jóvenes nos relatan que abren varias cuentas en las plataformas como *Taringa* donde compartir información. "Si nos cierran una cuenta, abrimos otra y otras diez y el control se va de las manos". El sistema responde con leyes como SOPA y PIPA, con el cierre de *Megaupload* (como símbolo de época) y con el mote estigmatizante de "pirata", que a esta altura de las prácticas le cabría a la mayoría de los internautas. La estrategia del poderoso se enfrenta a las tácticas de los débiles, quienes gracias a la masividad de las prácticas proponen un cambio de paradigma en la relación con la industria cultural.

No solamente se descargan y se miran series y películas de manera "egoísta". Ser pirata en el sentido que lo expresamos se trata de compartir el "botín" y en el universo digital eso se traduce en usos como subir material a páginas donde poder alojarlo y compartir el enlace en foros como *Taringa*, redes sociales virtuales, postear enlaces de otros usuarios en estos espacios; como también la multiplicación del material digital en programas P2P, compartir mediante pendrives y *bluetooth* entre jóvenes que tienen una

computadora para reproducir el material pero que no cuentan con internet para descargarlo.

Los productos culturales cuentan con una dimensión de valor simbólico que prevalece al valor de uso de y cambio. Esto traduce el consumo y usos de los productos culturales con un fin de acumulación de capital cultural. Películas, series, libros, discos, videojuegos enriquecen el bagaje cultural de los jóvenes como información para interactuar con pares, como formación en los márgenes del sistema educativo, como ciudadanos con poder de decisión.

Las redes sociales virtuales ocupan un lugar central en la comunicación contemporánea, *Facebook* con mil millones de perfiles a nivel mundial muestra su presencia en las prácticas cotidianas que tienen que ver con el entretenimiento y la comunicación, pero también con usos en torno a la educación, compra y venta, creación de eventos y grupos temáticos que nuclean a fans y aficionados de diversos temas. Asimismo, *Twitter* con sus usos informacionales acerca a figuras famosas con sus fans. Otros usos menos masivos tienen que ver con la expresión de ideas por medio de pocos caracteres con otros, se propone como una plataforma cada vez más apropiada por parte de jóvenes. Allí tiene lugar una construcción semiológica por parte de los jóvenes en la cual participan diversos índices de su identidad: clase social, una mirada de género, sus aficiones deportivas y de la industria cultural. Afirmamos que a diferencia de otros investigadores y trabajos académicos, no creemos que los jóvenes construyen su identidad en Internet sino que la actualizan, muestran determinados índices identitarios mediante la construcción semiológica.

Es importante destacar que para realizar esta construcción de sentido sobre su imagen, los jóvenes aprenden a usar software medianamente sofisticados. Estos programas de retoque digital de fotografía y video, como otros de publicación y circulación del material, se aprenden dedicándoles tiempo. Se trata de una educación a los márgenes del sistema escolar y con fines específicos ligados al entretenimiento, pero que se traducen en formación. En frente están los otros, los pares con quienes se compite y de quienes se espera aprobación y legitimidad como subjetividad deseable. En este terreno de búsqueda se encuentra el afán por la cantidad de amigos y seguidores, de “me gusta”, retwitteos y comentarios, ese reconocimiento es el que procura la *selfie*, mostrándose a sí mismo, como cualquier otra foto, pero desnudando la construcción, las ganas de ser

fotografiados, la pose, el gesto, el retoque del escenario, los objetos y la colocación del referente (uno mismo) en la posición que se considera deseable para ser deseada.

Las tecnologías de la comunicación contemporáneas se encuentran protagonizadas por pantallas y de ello que la imagen ocupe un lugar destacado.

Los jóvenes piensan en imágenes, emplean cámaras digitales y teléfono móvil como cámara en los más diversos espacios. No es necesario que, como en periodismo, el acontecimiento sea "noticiable" para ser capturado. Cualquier evento en el que participen, un recital, un cumpleaños, un hecho fortuito en el espacio público, son registrados en imagen para ser compartido con amigos en redes sociales virtuales o enviado por *WhatsApp* o *bluetooth*. De este modo la imagen es el lenguaje mediante el cual se narra parte de la juventud contemporánea. De ello que hayan nacido modos estandarizados y reiterativos de narrarse como joven, la foto *flogger* devenida en *selfie* es una primera expresión cultural generalizada. Esta imagen cuenta con una composición estandarizada: son fotografías auto-tomadas con teléfonos móviles, generalmente en el baño de la casa, frente al espejo, y con poses más o menos reiteradas, dando un beso al receptor de la imagen, con la seña de la ve victoriosa con los dedos índice y mayor, donde el amateurismo en la composición es condición de efectividad del mensaje.

La imagen de uno mismo es la propia duplicación. En la construcción semiológica de uno mismo, por lo tanto, se tiene el control de cómo es visto por los otros. Este control se traduce en seguridad y más aún cuando la legitimidad buscada por la propia imagen llega por intermedio de los "me gusta", "retwitteos" y comentarios, todos ellos dispositivos provistos por la interfase para este fin. El narcisismo, entonces, se encuentra contenido, canalizado, por medio de dispositivos tecnológicos-sociales que acercan a los otros y a sus opiniones sobre uno mismo. Estas opiniones por cortesía y amistad generalmente son favorables y cumplen su fin conformista, al tiempo que esos otros muchas veces son desconocidos quienes expresan una opinión que opera como sondeo constante de la popularidad y aceptación de la propia construcción favorable. Esta auto inquisición que supone someterse a un referéndum constante sobre la propia belleza física y cuán agradable somos propone una carrera hacia la imagen ideal, carrera que tiene competidores, alentadores, y promotores de los elementos necesarios para hacerlo.

La contradicción en oponer el espacio público de internet (virtual) al presencial (denominado por algunos autores como real) y a la vez postular que es en ese espacio no-real donde los jóvenes construyen su identidad.

En estos espacios tiene lugar una construcción semiológica de uno mismo en donde se actualizan –se muestran, se estetizan- índices de la propia identidad.

El mercado participa de los usos proponiéndolos o retomándolos –actualizando su función dominante- para transformarlos en mercancía. Esto ocurre con los usos de la propia imagen en donde se proporcionan todos los elementos necesarios para realizar tal construcción por intermedio del consumo de las más diversas mercancías.

Esta relación con el otro en la que se le otorga el poder de valorarnos tiene que ver con un modo de relacionarse en las redes sociales virtuales. El mercado y quienes usan las redes sociales virtuales proponen usos que en algún punto tienen que ver con la moda, algunas veces son pasajeros. Es muy difícil para los jóvenes enfrentarse al poder de la moda, que enseña formas de ser en grupo. La violencia de la publicidad consta en mostrar insistentemente objetos y servicios a quienes no cuentan con ellos (y muchas veces no pueden tenerlos) y los insta a adoptarlos.

El mercado cuenta con la poderosa herramienta de la publicidad para canalizar sus prescripciones, en tanto los jóvenes nucleados en grupo crean, usan, inventan en la medida de lo posible negociando con las imposiciones del sistema. Los propios jóvenes son reproductores y tiranizan los gustos y aficiones de sus propios amigos. “Quiero tener tal cosa porque mi amigo lo tiene”, “Si todos lo hacen está bien que yo también lo haga”, son reflexiones subyacentes en la dinámicas de reproducción del consumo.

El consumo, dice García Canclini, sirve para pensar. Desde ya que se trata de una actividad cultural y social además de económica. Sin embargo, el poder del mercado mediante los resortes de la moda y la publicidad no es el mismo que el de los sujetos consumidores que en muchos espacios no les queda más opción que elegir.

La imagen trata de un lenguaje lentamente apropiado por los jóvenes quienes se encuentran alfabetizados con el lenguaje audiovisual y multimedial. La educación de la mirada que supuso la televisión y el cine hace posible una serie de competencias en canto la imagen. De manera inconciente se conocen los planos y los movimientos de cámara que le proponen al ojo humano la lectura. Las temporalidades y la sonoridad participan de un montaje conocido por los jóvenes quienes editan sus fotos y videos con

sentido estético. Son varios los entrevistados que relatan utilizar estos programas para construir imágenes de modo individual y colectivo. En algunos casos realizan cortometrajes con amigos o con apoyo de algún profesor, al mismo tiempo que se van adiestrando en el uso de los dispositivos, aprenden sobre técnicas y modelos de cámaras y softwares.

Los jóvenes hacen uso de tutoriales en texto o en video que descargan y ven en Internet, muchas veces generados y subidos a la red por otros jóvenes. También son ayudados por amigos o familiares, que les enseñan a usar estos programas generando una comunidad de sentido que comprende y continúa con sus prácticas. Otros jóvenes, por extensión, son los decodificadores de sus mensajes.

Es interesante reflexionar sobre esta formación en los márgenes y ligarla a la idea de capital cultural. Decíamos que mediante los usos que el sistema denomina como "piratas" los jóvenes acceden a material de la industria cultural de su época: música, películas y series, libros, periódicos, videojuegos. Todos ellos índices de información y conocimiento. Los jóvenes acumulan capital cultural mediante una actividad censurada por el mercado: la descarga y la colaboración. Asimismo, en estas descargas se produce un aprendizaje en la utilización de software, pero también en otros usos que pueden ser abstractos y traducirse en una ayuda para las materias de la escuela, casos que estudian mediante tutoriales cómo tocar un instrumento musical (Facundo), conducir un automóvil (Nair) o hacer asados (Facundo).

Por su parte, el ciber apareció como un espacio donde desplegar rituales alrededor de tecnologías. El espacio público del ciber, a modo de templo, es donde la mentada "alfabetización digital" (si algo así existe) tiene su lugar. Los jóvenes que no cuentan con tecnologías en sus hogares comenzaron a ver en estos locales una entrada al mundo tecnológico. Sin embargo, no se trata de un aprendizaje formal, se hace desde y con pares, con el empleado del ciber o familiares mayores que enseñan y se aprende a usar lo que se necesita o desea, buscar información para la escuela se une con la búsqueda de trucos para avanzar en un videojuego.

El ciber fue a mediados de los años dos mil un lugar muy concurrido por jóvenes, al punto que algunos investigadores llegaron a compararlo con el potrero o "la nueva esquina". El espacio se apropió socialmente como un lugar de permanencia y no de paso, donde los jóvenes construían dinámicas lúdicas en grupo. Es interesante advertir

que aunque bien surgieron cuando la apropiación de Internet era asistemática y poco frecuente en hogares, al aumentar la cantidad de conectados en hogares más entrados los años dos mil los cibers bajaron en concurrencia de público. Sin embargo, los jóvenes cuentan que al tratarse de un lugar de encuentro algunos jóvenes que tienen tecnologías en sus hogares concurren de igual modo al ciber para jugar con amigos. Es allí cuando la apropiación social nos demuestra una vez más la elusión al determinismo tecnológico. El ciber se constituyó como un templo donde los rituales del juego en red sin la presencia de los padres, con la posibilidad de concurrir en el horario de la escuela o luego de salir, aprendiendo a usar tecnologías con amigos y desconocidos, se posiciona como un espacio cotidiano.

El ciber fue mayormente apropiado por sectores populares que no contaban con computadoras en sus hogares y esta primera apropiación tuvo que ver con el juego, pero también con primeras nociones de escritura en procesadores de texto, búsquedas en Internet, correo electrónico y recolección de información para la escuela. En este marco, los pares, y sobre todo el empleado del ciber se posiciona como un docente informal, que enseña y asiste en estas tareas.

Al mediar el pago se trata de una mercancía medida en tiempo y este fundamento lo distancia de otras prácticas lúdicas como la de los videojuegos en los hogares, donde la variable temporal es otra y hasta se pierde la noción del tiempo jugando.

El uso del videojuego se encuentra signado por una primera lucha por la hegemonía de los sentidos. Se lo ubica generalmente como una tecnología netamente de entretenimiento y no se valoran sus posibilidades culturales que tienen que ver principalmente con los usos sociales que se desarrollan a su alrededor. En el ritual de "videojuegos en la noche" podemos ver que se despliega una serie de componentes culturales. Se trata de una comunión juvenil donde se comparte el videojuego pero también otros consumos, la charla, el espacio de un hogar, las características de la noche y la pérdida de la noción del tiempo como componentes esenciales del ritual. Este uso del videojuego se posiciona como un ritual de clase. No obstante jóvenes de sectores populares y los más acomodados económicamente juegan videojuego, son aquellos que cuentan con la última consola (hablamos de *PlaStation 3* o *4*) y los juegos más novedosos como la actual edición del *Pro Evolution Soccer* (*PES*) quienes pueden llevar a cabo el ritual de manera más acabada. Veíamos que el ritual se acentúa en un uso

masculino donde el videojuego del fútbol remarca esta tendencia y que se produce en medio de otros consumos tecnológicos (como computadoras, telefonía móvil omnipresente) como también de consumos alimenticios y bebidas. El ritual es presenciado a veces por padres, quienes en algunos casos también participan en el juego.

Los videojuegos generaron pertinencia familiar, ya que son costosos y porque proponen en las consolas más avanzadas la posibilidad de conexión a Internet y reproducción de blueray, aplicaciones que son aprovechadas por los integrantes de la familia que no usan videojuegos. De este modo la compra de una consola costosa se amortiza en la economía familiar mediante la multiplicidad de usos posibles.

Los videojuegos son una tecnología presente en varios dispositivos: en consolas destinadas para este fin, en computadoras, teléfonos móviles, y también en aplicaciones como redes sociales virtuales. Los denominados juegos en red, estos son los que requieren conexión a Internet, se posicionan como un terreno aparte. Los jóvenes despliegan dinámicas ante estos juegos que se desarrollan en hogares y en cibers. En los juegos en red se puede estar jugando con y contra un rival que puede estar en cualquier parte del mundo, inclusive en la computadora contigua del ciber. En estos usos los jóvenes conocen a otros jóvenes de otras partes del mundo con quienes entablan una relación como comunidad lúdica de sentido (generan estrategias en común, se comentan trucos del juegos), pero también alguna especie de amistad cuando se relacionan mediante *Skype* con vos y con imagen en video, mediante *Facebook* y comienzan a conocerse más al margen del videojuego. Hay casos en donde se aprende a hablar mejor inglés para comunicarse con estos nuevos compañeros/amigos de otras partes del mundo.

Otro de los rituales donde interviene la perspectiva de clase de manera manifiesta es el que denominamos “pibes del bondi”. Allí los jóvenes de clase comunicacional *cumbiera* despliegan un uso de la telefonía móvil en el espacio público escuchando música sin auriculares.

Los usos del teléfono móvil también propinan el control de padres a hijos y entre parejas. El teléfono móvil funciona como un GPS personal que mediante un sms o un chat le posibilita a cualquier contacto saber donde está otra persona. El uso es recurrente porque muchas veces es el fin que se busca con la adquisición por parte de padres hacia

hijos, y los jóvenes lo aceptan a cambio de contar con el dispositivo para el resto de los usos juveniles habituales y pertenecer al grupo de amigos. Los padres ocupan el rol de poder y detentan el control mediante a compra del dispositivo y del pago de la factura mensual, los jóvenes ceden ante el control omnipresente (en otras épocas podrían haber obtenido el permiso para ir a algún lugar sin tener que responder llamadas o mensajes contantes durante la salida sobre cómo llegaron, cómo están, dónde están, a qué hora vuelven).

Tanto en usos puntuales de la telefonía móvil como en algunos de los videojuegos las disputas por los sentidos puestos en juego se libran ante los adultos. La perspectiva intergeneracional es el principal índice de batalla. Los jóvenes proponen usos y los adultos los enfrentan poniendo las reglas de uso: tiempos, formas, espacios; son quienes habilitan la compra de la tecnología y quienes pagan la conectividad. A su vez, en la contemporaneidad, son también los adultos quienes usan a veces las mismas tecnologías que los jóvenes de la casa. En ese caso se comparten, mientras que en otros cada cual tiene su computadora.

En el caso de los videojuegos, las consolas propician el juego entre pares y en grupo. La generación que estudiamos tiene padres que socializaron con tecnologías –analógicas- como el *walkman* o *discman* y consolas de primera, segunda y tercera generación. Es decir, fueron jóvenes jugadores de videojuegos y en muchos casos esta afición no se pierde con el paso a la adultez. El juego es propio del ser humano –remitimos al ejemplo de los casinos, que de hecho están vedados a los jóvenes- a su vez las nuevas consolas, con mejores gráficos y mayores variantes de jugabilidad: juegos narrativos que cuando se empieza a jugar no se sabe cómo terminan, la posibilidad de competir con otros en línea, la construcción de estrategias, vuelcan al videojuego a antiguos jugadores como a adultos que se suman a jugar con hijos o hermanos menores. La generación actual de padres es la primera o segunda que socializó con consolas de videojuegos domésticas por lo cual conocen las lógicas de uso de estos artefactos que aunque se hayan modernizado y tengan otras propuestas apelan al instinto lúdico del ser humano sin importar la edad. De allí que tampoco sea descabellado que se gaste una parte importante del presupuesto familiar en adquirir una consola de videojuegos costosa para el uso ya no infantil o juvenil sino familiar. Hay casos entre nuestros entrevistados que nos relataban contar con más de una consola de videojuegos en sus

hogares y que una de ellas había sido regalo de los hijos y la madre para el día del padre.

En cuanto el teléfono móvil los adultos se adiestran en su uso por tratarse de una tecnología generalizada. Como la televisión en su momento y de manera incipiente, puede compararse el teléfono móvil como una tecnología que generó y genera pertinencia en diferentes clases sociales y generaciones.

El teléfono móvil es la tecnología omnipresente. Los jóvenes nos relatan que cuentan con un "celu" desde muy chicos, que tuvieron varios, que los cambian por moda, por mejores aplicaciones y en algunos casos que sus padres también son fanáticos de estas tecnologías y que ellos incentivan estos cambios.

El teléfono móvil además de estar cotidianamente con los jóvenes, aún cuando duermen está encendido o cargando la batería, es una tecnología completa. Los denominados smartphones pueden tomar fotografías, conectarse a internet –de ello acceder a redes sociales virtuales. De allí que se creen diferentes usos sociales que se proyectan a diferentes grupos de jóvenes. La fotografía puede ser tomada en cualquier lugar –en el aula, en salidas con amigos, en hogares, en la calle- y puede ser posteada en internet de manera instantánea.

En este sentido se postula como una tecnología omnipotente, a la vez que tiraniza a las habituales prácticas juveniles que anteriormente no eran registradas, mostradas, relatadas de manera sincrónica. La creación de usos que narran la vida cotidiana mediante posteos en redes sociales virtuales por intermedio de un dispositivo como la telefonía móvil, coloca en un estatuto noticiable la cotidianeidad. Bajo otros regímenes de noticiabilidad que los periodísticos, para con amigos y seguidores se erigen como importantes estar en ese momento con un amigo, si vinieron visitas, la mascota o cualquier acción que se esté efectuando en ese momento. En *Facebook* o *Twitter* puede ser noticiable ir a tomar un baño o estar por comer una pizza.

En la contemporaneidad hablamos de tecnologías digitales, en otras épocas fueron analógicas. Como sea, estas especificaciones técnicas –en las que no repara nuestra investigación- son comprendidas como fenómenos sociales. Lo digital, entendemos, es ante todo histórico y cultural.

La investigación responde preguntas y presunciones como también cuestiones que aparecieron en el propio trabajo de campo. Asimismo deja abiertos nuevos interrogantes. Los usos de las tecnologías de la comunicación por parte de jóvenes se plantean como un terreno de investigación de especial interés para la Comunicación. Por un lado por tratarse de elementos que son conductores de lenguaje: audiovisual, fotografías, animaciones, sonidos, música, textos. A su vez por tratarse de objetos. Allí, los usos no solamente tienen que ver con los mensajes enviados y transmitidos a través de esas tecnologías sino también que los propios usos de los objetos en la cotidianeidad son mensajes arraigados en dinámicas políticas.

A esta altura del desarrollo intelectual alrededor del tema, sostener que las tecnologías no determinan los usos sólo puede tratarse de una premisa teórica de partida. Las tecnologías pueden entenderse primeramente como desarrollos científicos devenidos en objetos y como tales no pueden proponer modos de actuar socialmente. Sin embargo, las tecnologías, las cuales forman parte de prácticas sociales provechosas para los sujetos, se encuentran inmersas en dinámicas institucionales donde rigen normas y leyes que dictan un proceder. En ese marco, las tecnologías generalmente son prescriptivas. Los sujetos sociales que detentan poder proponen usos, modos de relacionarse, estéticas de representación, políticas de visibilidad y hasta una economía moral alrededor de las tecnologías. Sin eufemismos, cuando hablamos de relaciones de poder, dominación y hegemonía postulamos como actores en esta batalla al mercado, al poder estatal, a instituciones sociales como la familia y por extensión el consumo (la moda), la escuela y en el caso de los jóvenes: los adultos en general y las relaciones inter e intra-grupales (los pares).

Los sujetos sociales que detentan poder institucional, y quienes no, *crean* usos *con* las tecnologías. Los jóvenes como los sujetos sociales que mayor familiaridad alcanzan con las tecnologías de su época son el colectivo social-generacional que nos ofrece mayores índices de creatividad alrededor de estos artefactos.

Cuando hablamos de hegemonía de los sentidos nos referimos directamente a relaciones de poder y tensiones entre sujetos individuales y colectivos. Estas tensiones por la hegemonía de los sentidos se materializan en cuatro roles, podríamos decir actantes, porque son espacios que se completan con sujetos y factores de poder.

1. **El Estado.**

   En el marco del sistema educativo como cara visible del Estado. En el caso argentino, cuando diagramábamos el proyecto de tesis se presenta el Programa Conectar Igualdad propone distribuir primero tres millones, luego tres millones y medio de computadoras personales a estudiantes y docentes de escuelas medias y de formación docente. Esta política si bien atiende a necesidades del sistema y tiene que ver con la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, el Estado lo propone en términos de inclusión social y no tecnológica comprendiendo usos por fuera de las aulas, con las familias, amigos, en hogares y en el espacio público.

   En cuanto a leyes y reglamentaciones que regulan usos de las tecnologías. Asimismo el Estado es el llamado a regular cuando los usos de las tecnologías se van de las manos. Los otros, los adultos, los pares, la sociedad pide censura cuando por ejemplo son los jóvenes *cumbieros* quienes escuchan música sin auriculares en el transporte público. Allí se piden reglamentaciones que prohíban la práctica.

2. **El Mercado.**

   Bajo la forma de la publicidad, televisiva y gráfica en la ciudad principalmente, se promocionan las tecnologías que deben ser adoptadas por los jóvenes. Se sostiene como en todo producto que traen consigo la felicidad y adoptarlas también propiciará la inclusión en grupos de pertenencia. De esta manera el mercado tiraniza modos de utilizar la tecnología buscando el beneficio de un descarte y cambio constante ligado a un híper consumo juvenil.

   Las tecnologías de descarte pasan a ser tecnologías vergonzosas, como en los casos de los nuevos modelos de telefonía móvil o las constantes apariciones de nuevos modelos de PlayStation alrededor de los cuales se generan nuevas dinámicas de usos entre jóvenes. Estas estilizaciones marginan a quienes no pueden adoptarlas.

3. **La Cultura Adulta.**

   Los padres son quienes hacen posible el acceso a las tecnologías mediante la compra y el pago de la conectividad a internet y de la factura del teléfono móvil mensualmente. Los padres consideran que es necesario para el estudio tener

internet en el hogar, a la vez de que comprenden que es necesario para el entretenimiento juvenil contemporáneo.

Con los padres se negocian lugares y momentos donde utilizar tecnologías, a veces se comparten con toda la familia y se manifiestan regímenes de usabilidad generalmente propuestos por los padres como poder microfísico en el marco familiar.

Los docentes en el ámbito educativo son quienes permiten o censuran usos dentro de la escuela, tanto de las tecnologías que provee el sistema escolar, pudiendo manejar desde el escritorio los contenidos que ven y consultan los estudiantes, como las tecnologías que los jóvenes llevan a la escuela como los teléfonos móviles. Son los docentes quienes permiten el uso de la música durante la resolución de trabajos prácticos como los usos de internet tanto para consultar información en clase como los usos de redes sociales virtuales.

Tanto padres como docentes se erigen como autoridades naturales por ser mayores, quienes premian y castigan a los más jóvenes en los diferentes roles que ocupan. Sin embargo, cuando se trata de tecnologías nos encontramos en un estadio histórico que considera a los jóvenes como los expertos en el tema, es allí cuando este estereotipo de los jóvenes los beneficia.

4. **Los Pares.**

   Los amigos y demás jóvenes, ya sea de manera intra-grupal como inter-grupal, los jóvenes crean usos tecnológicos que se generalizan y de ello que proponen modos de ser en grupo. La pertenencia y el gusto son los designios de modos de ser y prácticas que se construyen y permanecen en una determinada generación. Son findamentalmente de índole relacional y estética.

Desde los usos escolares hasta los de la telefonía móvil en el espacio público, desde los usos del ciber y de los videojuegos, pasando por los usos de las redes sociales virtuales y los usos piratas; se despliegan una serie de consideraciones, prohibiciones y permisos, que involucran los lugares físicos que pueden ocupar las tecnologías, los accesos a cuáles modelos y para cuáles fines se hacen de ellas, bajo qué rol juvenil se accede: hijo, estudiante, ciudadano o cliente. En definitiva, una hegemonía de los sentidos que involucra a diversos actores sociales que intervienen en estas interacciones.

La disputa, como la expresamos, es simbólica y en muchos momentos, la mayoría de las veces, es inconsciente. Los jóvenes no plantean una batalla manifiesta, pero mediante la creatividad de los usos se plantan en el terreno cultural con tácticas de convivencia.

Finalmente es importante subrayar la dimensión espacial de las prácticas tecnológicas en sociedad. Los usos de las tecnologías se despliegan en territorios habitados por los jóvenes. El hogar, la escuela y el espacio público ofician de escenarios donde se construyen significados sociales. En el ámbito del hogar veíamos que tienen lugar usos comunes a la mayoría de los jóvenes; la computadora, como en otros tiempos el televisor, ocupa un lugar otorgado por la familia. Un espacio que pretende ser permanente y de consulta continua. En estudios como los de Silverstone aprendimos la importancia del espacio destinado por la economía de los espacios familiares designados a las tecnologías y de ello qué espacios simbólicos ocupan en las prácticas familiares y por extensión sociales. Las computadoras compartidas con familiares (padres y hermanos) se ubican en lugares comunes, salas y comedores; mientras que las computadoras ubicadas en las habitaciones de los jóvenes tienen que ver con usos compartidos con hermanos o de privacidad, ligados a los usos escolares, pero también a los de las redes sociales virtuales y chats. En cuanto a los videojuegos contemporáneos participan del ritual del campeonato, lo que hace imperiosa la necesidad de un lugar común y amplio como livings y poder utilizar el televisor más grande de la casa. Para los usos de la música, desde el nacimiento de los dispositivos portátiles de reproducción musical se asistió a una experiencia de privacidad con la música. Ya sea en la propia habitación, en el comedor o en la calle, los auriculares como nervaduras corporales dibujaron una estética corporal ligada a lo juvenil. Por otra parte, existe el concepto de "cultura de la habitación" que habla de toda una socialización juvenil desplegada desde la propia habitación. Este concepto se resignifica por algunos autores en la cultura digital para describir a los jóvenes que alcanzan sus quince minutos de fama mediante internet. Sin embargo, fue acuñado por Helen Wuulf, una antropóloga sueca que habla de una cultura de habitación de adolescentes mujeres que experimentan su paso a la adultez escribiendo su diario íntimo en la privacidad de su habitación. Realidades sociales diferentes a las latinoamericanas, pero que se tocan en la metáfora de narrarse, ya no en una cultura de habitación que como condición primaria suponen una habitación propia de cada joven, siendo que en la mayoría de los casos los jóvenes las comparten

con sus hermanos; si no también por la idea de narrarse: las redes sociales virtuales, los videos de *YouTube*, los blogs, entre otros espacios, abren las fronteras del propio espacio territorial hogareño, del ciber, de las casas de los amigos, al mundo entero.

El espacio de la escuela, por su parte, es el espacio del otro. Del otro porque se comparte con conocidos y desconocidos, pero también porque se trata de la presencia del Estado. Los docentes ofician como figuras que ponen límites, además de que se trata de un espacio donde se concurre a aprender. Los usos de las tecnologías de la comunicación en la escuela pueden dividirse en dos grandes espacios: los destinados al conocimiento, generalmente propuestos por la institución, allí se pueden ubicar los usos de *Conectar Igualdad* y demás tecnologías en el aula; por otro lado los propuestos por los jóvenes para contribuir a estas actividades (grupos en redes sociales virtuales, búsquedas de información en internet) como otros usos como escuchar música o chatear en clase a escondidas o no de los docentes. En el aula, donde los jóvenes pasan muchas horas semanales, tienen lugar estas negociaciones, donde los docentes de algún modo son quienes deben habilitar los espacios y en diversos casos lo hacen cediendo a los jóvenes posibilidades de usar el teléfono móvil en el aula. Es en estos usos donde advertimos que el mote de nativo digital con el cual se tilda a los jóvenes les sirve para ostentar un conocimiento sobre el uso de las tecnologías que los adultos tienen en menor medida y allí conseguir permisos y espacios.

El espacio público se transforma también en una de las arenas de batalla donde los jóvenes no solamente muestran apropiaciones de las tecnologías sino que también suponen apropiaciones del espacio. Estos usos y estas apropiaciones funcionan como trincheras en la batalla; muchas veces teatralizadas donde se develan y emergen imaginarios y disputas.

En nuestra investigación hablamos de tres espacios públicos: la escuela, el ciber y el transporte público. Cada uno de ellos despliega una serie de dinámicas con tal densidad comunicacional que hemos destinado un apartado a cada uno de ellos para describir y analizar los usos generados.

Los espacios públicos del ciber y del transporte público tienen la particularidad de tratarse de lugares con dueños, pero a la vez son lugares donde se despliegan prácticas en sociedad. Son espacios donde media el dinero para acceder al servicio. De ello, este alquiler otorga el derecho del uso del lugar dentro de cánones y reglas morales. Las del

ciber tienen que ver con utilizar la computadora durante el tiempo de uso que se pague y poder acceder a otros servicios además de conexión, impresiones y consumos de kiosco. De manera informal se accede al contacto con otros usuarios y con el empleado del ciber. En cuanto al espacio del transporte público la dinámica de uso no implica directamente el uso de tecnologías de la comunicación, pero como improntas urbanas contemporáneas y cotidianas se pueden obsrevar usos de dispositivos móvil como teléfono y como reproductor de música, este uso desata una disputa de perspectiva clasista entre los *cumbieros* que escuchan música en el colectivo y quienes los censuran por escuchar cumbia, por hacer ruido, por ser pobres.

Las disputas por la hegemonía de los sentidos se encuentran presente en los usos de las tecnologías de la comunicación por parte de jóvenes. En estas disputas intervienen las perpectivas de clase social y comunicacional, de género, etaria y de posicionamiento en el espacio público. Estas disputas no son nuevas sino constantemente novedosas, las tecnologías y los jóvenes son cambiantes, pero también la sociedad que pone límites, cede, incorpora y rechaza. El Estado, el mercado, la cultura adulta y los propios pares son variables ineludibles a la hora de analizar estas disputas simbólicas.

6. BIBLIOGRAFÍA GENERAL

ADORNO, Theodor y HORKHEIMER, Max (1970) *Dialéctica del Iluminismo*. Buenos Aires: Sur.

AGUERRE y otros (2011) "La apropiación de las TIC por jóvenes de sectores populares urbanos en espacios de acceso público". En *Revista Argentina de Estudios Sobre Juventud. Número 3 – Jóvenes y TICs: Metáforas, apropiaciones y discursos.* Disponible en: http://www.perio.unlp.edu.ar/revistadejuventud/?q=node/53

ALBERDI, María Cristina; CASTRO ROJAS, Sebastián Ramiro y NAVARRO, Ricardo (2006) "Apuntes sobre las características de los usuarios de cibers rosarinos". En *X Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación.* Universidad Nacional de San Juan. San Juan. Argentina.

ALFONSO, Alfredo (2003) "La Sociedad de la Información: genealogía y presente". En SAINTOUT, Florencia, *Abrir la Comunicación.* La Plata: FPyCS, UNLP.

AUSTIN, John L. (1982) *Cómo hacer cosas con palabras.* Buenos Aires: Editorial Paidós.

BACHER, Silvia (2009) *Tatuados por los medios. Dilemas en la era digital.* Buenos Aires: Paidós.

BALAGUER, Roberto (2004) "Videojuegos, Internet, Infancia y Adolescencia del nuevo milenio". En *Kairós. Revista de temas sociales.* Disponible en: http://www2.fices.unsl.edu.ar/~kairos/k10-06.htm

BARTHES, Roland (1986) *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces.* Barcelona: Paidós.

BARTHES, Roland (2001) *La Torre Eiffel. Textos sobre la imagen.* Barcelona: Paidós.

BARTHES, Roland (2004) *Mitologías.* Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

BAUMAN, Zygmunt (2005) *Identidad.* Losada.

BAUMAN, Zygmunt (2006) *Vida de consumo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

BAUMAN, Zygmunt (2006) *Vida Líquida.* Buenos Aires: Paidós.

BAUMAN, Zygmunt (2009) (2000) *Modernidad líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

BECERRA, Martín; MASTRINI, Guillermo y MARINO, Santiago (2009) "Regulación de la Comunicación en Argentina: nueva ley como un paso en la senda de la

democratización". En *revista de Direito de Informática e Telecomunicaciones (REID).* De Forum. 2º Semestre 2009.

BELLI, Simone y LÓPEZ RAVENTÓS, Cristian (2008) "Breve historia de los videojuegos". En *Athenea Digital*, núm. 14: 159-179 (otoño 2008).

BENJAMIN, Walter (1928) (1989) "Historia cultural del juguete". En *Escritos, La literatura infantil, los niños y los jóvenes.* Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión. Colección Diagonal dirigida por Aníbal V. Giacone. Traducido por Juan J. Thomas.

BENJAMIN, Walter (2007) "La obra de arte en la época de su reproductividad técnica", en *Conceptos de Filosofía de la Historia.* La Plata: Terramar.

BLANCO, María Betina y JÁUREGUI, Karina Beatriz (2010) *Videojuegos: las apariencias ¿engañan?: prácticas, relaciones e interacciones de los jóvenes usuarios de juegos en red*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación Social; Observatorio de Jóvenes Comunicación y Medios.

BOUILLE, Julieta (2008) "Cibercafés o la nueva esquina. Usos y apropiaciones de Internet en jóvenes de sectores populares urbanos". En URRESTI, Marcelo, *Ciberculturas juveniles*. Buenos Aires: La Crujía.

BOURDIEU, Pierre (2002) "La "juventud" no es más que una palabra". En *Sociología y cultura* (pp. 163-173. México: Grijalbo, Conaculta.

BOURDIEU, Pierre (2006) (1980) *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. España: Taurus.

BOURDIEU, Pierre (2007) El sentido práctico. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

BREA, José Luis (2007) *cultura_RAM. Mutaciones de la cultura en la era de su distribución electrónica.* Barcelona: Editorial Gedisa.

BRITO RODRÍGUEZ, Rolando (2004) Las nuevas tecnologías aplicadas a la educación del siglo XXI. En *revista La Tarea*, disponible en http://www.latarea.com.mx/articu/articu12/brito12.htm

BUGVILA, Adrián Víctor (2012) "El mapa no es el territorio" (Ponencia). En *VII Jornadas de Sociología de la Universidad Nacional de La Plata "Argentina en el escenario latinoamericano actual: debates desde las ciencias sociales"*. La Plata, Argentina. 5 al 7 de diciembre de 2012.

CABELLO, Roxana (2007) "Sobre *sociabilidad* y otras formas de "estar con el otro". Intercambios en torno a los juegos en red". En QUINTAR, Aída; CALELLO, Tomás y

APREA, Gustavo, *Los usos de las TICs: Una mirada multidimensional.* Buenos Aires: Prometeo Libros. Los Polvorines, Universidad Nacional de General Sarmiento.

CABRA AYALA, Nina Alejandra (2010) "Videojuegos: máquinas del tiempo y mutaciones de la subjetividad". En *Signo y Pensamiento* 57 · Eje Temático | pp 162-177 · volumen XXIX · julio - diciembre 2010.

CABRA TORRES, Fabiola y MARCIALES VIVAS, Gloria Patricia (2009) "Mitos, realidades y preguntas de investigación sobre los "nativos digitales": una revisión". En Universitas Psychologica, Vol. 8, Num 2, mayo-agosto, 2009, pp. 323-338. Pontificia Universidad Javeriana. Colombia.

CABRA TORRES, Fabiola y MARCIALES VIVAS, Gloria Patricia (2009) "Nativos Digitales: ¿Ocultamiento de factores generadores de fracaso escolar?". En *Revista Iberoamericana de Educación*, Nº 50, PP. 113-130.

CARO CASTAÑO, Lucía; SELVA RUIZ, David (2012) "Del prosumer al crossumer. De la Internet abierta a la Internet envasada". En LEÓN, Bienvenido, *La televisión ante el desafío de internet.* Salamanca: Comunicación Social, ediciones y publicaciones.

CASTAÑO, Cecilia (2008) *La segunda brecha digital y las mujeres jóvenes.* Madrid: Cátedra.

CASTELLS, Manuel (1996) *La era de la información. Economía, sociedad y cultura.* Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

CASTRO ROJAS, Sebastián (2006) "Los jóvenes y sus prácticas en los ciberlocales rosarinos". En *X Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación.* Universidad Nacional de San Juan. San Juan. Argentina.

CHAPP, María Ester (1990) *Juventud y familia en una sociedad en crisis.* Buenos Aires: Centro Editor de AMLATSA.

CHAVES, Mariana (2010) *Jóvenes, territorios y complicidades. Una antropología de la juventud urbana.* Buenos Aires: Espacio Editorial.

CREMONTE, Juan Pablo (2007) "Los usos de las TICS en el capitalismo cognitivo: el caso de las redes de intercambio de archivos musicales". En QUINTAR, Aída; CALELLO, Tomás y APREA, Gustavo (2007) *Los usos de las TICs: Una mirada multidimensional.* Buenos Aires: Prometeo Libros. Los Polvorines, Universidad Nacional de General Sarmiento.

CUMBIO (2008) *Yo, Cumbio.* Buenos Aires: Planeta.

DE CERTEAU, Michel (1996) “Capítulo III Valerse de: usos y prácticas”. En *La Invención de lo cotidiano. 1. Artes de hacer*. México D.F.: UIA.

DE CERTEAU, Michele (1996) “Capítulo III Valerse de: usos y prácticas”, en *La Invención de lo cotidiano.* 1. Artes de hacer. México D.F: UIA.

DE CICCO, Juan (2008) “*YouTube*: el archivo audiovisual de la memoria colectiva”. Universidad de Palermo.

DE SOUSA LACERDA, Juciano (2013) “Inclusao digital e cidadania: um exercicio de pesquisa da pesquisa sobre telecentros”. En *Razón y Palabra, Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación*, Número 82, marzo, “Tecnologías, pantallas y lenguaje audiovisual”. Disponible en: www.razonypalabra.org.mx

DOUEIHI, Milad (2010) *La gran conversión digital*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

ECHEBURUA, Enrique y DE CORRAL, Paz (2010) “Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto”. En Adicciones, vol. 22, n2. Págs. 91-96.

ELIZALDE, Silvia (2006) “El androcentrismo en los estudios de juventud: efectos ideólogos y aperturas posibles”. En *Revista Ultima Década*. Año 14, Nº 25. Ediciones CIDPA, Valparaíso. Diciembre 2006, pp.91-110. ISSN 0717-4691.

ELIZALDE, Silvia (2010) (Coord.) *Género y generación en la Argentina. Estudios culturales sobre jóvenes* (Selección de artículos). Biblos- EdUNLP-IIEGE (FFyLL, UBA), 2010. Buenos Aires. En prensa.

ESNAOLA HORACEK, Graciela Alicia (2003) “Aprender a leer el mundo del siglo XXI a través de los videojuegos”. En Etic@.net, Número 1, Julio de 2003. Granada, España.

ETXEBERRÍA, Felix (1998) “Videojuegos y educación”. En *Comunicar*, N° 10, págs. 171-180.

ETXEBERRÍA, Felix (2008) “Videojuegos, consumo y educación”. En *Revista Electrónica Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información.* Vol. 9, Nº 3, noviembre de 2008. Disponible en: *http://www.usal.es/teoriaeducacion*

FEIXA, Carles (1998) De jóvenes, bandas y tribus. Antropología de la juventud. Barcelona: Editorial Ariel.

FELUI, Joel; GIL-JUÁREZ, Adriana; VITORES, Anna "El impacto de las TIC sobre la juventud: metáfora y representación en ciencias sociales" En *Revista Argentina de Estudios Sobre Juventud. Número 3 – Jóvenes y TICs: Metáforas, apropiaciones y discursos.*

FERNÁNDEZ JEANSALLE, Julia (2008) "Doble clic. Internet y jóvenes de clase media en la Ciudad de Buenos Aires". En URRESTI, Marcelo, *Ciberculturas juveniles*. Buenos Aires: La Crujía.

FERRARIS, Sabrina (2008) "Comunidades virtuales lúdicas: jóvenes y videojuegos". En URRESTI, Marcelo (editor) *Ciberculturas juveniles.* Buenos Aires: La Crujía.

FERRER MARQUÉS, Santiago (¿?) "Los videojuegos". Disponible en http://ardilladigital.com/DOCUMENTOS/TECNOLOGIA%20EDUCATIVA/TICs/T8%20VIDEOJUEGOS/08%20LOS%20VIDEOJUEGOS.pdf

FINQUELIEVICH, Susana y PRINCE, Alejandro (2001) *El (inconsciente) rol social de los cibercafés*. Buenos Aires: Editorial Dunken.

FORD, Aníbal (2003) *El malestar de la brecha digital.* Conferencia organizada por el Área de Comunicación de la Universidad Andina Simón Bolívar. Disponible en línea: http://periodismoabc.files.wordpress.com/2010/02/anibal-ford.pdf

FUENTES ZURITA, M. Cristina y GARDUÑO OLIVERA, Hyldely "El aprendizaje informal de las TIC en los cibercafés de Iztapalapa". Disponible en: http://www.lerif.net/mexique/TEXTES3/Mexico_2007/ticsz.pdf

FUENTES, M. Cristina (2006) "Cibercafés populares: dispositivos sociales para la ficción y formación no convencional", *Observatorio para la Cibersociedad*. Disponible en: http://www.cibersociedad.net/congres2006/gts/comunicacio.php?id=751

GARCÍA CANCLINI, Néstor (1995) *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización.* México: Grijalbo.

GARCÍA CANCLINI, Néstor (1997) "El malestar en los estudios culturales". En *Fractal N° 6*, julio-septiembre, Año 2, Volumen II, pp. 45-60.

GARCÍA CANCLINI, Néstor (2001) "Contradicciones latinoamericanas: ¿modernismo sin modernidad?". En *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Buenos Aires: Paidós Estado y Sociedad.

GARCÍA CANCLINI, Néstor (2004) *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad.* Barcelona: Gedisa.

GARCÍA, Felipe; PORTILLO, Javier; ROMO, Jesús; BENITO, Manuel (¿?) *Nativos digitales y modelos de aprendizaje*. Universidad de País VASCO / Eukasal Herriki Unibertsitatea (UPV/EHU). Disponible en línea: http://ftp.informatik.rwth-aachen.de/Publications/CEUR-WS/Vol-318/Garcia.pdf

GEE, James Paul (¿?) "Why Are Video Games Good For Learning?". Disponible en: http://www.academiccolab.org/resources/documents/MacArthur.pdf

GÉRTRUDIX BARRIO, Felipe; DURÁN MEDINA, José Francisco; GRAMONAL ARROYO, Roberto; GÁLVEZ DE LA CUESTA, Mª del Carmen y GARCÍA GARCÍA, Francisco () "Una taxonomía del término "nativo digital". Nuevas formas de relación y de comunicación". Disponible en línea: http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/files/adjuntos/Una%20taxonom%C3%ADa%20del%20t%C3%A9rmino%20%E2%80%9Cnativo%20digital%E2%80%9D.%20Nuevas%20formas%20de%20relaci%C3%B3n%20y%20de%20comunicaci%C3%B3n..pdf

GIL, Adriana; FELIU, Joel; RIVERO, Isabel y GIL, Eva Patricia (2003) "¿Nuevas tecnologías de la información y la comunicación o nuevas tecnologías de relación? Niños, jóvenes y cultura digital". En *UOC*. Disponible en: http://www.uoc.edu/dt/20347/index.html

GIMÉNEZ, Gilberto (2004) "Cultura e Identidad". En *Revista Mexicana de Sociología*, Vol. 66, octubre de 2004. Disponible en: http://www.jstor.org/discover/10.2307/3541444?uid=3737512&uid=2129&uid=2&uid=70&uid=4&sid=21101292592811

GIMÉNEZ, Gilberto (2005) "La concepción simbólica de la cultura". Capítulo 1. En *Teoría y análisis de la cultura.* México: CONACULTA.

GINZBURG, CARLO (2008) *Mitos, emblemas, indicios. Morfología e historia*. Barcelona: Gedisa. Pp. 185–239.

GIRALDO RAMÍREZ, María Elena y Gloria María ÁLVAREZ CADAVID (2006) *Una propuesta para entender los conceptos de uso y apropiación.* UPB, Maestría en Educación.

GIROUX, Henry A. (1994) “Estudios culturales: juventud y el desafío de la pedagogía” ("Doing Cultural Studies: Youth and the Politics of Neoliberalism"). In *Harvard Educational Review* 64:3. Fall pp. 278– 308.

GONZÁLEZ, Carina; BLANCO, Francisco (2008) “Interacción, Motivación y Emociones con Videojuegos”. En *IX Congreso Internacional Interacción*, Albacete 9-11 de Junio de 2008. Universidad de Castilla-La Mancha.

GROSSBERG, Lawrence, C. NELSON y P. TREICHLER (1992) “Cultural Studies: An Introduction“. En GROSSBERG, NELSON y TREICHLER (eds.) *Cultural Studies.* New York-London: Routledge.

GUBER, ROSANA (2012) [2011] *La Etnografía. Método, campo y reflexividad.* Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

GUTIÉRREZ, Siglic y GONZÁLEZ, Juan (2004) “Academia, pornografía y cibercafe en los adolescentes del Municipio Maracaibo y sus implicaciones con la LOPNA”.

HALL, Stuart (1979) “Encoding/Decoding.” En *Culture, Media, Languaje. Working Papers in Cultural Studies, 1972-79*. HALL, Stuart y otros, eds.: Londres: Hutchinson. Pp. 128-138.

HALL, Stuart (1980) “Encoding/decoding.” En *Culture, Media, Language.* Routledge, Ed. Stuart Hall et al. New York, pp. 128-138.

HALL, Stuart (1996) “¿Quién necesita identidad?”. En Stuart Hall y Paul du Gay (comps.). *Cuestiones de identidad cultural.* Buenos Aires-Madrid: Amorrortu.

HALL, Stuart y JEFFERSON, Tony (2004) *Resistance trough Rituals. Youth subcultures in post-war Britain.* London: Routledge.

HORKHEIMER, Max (2007) *Crítica de la razón instrumental*. La Plata: Terramar.

HUERTERO VALLE, Guillermo Alexis (2007) “Videojuegos Políticos: Una Forma Diferente de Entender la Política”. En *Razón y Palabra*. Vol. 12, Núm 58, agosto-septiembre. Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey. México.

INDEC (2003) *¿Qué es el Gran Buenos Aires?*, República Argentina, Ministerio de Economía y Producción, Secretaría de Política Económica, Instituto Nacional de Estadística y Censos. Disponible en: http://www.indec.gov.ar/nuevaweb/cuadros/4/folleto%20gba.pdf

ISLAS, Octavio (2009) “La convergencia cultural a través de la ecología de medios”. En *Comunicar, Nº 3, v. XVII, Revista Científica de Educomunicación,* pp.25 -33. ISSN: 1134-3478.

JENKINS, Henry (2009) “La guerra entre efectos y significados. Replanteamientos del debate sobre la violencia en los videojuegos”. En *Fans, blogueros y videojuegos. La cultura de la colaboración.* Barcelona: Paidós Comunicación.

JENKINS, Henry (2010) *Piratas de textos: Fans, cultura participativa y televisión.* Paidós Ibérica.

KESSLER, Gabriel; SVAMPA, Maristella; GONZÁLEZ BOMBAL, Inés (Coordinadores) (2010) *Reconfiguraciones del mundo popular. El Conurbano Bonaerense en la postconvertibilidad.* Buenos Aires: Prometeo Libros. Los Polvorines: Universidad Nacional de General Sarmiento.

LEÓN, Bienvenido (2012) *La televisión ante el desafío de internet.* Salamanca: Comunicación Social, ediciones y publicaciones.

LEVIS, Diego (2003) “Videojuegos: cambios y permanencias”. En *revista Comunicación y Pedagogía.* Barcelona, enero 2003.

LEVIS, Diego (2005) “Videojuegos y alfabetización digital”. En *Aula de innovación Educativa*. Barcelona: edit.Grao, nº 147, diciembre de 2005.

LÉVY, Pierre (1998) *Educação e cybercultura: a nova relação com o saber.* Disponible en: http://portoweb.com.br/PierreLevy/educaecyber.html

LICONA VEGA, Ana Liliam (2001) “Los videojuegos en el contexto de las nuevas tecnologías: relaciones entre las actividades lúdicas actuales, la conducta y el aprendizaje”. En *Revista Pixel-Bit*. Núm 17.

LINNE, Joquín (2009) “De la esquina al ciber: usos de internet y socialización en cibercafés de jóvenes de sectores populares”. En *Primer Encuentro sobre Juventud, Medios e Industrias Culturales (JUMIC).* Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Universidad Nacional de La Plata.

LÓPEZ ROCHER, Vicente (2007) “Chat y juventud: una aproximación cualitativa”. En *Tecsistecatl. Revista Interdisciplinar*, 2, julio 2007. Disponible en Internet: http://www.eumed.net/rev/tecsistecatl/n2/vlr.htm

LYOTARD, Jean-Francois (1979) *La Condición Posmoderna*, Madrid: Cátedra.

MAFFESOLI, Michel (1990) *El tiempo de las tribus.* Barcelona: Icaria Editorial S. A.

MARGULIS, Mario y URRESTI, Marcelo (1996) “La juventud es más que una palabra”. En ARIOVICH, Laura (et al.) MARGULIS, Mario editor, *La juventud es más que una palabra*. *Ensayos sobre cultura y juventud.* Buenos Aires: Biblos.

MARTÍN-BARBERO Jesús (1997) “Descentramiento cultural y palimpsestos de identidad”. En *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, vol. III, núm. 5, junio, México: Universidad de Colima. Pp. 87-96.

MARTÍN-BARBERO, Jesús (2002) “Jóvenes: comunicación e identidad”. En *Pensar Iberoamérica. Revista de Cultura.* Nº 0. Febrero. OEI.

MATTELART, Armand (2006) Diversidad cultural y mundialización. Madrid: Paidós Comunicación.

McLUHAN, Marshall (2009) *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano.* Barcelona: Paidós.

MIGUEZ, Daniel (2004) *Los pibes chorros. Estigma y marginación.* Buenos Aires: Editorial Capital Intelectual.

MORDUCHOWICZ, Roxana (2001a) *A mí la tele me enseña muchas cosas.* Buenos Aires: Paidós Ibérica.

MORDUCHOWICZ, Roxana (2001b) *El diario en la escuela.* Barcelona: Ediciones Octaedro.

MORDUCHOWICZ, Roxana (2004) *El capital cultural de los jóvenes.* Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

MORDUCHOWICZ, Roxana (2008) *La Generación Multimedia. Significados, consumos y prácticas culturales de los jóvenes*. Buenos Aires: Paidós.

MORDUCHOWICZ, Roxana (2009) *Los jóvenes y las pantallas: nuevas formas de sociabilidad.* Barcelona: Gedisa.

MORENO MÚÑOZ, Miguel (2012) “El cierre de *Megaupload* y los cowboys de la S.O.P.A.: Conflicto de valores en la era de Internet”. En *Ciclo: Para comprender nuestro tiempo.* España.

MORENO MÚÑOZ, Miguel (2012) “Propiedad intelectual, seguridad y control de las comunicaciones en Internet. Impacto sociocultural del fenómeno *Megaupload*”. En *Gazeta de Antropología*, 28 (2), artículo 10. Diciembre de 2012.

MORENO, Pedro Manuel (2003) “El videojuego: lecciones de la primera cultura multimedia”. En BUSTAMANTE, Enrique (coord.) *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*. Barcelona: Gedisa.

MUROLO, Norberto Leonardo (2010) “Celu, Play y Altas Llantas. Jóvenes, Consumos y Diferencias Sociales”. En *Memorias de las XIV Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación*, Nº 14, ISSN: 1852-0308. Publicado en www.redcomunicacion.org

MUROLO, Norberto Leonardo (21-09-2011) “La juventud como sujeto político en la Argentina contemporánea”. *Hologramática*, Facultad de Ciencias Sociales UNLZ, Número 15, V28-12-2011, pp.143-159. ISSN 1668-5024.

MUROLO, Norberto Leonardo. (2009) “Nuevas pantallas frente al concepto de televisión. Un recorrido por usos y formatos” En *Razón y Palabra, Primera Revista Latinoamericana Especializada en Comunicación, México, N· 69 “Deporte, Cultura y Comunicación”*. ISSN: 1605-4806. Disponible en http://www.razonypalabra.org.mx

MUROLO, Norberto Leonardo. (2010) “Post-zapping: transmite tú mismo. *YouTube* como la televisión posmoderna”. En *Razón y Palabra, Primera Revista Latinoamericana Especializada en Comunicación,* “Estudios cinematográficos: revisiones teóricas y análisis”, Número 71, *México*, ISSN: 1605-4806. Disponible en http://www.razonypalabra.org.mx

MUROLO, Norberto Leonardo. (2011) “Consumos identitarios. Construcciones comunicacionales recíprocas entre “*chetos*” y “*cumbieros*””. En *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación.* CIESPAL. Ecuador. Volumen 40, ISSN: 0145-8973. Disponible en http://www.ciespal.net/chasqui/index.php?option=com_content&view=article&id=231:consumos-identitarios-juveniles-&catid=133:ensayos&Itemid=37

MUROLO, Norberto Leonardo. (2011) “Pantallas, pantallas y más pantallas. Desasosiego en la cultura de la imagen”. En *Revista TELOS.* Número 86, Enero-Marzo. Fundación Telefónica. ISSN: 0213-084X, págs. 37-44. Disponible en http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/TELOS/REVISTA/Perspectivas_86TELOS_PERSPECT_2/seccion=1236&idioma=es_ES&id=2011012709040001&activo=7.do También edición en papel.

MUROLO, Norberto Leonardo. (2011) “Tres maneras de jugar. Prácticas comunicacionales con los videojuegos a través del tiempo”. En *Memorias de las XV Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación*, Nº 15, ISSN: 1852-0308. Publicado en www.redcomunicacion.org

MUROLO, Norberto Leonardo. (2012) “Nuevas Pantallas: Un Desarrollo Conceptual”. En *Razón y Palabra. Primera Revista Digital en Iberoamérica Especializada en Comunicología, Número 80, México*, ISSN: 1605-4806. Disponible en http://www.razonypalabra.org.mx

MUROLO, Norberto Leonardo. (2013) “La pantalla doméstica. *Sobre Televisión. Tecnología y forma cultural* de Raymond Williams”. En *Revista Oficios Terrestres, Revista de Ciencias Sociales de la Comunicación y la Cultura*. Número 28, UNLP, ISSN: 1853-3248. Publicación semestral.

NEGROPONTE, Nicholas (1995) *Being digital*. Barcelona: Ediciones B. S. A.

NEGROPONTE, Nicholas (2012) “Las redes sociales se está convirtiendo en el ADN de la sociedad”. Entrevista realizada por Valmé Cortés para el diario *El País*, España. Disponible en: http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2012/01/13/actualidad/1326448864_850215.html (Consultado el 02 de abril de 2012).

PAHOR, Mariana (2008) “Conectad@s. Cómo usan Internet los jóvenes de clase alta en Buenos Aires”. En URRESTI, Marcelo, *Ciberculturas juveniles.* Buenos Aires: La Crujía.

PISCITELLI, Alejandro (2006) “Nativos e inmigrantes digitales ¿Brecha generacional, brecha cognitiva, o las dos juntas y más aún?”. En *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, Enero-marzo 2006, Vol. 11, Núm. 28, Pp. 179-185.

PISCITELLI, Alejandro (2009) *Nativos Digitales. Dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de la participación.* Buenos Aires: Santillana.

QUEVEDO, Luis Alberto (2003) “La Escuela frente a los jóvenes, los medios de comunicación y los consumos culturales en el siglo XXI”. En TENTI FANFANI, Emilio, *Educación media para todos.* UNESCO- ALTAMIRAFUND. OSDE: Buenos Aires. Disponible en: http://comunicacionsocialundec.files.wordpress.com/2009/09/quevedo1.pdf

QUINTAR, Aída; CALELLO, Tomás y APREA, Gustavo (2007) *Los usos de las TICs: Una mirada multidimensional.* Buenos Aires: Prometeo Libros. Los Polvorines, Universidad Nacional de General Sarmiento.

RAYA DIEZ, Esther (2002) "Brecha Digital: Viejos Problemas Sociales, Nuevos Retos Políticos". En *Cultura & Política @ Ciberespacio 1er Congreso ONLINE del Observatorio para la CiberSociedad.* Disponible en: http://www.cibersociedad.net/congreso/comms/g12raya.htm (Consultado el 26 de marzo de 2012).

REGUILLO CRUZ, Rossana (1991) *En la calle otra vez. Las Bandas: identidad urbana y usos de la comunicación.* México, Guadalajara, Jalisco: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO).

REGUILLO, Rossana (2000) *Estrategias del desencanto. Emergencia de culturas juveniles.* Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación. Buenos Aires: Editorial Norma.

RENÓ, DENIS (2007). "YouTube, el mediador de la cultura popular en el ciberespacio". *Revista Latina de Comunicación Social, 62.* Disponible en: http://www.ull.es/publicaciones/latina/200717Denis_Reno.htm

REVIGLIO, María Cecilia (2012) "Jóvenes y tecnologías educativas. Un estudio en recepción de un edublog en el umbral". En *Revista Argentina de Estudios de Juventud.*

REVILLA CASTRO, Juan Carlos (2001) "La construcción discursiva de la juventud: lo general y lo particular". En *Papers 63/64,* 2001. Disponible en línea: http://www.raco.cat/index.php/papers/article/viewFile/25610/25444

RIIAL, CELAM, CEDAL (2012) *Cultura digital en América Latina. Investigación interuniversitaria. Educación y evangelización.* Bogotá – Colombia. Disponible en: http://www.riial.org/CulturaDigital.pdf

ROCKWELL, Elsie (2006) *La experiencia etnográfica. Historia y cultura en los procesos educativos.* Buenos Aires: Paidós.

RODRÍGUEZ GALLARDO, Adolfo (2006) *La brecha digital y sus determinantes.* México: UNAM.

SAINTOUT, Florencia (2006) *Jóvenes: el futuro llegó hace rato.* La Plata: Editorial de la Universidad Nacional de La Plata.

SAINTOUT, Florencia (2009) *Juventud y recepción audiovisual*. Curso de Postgrado, Universidad Complutense de Madrid, Universidad Nacional de La Plata.

SAINTOUT, Florencia (2013) *Los jóvenes en la Argentina. Desde una epistemología de la esperanza*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.

SANGUINETI, Luciano (2012) "*Conectar Igualdad*: La UNIPE y otras universidades evaluaron el programa". Disponible en: http://unipe.edu.ar/blog/noticias/conectar-igualdad-la-unipe-y-otras-universidades-evaluaron-el-programa/

SARENA, Natalia (2006) "Los jóvenes e Internet: experiencias, representación, usos y apropiaciones de Internet en los jóvenes". En *UNIrevista* – Vol. 1, nº 3: (julio 2006).

SARLO, Beatriz (1994) "Capítulo I Abundancia y Pobreza (3. Jóvenes)". En *Escenas de la vida posmoderna.* Buenos Aires: Ariel.

SCHMUCLER, Héctor (1997) *Memoria de la comunicación.* Buenos Aires: Biblos.

SCHOLAND, Michael (2002) "Localización de videojuegos". En *Revista Tradumática*. Disponible en http://www.fti.uab.es/tradumatica/revista

SIBILIA, Paula (2008) *La intimidad como espectáculo.* Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

SIERRA, FRANCISCO (1998). "Función y sentido de la entrevista cualitativa en investigación social". En GALINDO CÁCERES, JESÚS (coordinador) *Técnicas de Investigación en sociedad, cultura y comunicación.* México: Addison Wesley Longman. Pp. 277-345.

SILVERSTONE, Roger; HIRSCH, Eric y MORLEY, David (1996) "Tecnologías de la información y de la comunicación y la economía moral de la familia". En SILVERSTONE, Roger y HIRSCH, Eric (Eds.) *Los efectos de la nueva comunicación. El consumo de la moderna tecnología en el hogar y en la familia.* Barcelona: Bosch. Pp.45.

THOMPSON, Edward P. (1995) "Costumbre y Cultura". En *Costumbres en común.* Barcelona: Grijalbo.

THOMPSON, Edward P. (1995) *Costumbres en común.* Barcelona: Grijalbo.

TOFFLER, Alvin (1980) *La Tercera Ola.* Bogotá: Plaza y Janés.

TORRES VELANDÍA, Ángel (2002) "La viabilidad de los cibercafés para democratizar la educación superior a distancia". En *Conferencia Internacional Virtual EDUCA 2002*.

TORRES VELANDÍA, Ángel (2003) “Los cibercafés. Espacios culturales-educativos para las nuevas generaciones”. Artículo en línea, disponible en http://www.uam.mx/difusion/revista/julioago03/torres.pdf

UNION INTERNACIONAL DE COMUNICACIONES (2005) *CMSI Documentos Finales.* Ginebra.

URRESTI, Marcelo (2008) “Ciberculturas juveniles: vida cotidiana subjetividad y pertenencia entre los jóvenes ante el impacto de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información”. En *Ciberculturas juveniles.* Buenos Aires: La Crujía.

URRESTI, Marcelo (editor) (2008) *Ciberculturas juveniles.* Buenos Aires: La Crujía.

VALL-LLOVERA, Montse; GIL-JUÁREZ, Adriana; FELUI, Joel “La interpretación de los jóvenes ante sus prácticas tecnológicas”. En *Revista Argentina de Estudios Sobre Juventud. Número 3 – Jóvenes y TICs: Metáforas, apropiaciones y discursos.*

VIDALES BOLAÑOS, María José (2013) “La relación entre jóvenes y TICs en la investigación de la comunicación en El Salvador”. En *Razón y Palabra, Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación*, Número 82, marzo, “Tecnologías, pantallas y lenguaje audiovisual”. Disponible en: www.razonypalabra.org.mx

VIÑAS, Rosana y JAUREGUIBERRY, Laura (2012) “Los jóvenes y las NTIC La guerra de los mundos: lo real vs. el ciberespacio”. En *Revista Argentina de Estudios de Juventud*. Disponible en: http://www.perio.unlp.edu.ar/revistadejuventud

VOLKOW, Natalia (2003) “La brecha digital, un concepto social con cuatro dimensiones”. En *Boletín de Política Informática*, Núm. 6.

WILIAMS, Raymond (1997) “La Hegemonía” y “Dominante, Residual y Emergente”. En *Marxismo y literatura.* Barcelona: Ediciones Península.

WILLIAMS, Raymond (1975) *Television. Technology and cultural form.* London: Routledge.

WILLIAMS, Raymond (1992) “Tecnologías de la comunicación e instituciones sociales”. En *Historia de la comunicación, Vol. II De la imprenta a nuestros días.* Barcelona: Bosch Comunicación.

WILLIAMS, Raymond (1992) *Historia de la comunicación. Vol. II. De la imprenta a nuestros días.* Barcelona: Editorial Bosch.

WILLIAMS, Raymond (1997) “Los usos de la teoría cultural” y “El futuro de los estudios culturales”. En *La política del modernismo.* Buenos Aires: Manantial.

WILLIAMS, Raymond (2011) *Televisión. Tecnología y forma cultural.* Buenos Aires: Paidós.

WINOCUR, Rosalía (2001) “Redes virtuales y comunidades de internautas: nuevos núcleos de sociabilidad y reorganización de la esfera pública”. En *Perfiles Latinoamericanos*, junio, número 018. Distrito Federal, México: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. Pp. 75 – 92.

WINOCUR, Rosalía (2006) “Internet en la vida cotidiana de los jóvenes”. En Universidad Nacional Autónoma de México, *Revista Mexicana de Sociología* 68, núm. 3 (julio – septiembre 2006): 551 – 580. México, D. F.

WINOCUR, Rosalía (2008) “El móvil, artefacto ritual para controlar la incertidumbre”. En Revista Alambre. Comunicación, información, cultura. Número 1, marzo. Disponible en: http://www.revistaalambre.com/Articulos/ArticuloMuestra.asp?Id=15

WINOCUR, Rosalía (2009) *Robinson Crusoe ya tiene celular: la conexión como espada de control de la incertidumbre.* México: Sigla XXI: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa.

WINOCUR, Rosalía (2010) “El celular es un ansiolítico”. Entrevista en Ñ, 30 de marzo. Disponible en: http://edant.clarin.com/diario/2010/03/30/um/m-02170417.htm

WINOCUR, Rosalía (x) “La computadora e Internet como estrategia de inclusión social en el imaginario de los pobres”. En http://campus.usal.es/~teoriaeducacion/rev_numero_06/n6_art_winocur_rosalia.htm

WITTGENSTEIN, Ludwing (1999) (1953) *Investigaciones Filosóficas.* Barcelona: Ediciones Altaya. S. A.

WORTMAN, Ana (2003) *Pensar las clases medias: consumos culturales y estilos urbanos en la Argentina de los noventa.* La Crujía, Buenos Aires.

FUNDAMENTACIÓN

ALFONSO, Alfredo (2003) “La Sociedad de la Información: genealogía y presente”. En SAINTOUT, Florencia, *Abrir la Comunicación.* La Plata: FPyCS, UNLP.

BAUMAN, Zygmunt (2002) *Modernidad líquida.* Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

BECERRA, Martín; MASTRINI, Guillermo y MARINO, Santiago (2009) "Regulación de la Comunicación en Argentina: nueva ley como un paso en la senda de la democratización". En *revista de Direito de Informática e Telecomunicaciones (REID).* De Forum. 2º Semestre 2009.

CASTAÑO, Cecilia (2008) *La segunda brecha digital y las mujeres jóvenes.* Madrid: Cátedra.

MARTÍN-BARBERO, Jesús (2002) "Jóvenes: comunicación e identidad". En *Pensar Iberoamérica. Revista de Cultura.* Nº 0. Febrero. OEI.

McLUHAN, Marshall (2009) *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano.* Barcelona: Paidós.

NEGROPONTE, Nicholas (2012) "Las redes sociales se está convirtiendo en el ADN de la sociedad". Entrevista realizada por Valmé Cortés para el diario *El País*, España. Disponible en: http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2012/01/13/actualidad/1326448864_850215.html (Consultado el 02 de abril de 2012).

RAYA DIEZ, Esther (2002) "Brecha Digital: Viejos Problemas Sociales, Nuevos Retos Políticos". En *Cultura & Política @ Ciberespacio 1er Congreso ONLINE del Observatorio para la CiberSociedad.* Disponible en: http://www.cibersociedad.net/congreso/comms/g12raya.htm (Consultado el 26 de marzo de 2012).

RODRÍGUEZ GALLARDO, Adolfo (2006) *La brecha digital y sus determinantes.* México: UNAM.

UNION INTERNACIONAL DE COMUNICACIONES (2005) *CMSI Documentos Finales.* Ginebra.

MARCO TEÓRICO

AUSTIN, J. L. (1982) *Cómo hacer cosas con palabras.* Buenos Aires: Editorial Paidós.

BAUMAN, Zygmunt (2006) *Vida Líquida.* Buenos Aires: Paidós.

BAUMAN, Zygmunt (2006) *Vida de consumo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

CABELLO, Roxana (2007) "Sobre *sociabilidad* y otras formas de "estar con el otro". Intercambios en torno a los juegos en red". En QUINTAR, Aída; CALELLO, Tomás y

APREA, Gustavo, *Los usos de las TICs: Una mirada multidimensional.* Buenos Aires: Prometeo Libros. Los Polvorines, Universidad Nacional de General Sarmiento.

DE CERTEAU, Michel (1996) "Capítulo III Valerse de: usos y prácticas". En *La Invención de lo cotidiano. 1. Artes de hacer.* México D.F.: UIA.

ELIZALDE, Silvia (2006) "El androcentrismo en los estudios de juventud: efectos ideólogos y aperturas posibles". En *Revista Ultima Década.* Año 14, Nº 25. Ediciones CIDPA, Valparaíso. Diciembre 2006, pp.91-110. ISSN 0717-4691.

ELIZALDE, Silvia (2010) (Coord.) *Género y generación en la Argentina. Estudios culturales sobre jóvenes* (Selección de artículos). Biblos- EdUNLP-IIEGE (FFyLL, UBA), 2010. Buenos Aires. En prensa.

GARCÍA CANCLINI, Néstor (1997) "El malestar en los estudios culturales". En *Fractal N° 6*, julio-septiembre, Año 2, Volumen II, pp. 45-60.

GIMÉNEZ, Gilberto (2004) "Cultura e Identidad". En *Revista Mexicana de Sociología*, Vol. 66, octubre de 2004. Disponible en: http://www.jstor.org/discover/10.2307/3541444?uid=3737512&uid=2129&uid=2&uid=70&uid=4&sid=21101292592811

GIRALDO RAMÍREZ, M. E. y ÁLVAREZ CADAVID, G. M. (2006) *Una propuesta para entender los conceptos de uso y apropiación.* UPB, Maestría en Educación.

GIROUX, H. A. (1994) "Estudios culturales: juventud y el desafío de la pedagogía" ("Doing Cultural Studies: Youth and the Politics of Neoliberalism"). En *Harvard Educational Review* 64:3.Fall pp. 278 – 308.

GROSSBERG, L.; NELSON, C. y TREICHLER P. (1992) "Cultural Studies: An Introduction". En GROSSBERG, NELSON Y TREICHLER (eds.) *Cultural Studies.* New York-London: Routledge.

HALL, Stuart (1980) "Encoding/decoding." En *Culture, Media, Language.* Routledge, Ed. Stuart Hall et al. New York, pp. 128-138.

HALL, Stuart y JEFFERSON, Tony (2004) *Resistance trough Rituals. Youth subcultures in post-war Britain.* London: Routledge.

ISLAS, Octavio (2009) "La convergencia cultural a través de la ecología de medios". En *Comunicar, Nº 3, v. XVII, Revista Científica de Educomunicación*, pp.25 -33. ISSN: 1134-3478.

LYOTARD, Jean-Francois (1979) *La Condición Posmoderna*, Madrid: Cátedra.

MIGUEZ, Daniel (2004) *Los pibes chorros. Estigma y marginación.* Buenos Aires: Editorial Capital Intelectual.

MORDUCHOWICZ, Roxana (2008) *La Generación Multimedia. Significados, consumos y prácticas culturales de los jóvenes*. Buenos Aires: Paidós.

MORDUCHOWICZ, Roxana (2009) *Los jóvenes y las pantallas: nuevas formas de sociabilidad.* Barcelona: Gedisa.

MUROLO, Norberto Leonardo. (2011) "Consumos identitarios. Construcciones comunicacionales recíprocas entre "*chetos*" y "*cumbieros*"". En *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación.* CIESPAL. Ecuador. Volumen 40, ISSN: 0145-8973. Disponible en http://www.ciespal.net/chasqui/index.php?option=com_content&view=article&id=231:consumos-identitarios-juveniles-&catid=133:ensayos&Itemid=37

También edición en papel.

MUROLO, Norberto Leonardo (21-09-2011) "La juventud como sujeto político en la Argentina contemporánea". Hologramática, Facultad de Ciencias Sociales UNLZ, Número 15, V28-12-2011, pp.143-159. ISSN 1668-5024.

URL del Documento : cienciared.com.ar/ra/doc.php?n=1622

URL de la Revista : cienciared.com.ar/ra/revista.php?wid=3

PISCITELLI, Alejandro (2009) *Nativos Digitales. Dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de la participación.* Buenos Aires: Santillana.

REGUILLO CRUZ, Rossana (1991) *En la calle otra vez. Las Bandas: identidad urbana y usos de la comunicación.* México, Guadalajara, Jalisco: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO).

REGUILLO, Rossana (2000) *Estrategias del desencanto. Emergencia de culturas juveniles.* Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación. Buenos Aires: Editorial Norma.

SAINTOUT, Florencia (2006) *Jóvenes: el futuro llegó hace rato.* La Plata: Editorial de la Universidad Nacional de La Plata.

SARLO, Beatriz (1994) "Capítulo I Abundancia y Pobreza (3. Jóvenes)". En *Escenas de la vida posmoderna.* Buenos Aires: Ariel.

SILVERSTONE, R; HIRSH, E.; MORLEY, D. (2003) "Information and communication technologies and the moral economy of the household". En

SILVERSTONE, R. & HIRSH, E. (2003) *Consuming technologies; Media and information in domestic spaces.* London: Routledge.

TOFFLER, Alvin (1980) *La Tercera Ola.* Bogotá: Plaza y Janés.

URRESTI, Marcelo (EDITOR) (2008) *Ciberculturas juveniles.* Buenos Aires: La Crujía.

WILIAMS, Raymond (1997) "La Hegemonía" y "Dominante, Residual y Emergente". En *Marxismo y literatura.* Barcelona: Ediciones Península.

WILLIAMS, Raymond (1975) *Television. Technology and Cultural Form.* United States of America: Schoken Books.

WILLIAMS, Raymond (1992) "Tecnologías de la comunicación e instituciones sociales". En *Historia de la comunicación, Vol. II De la imprenta a nuestros días.* Barcelona: Bosch Comunicación.

WITTGENSTEIN, Ludwing (1999) (1953) *Investigaciones Filosóficas.* Barcelona: Ediciones Altaya. S. A.

WORTMAN, Ana (2003) *Pensar las clases medias: consumos culturales y estilos urbanos en la Argentina de los noventa.* Buenos Aires: La Crujía.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

BOTTA, Mirta (2002) *Tesis, monografías e informes. Nuevas normas y técnicas de investigación y redacción.* Buenos Aires: Biblos.

BOURDIEU, Pierre (2007) El sentido práctico. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

GINZBURG, CARLO (2008) *Mitos, emblemas, indicios. Morfología e historia*. Barcelona: Gedisa. Pp. 185–239.

GUBER, ROSANA (2012) [2011] *La Etnografía. Método, campo y reflexividad.* Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

INDEC (2003) *¿Qué es el Gran Buenos Aires?*, República Argentina, Ministerio de Economía y Producción, Secretaría de Política Económica, Instituto Nacional de Estadística y Censos. Disponible en: http://www.indec.gov.ar/nuevaweb/cuadros/4/folleto%20gba.pdf

KESSLER, Gabriel; SVAMPA, Maristella; GONZÁLEZ BOMBAL, Inés (Coordinadores) (2010) *Reconfiguraciones del mundo popular. El Conurbano*

Bonaerense en la postconvertibilidad. Buenos Aires: Prometeo Libros. Los Polvorines: Universidad Nacional de General Sarmiento.

ROCKWELL, Elsie (2006) La experiencia etnográfica. Historia y cultura en los procesos educativos. Buenos Aires: Paidós.

SIERRA, FRANCISCO (1998). "Función y sentido de la entrevista cualitativa en investigación social". En GALINDO CÁCERES, JESÚS (coordinador) *Técnicas de Investigación en sociedad, cultura y comunicación.* México: Addison Wesley Longman. Pp. 277-345.

SILVERSTONE, ROGER; HIRSCH, ERIC Y MORLEY, DAVID (1996), "Tecnologías de la información y de la comunicación y la economía moral de la familia". En SILVERSTONE, ROGER y HIRSCH ERIC (Eds.) *Los efectos de la nueva comunicación. El consumo de la moderna tecnología en el hogar y en la familia.* Barcelona: Bosch. Pp. 45.

EN EL COLEGIO

BRITO RODRÍGUEZ, Rolando (2004) Las nuevas tecnologías aplicadas a la educación del siglo XXI. En *revista La Tarea*, disponible en http://www.latarea.com.mx/articu/articu12/brito12.htm

CABRA TORRES, Fabiola y MARCIALES VIVAS, Gloria Patricia (2009) "Mitos, realidades y preguntas de investigación sobre los "nativos digitales": una revisión". En Universitas Psychologica, Vol. 8, Num 2, mayo-agosto, 2009, pp. 323-338. Pontificia Universidad Javeriana. Colombia.

CABRA TORRES, Fabiola y MARCIALES VIVAS, Gloria Patricia (2009) "Nativos Digitales: ¿Ocultamiento de factores generadores de fracaso escolar?". En *Revista Iberoamericana de Educación*, Nº 50, PP. 113-130.

DE CERTEAU, Michele (1996) "Capítulo III Valerse de: usos y prácticas", en *La Invención de lo cotidiano.* 1. Artes de hacer. México D.F: UIA.

GARCÍA, Felipe; PORTILLO, Javier; ROMO, Jesús; BENITO, Manuel (¿?) *Nativos digitales y modelos de aprendizaje*. Universidad de País VASCO / Eukasal Herriki Unibertsitatea (UPV/EHU). Disponible en línea: http://ftp.informatik.rwth-aachen.de/Publications/CEUR-WS/Vol-318/Garcia.pdf

PIAGET, Jean (1961) *La formación del símbolo en el niño.* México: Editorial Fondo de Cultura Económica.

QUEVEDO, Luis Alberto (2003) "La Escuela frente a los jóvenes, los medios de comunicación y los consumos culturales en el siglo XXI". En TENTI FANFANI, Emilio, *Educación media para todos.* UNESCO- ALTAMIRAFUND. OSDE: Buenos Aires. Disponible en: http://comunicacionsocialundec.files.wordpress.com/2009/09/quevedo1.pdf

SANGUINETI, Luciano (2012) "*Conectar Igualdad*: La UNIPE y otras universidades evaluaron el programa". Disponible en: http://unipe.edu.ar/blog/noticias/conectar-igualdad-la-unipe-y-otras-universidades-evaluaron-el-programa/

DESCARGA Y VISUALIZACIÓN

ADORNO, Theodor y HORKHEIMER, Max (1970) *Dialéctica del Iluminismo*. Buenos Aires: Sur.

BAUMAN, Zygmunt (2009) (2000) *Modernidad líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

BUGVILA, Adrián Víctor (2012) "El mapa no es el territorio" (Ponencia). En *VII Jornadas de Sociología de la Universidad Nacional de La Plata "Argentina en el escenario latinoamericano actual: debates desde las ciencias sociales"*. La Plata, Argentina. 5 al 7 de diciembre de 2012.

CREMONTE, Juan Pablo (2007) "Los usos de las TICS en el capitalismo cognitivo: el caso de las redes de intercambio de archivos musicales". En QUINTAR, Aída; CALELLO, Tomás y APREA, Gustavo (2007) *Los usos de las TICs: Una mirada multidimensional.* Buenos Aires: Prometeo Libros. Los Polvorines, Universidad Nacional de General Sarmiento.

DE CICCO, Juan (2008) "*YouTube*: el archivo audiovisual de la memoria colectiva". Universidad de Palermo.

DOUEIHI, Milad (2010) *La gran conversión digital.* Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

HALL, Stuart (1979) "Encoding/Decoding." En *Culture, Media, Languaje. Working Papers in Cultural Studies, 1972-79*. HALL, Stuart y otros, eds.: Londres: Hutchinson. Pp. 128-138.

JENKINS, Henry (2010) *Piratas de textos: Fans, cultura participativa y televisión.* Paidós Ibérica.

MORENO MÚÑOZ, Miguel (2012) "El cierre de *Megaupload* y los cowboys de la S.O.P.A.: Conflicto de valores en la era de Internet". En *Ciclo: Para comprender nuestro tiempo.* España.

MORENO MÚÑOZ, Miguel (2012) "Propiedad intelectual, seguridad y control de las comunicaciones en Internet. Impacto sociocultural del fenómeno *Megaupload*". En *Gazeta de Antropología*, 28 (2), artículo 10. Diciembre de 2012.

MUROLO, Norberto Leonardo. (2009) "Nuevas pantallas frente al concepto de televisión. Un recorrido por usos y formatos" En *Razón y Palabra, Primera Revista Latinoamericana Especializada en Comunicación, México, N· 69 "Deporte, Cultura y Comunicación"*. ISSN: 1605-4806. Disponible en http://www.razonypalabra.org.mx

MUROLO, Norberto Leonardo. (2010) "Post-zapping: transmite tú mismo. *YouTube* como la televisión posmoderna". En *Razón y Palabra, Primera Revista Latinoamericana Especializada en Comunicación,* "Estudios cinematográficos: revisiones teóricas y análisis", Número 71, *México,* ISSN: 1605-4806. Disponible en http://www.razonypalabra.org.mx

MUROLO, Norberto Leonardo. (2012) "Nuevas Pantallas: Un Desarrollo Conceptual". En *Razón y Palabra. Primera Revista Digital en Iberoamérica Especializada en Comunicología, Número 80, México,* ISSN: 1605-4806. Disponible en http://www.razonypalabra.org.mx

SILVERSTONE, Roger; HIRSCH, Eric y MORLEY, David (1996) "Tecnologías de la información y de la comunicación y la economía moral de la familia". En SILVERSTONE, Roger y HIRSCH, Eric (Eds.) *Los efectos de la nueva comunicación. El consumo de la moderna tecnología en el hogar y en la familia.* Barcelona: Bosch. Pp.45.

LA CONSTRUCCIÓN SEMIOLÓGICA DE UNO MISMO

BARTHES, Roland (1986) *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces.* Barcelona: Paidós.

BARTHES, Roland (2001) *La Torre Eiffel. Textos sobre la imagen.* Barcelona: Paidós.

CARO CASTAÑO, Lucía; SELVA RUIZ, David (2012) “Del prosumer al crossumer. De la Internet abierta a la Internet envasada”. En LEÓN, Bienvenido, *La televisión ante el desafío de internet.* Salamanca: Comunicación Social, ediciones y publicaciones.

ECHEBURUA, Enrique y DE CORRAL, Paz (2010) “Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto”. En Adicciones, vol. 22, n2. Págs. 91-96.

GIL, Adriana; FELIU, Joel; RIVERO, Isabel y GIL, Eva Patricia (2003) “¿Nuevas tecnologías de la información y la comunicación o nuevas tecnologías de relación? Niños, jóvenes y cultura digital”. En *UOC*. Disponible en: http://www.uoc.edu/dt/20347/index.html

LÉVY, Pierre (1998) Educação e cybercultura: a nova relação com o saber. Disponible en: http://portoweb.com.br/PierreLevy/educaecyber.html

LÓPEZ ROCHER, Vicente (2007) “Chat y juventud: una aproximación cualitativa”. En *Tecsistecatl. Revista Interdisciplinar*, 2, julio 2007. Disponible en Internet: http://www.eumed.net/rev/tecsistecatl/n2/vlr.htm

MARTÍN-BARBERO, Jesús (2002) “Jóvenes: comunicación e identidad”. *Pensar Iberoamérica. Revista de Cultura.* Número 0, febrero.

MORDUCHOWICZ, Roxana (2009) *Los jóvenes y las pantallas: nuevas formas de sociabilidad.* Barcelona: Gedisa.

SIBILIA, Paula (2008) *La intimidad como espectáculo.* Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

CIBER

ALBERDI, María Cristina; CASTRO ROJAS, Sebastián Ramiro y NAVARRO, Ricardo (2006) “Apuntes sobre las características de los usuarios de cibers rosarinos”. En *X Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación.* Universidad Nacional de San Juan. San Juan. Argentina.

BOUILLE, Julieta (2008) “Cibercafés o la nueva esquina. Usos y apropiaciones de Internet en jóvenes de sectores populares urbanos”. En URRESTI, Marcelo, *Ciberculturas juveniles*. Buenos Aires: La Crujía.

CASTRO ROJAS, Sebastián (2006) “Los jóvenes y sus prácticas en los ciberlocales rosarinos”. En *X Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación.* Universidad Nacional de San Juan. San Juan. Argentina.

DE SOUSA LACERDA, Juciano (2013) “Inclusao digital e cidadania: um exercicio de pesquisa da pesquisa sobre telecentros”. En *Razón y Palabra, Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación*, Número 82, marzo, “Tecnologías, pantallas y lenguaje audiovisual”. Disponible en: www.razonypalabra.org.mx

FINQUELIEVICH, Susana y PRINCE, Alejandro (2001) *El (inconsciente) rol social de los cibercafés*. Buenos Aires: Editorial Dunken.

FUENTES ZURITA, M. Cristina y GARDUÑO OLIVERA, Hyldely “El aprendizaje informal de las TIC en los cibercafés de Iztapalapa”. Disponible en: http://www.lerif.net/mexique/TEXTES3/Mexico_2007/ticsz.pdf

FUENTES, M. Cristina (2006) “Cibercafés populares: dispositivos sociales para la ficción y formación no convencional”, *Observatorio para la Cibersociedad*. Disponible en: http://www.cibersociedad.net/congres2006/gts/comunicacio.php?id=751

GUTIÉRREZ, Siglic y GONZÁLEZ, Juan (2004) “Academia, pornografía y cibercafe en los adolescentes del Municipio Maracaibo y sus implicaciones con la LOPNA”.

JENKINS, Henry (2009) “La guerra entre efectos y significados. Replanteamientos del debate sobre la violencia en los videojuegos”. En *Fans, blogueros y videojuegos. La cultura de la colaboración.* Barcelona: Paidós Comunicación.

LINNE, Joquín (2009) “De la esquina al ciber: usos de internet y socialización en cibercafés de jóvenes de sectores populares”. En *Primer Encuentro sobre Juventud, Medios e Industrias Culturales (JUMIC)*. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Universidad Nacional de La Plata.

MARTÍN-BARBERO, Jesús (2002) “Jóvenes: comunicación e identidad”. *Pensar Iberoamérica. Revista de Cultura.* Número 0, febrero.

MUROLO, Norberto Leonardo (2010) “Celu, Play y Altas Llantas. Jóvenes, Consumos y Diferencias Sociales”. En *Memorias de las XIV Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación*, Nº 14, ISSN: 1852-0308. Publicado en www.redcomunicacion.org

TORRES VELANDÍA, Ángel (2002) “La viabilidad de los cibercafés para democratizar la educación superior a distancia”. En *Conferencia Internacional Virtual EDUCA 2002*.

TORRES VELANDÍA, Ángel (2003) “Los cibercafés. Espacios culturales-educativos para las nuevas generaciones”. Artículo en línea, disponible en http://www.uam.mx/difusion/revista/julioago03/torres.pdf

URRESTI, Marcelo (editor) (2008) *Ciberculturas juveniles.* Buenos Aires: La Crujía.

VIDEOJUEGOS

BALAGUER, Roberto (2004) “Videojuegos, Internet, Infancia y Adolescencia del nuevo milenio”. En *Kairós. Revista de temas sociales.* Disponible en: http://www2.fices.unsl.edu.ar/~kairos/k10-06.htm

BELLI, Simone y LÓPEZ RAVENTÓS, Cristian (2008) “Breve historia de los videojuegos”. En *Athenea Digital*, núm. 14: 159-179 (otoño 2008).

BENJAMIN, Walter (1928) (1989) “Historia cultural del juguete”. En *Escritos, La literatura infantil, los niños y los jóvenes.* Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión. Colección Diagonal dirigida por Aníbal V. Giacone. Traducido por Juan J. Thomas.

BLANCO, María Betina y JÁUREGUI, Karina Beatriz (2010) *Videojuegos: las apariencias ¿engañan?: prácticas, relaciones e interacciones de los jóvenes usuarios de juegos en red*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación Social; Observatorio de Jóvenes Comunicación y Medios.

CABELLO, Roxana (2007) “Sobre *sociabilidad* y otras formas de “estar con el otro”. Intercambios en torno a los juegos en red”. En QUINTAR, Aída; CALELLO, Tomás y APREA, Gustavo, *Los usos de las TICs: Una mirada multidimensional.* Buenos Aires: Prometeo Libros. Los Polvorines, Universidad Nacional de General Sarmiento.

CABRA AYALA, Nina Alejandra (2010) “Videojuegos: máquinas del tiempo y mutaciones de la subjetividad”. En *Signo y Pensamiento* 57 · Eje Temático | pp 162-177 · volumen XXIX · julio - diciembre 2010.

ESNAOLA HORACEK, Graciela Alicia (2003) “Aprender a leer el mundo del siglo XXI a través de los videojuegos”. En Etic@.net, Número 1, Julio de 2003. Granada, España.

ETXEBERRÍA, Felix (1998) “Videojuegos y educación”. En *Comunicar*, N° 10, págs. 171-180.

ETXEBERRÍA, Felix (2008) “Videojuegos, consumo y educación”. En *Revista Electrónica Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información.* Vol. 9, Nº 3, noviembre de 2008. Disponible en: *http://www.usal.es/teoriaeducacion*

FERRARIS, Sabrina (2008) “Comunidades virtuales lúdicas: jóvenes y videojuegos”. En URRESTI, Marcelo (editor) *Ciberculturas juveniles.* Buenos Aires: La Crujía.

FERRER MARQUÉS, Santiago (¿?) “Los videojuegos”. Disponible en http://ardilladigital.com/DOCUMENTOS/TECNOLOGIA%20EDUCATIVA/TICs/T8%20VIDEOJUEGOS/08%20LOS%20VIDEOJUEGOS.pdf

GEE, James Paul (¿?) “Why Are Video Games Good For Learning?”. Disponible en: http://www.academiccolab.org/resources/documents/MacArthur.pdf

GIL, Adriana; FELIU, Joel; RIVERO, Isabel y GIL, Eva Patricia (2003) “¿Nuevas tecnologías de la información y la comunicación o nuevas tecnologías de relación? Niños, jóvenes y cultura digital”. En *UOC*. Disponible en: http://www.uoc.edu/dt/20347/index.html

GONZÁLEZ, Carina; BLANCO, Francisco (2008) “Interacción, Motivación y Emociones con Videojuegos”. En *IX Congreso Internacional Interacción*, Albacete 9-11 de Junio de 2008. Universidad de Castilla-La Mancha.

HUERTERO VALLE, Guillermo Alexis (2007) “Videojuegos Políticos: Una Forma Diferente de Entender la Política”. En *Razón y Palabra*. Vol. 12, Núm 58, agosto-septiembre. Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey. México.

JENKINS, Henry (2009) “La guerra entre efectos y significados. Replanteamientos del debate sobre la violencia en los videojuegos”. En *Fans, blogueros y videojuegos. La cultura de la colaboración.* Barcelona: Paidós Comunicación.

LEVIS, Diego (2003) “Videojuegos: cambios y permanencias”. En *revista Comunicación y Pedagogía.* Barcelona, enero 2003.

LEVIS, Diego (2005) “Videojuegos y alfabetización digital”. En *Aula de innovación Educativa*. Barcelona: edit.Grao, nº 147, diciembre de 2005.

LICONA VEGA, Ana Liliam (2001) “Los videojuegos en el contexto de las nuevas tecnologías: relaciones entre las actividades lúdicas actuales, la conducta y el aprendizaje”. En *Revista Pixel-Bit*. Núm 17.

MORENO, Pedro Manuel (2003) “El videojuego: lecciones de la primera cultura multimedia”. En BUSTAMANTE, Enrique (coord.) *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*. Barcelona: Gedisa.

MUROLO, Norberto Leonardo. (2011) “Tres maneras de jugar. Prácticas comunicacionales con los videojuegos a través del tiempo”. En *Memorias de las XV Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación*, Nº 15, ISSN: 1852-0308. Publicado en www.redcomunicacion.org

MUROLO, Norberto Leonardo. (2013) “La pantalla doméstica. *Sobre Televisión. Tecnología y forma cultural* de Raymond Williams”. En *Revista Oficios Terrestres, Revista de Ciencias Sociales de la Comunicación y la Cultura*. Número 28, UNLP, ISSN: 1853-3248. Publicación semestral.

PINDADO, Julián (2005) “Las posibilidades eductaivas de los videojuegos. Una revisión de los estudios más significativos”. Disponible en: http://www.sav.us.es/pixelbit/pixelbit/articulos/n26/n26art/art2605.htm

SCHOLAND, Michael (2002) “Localización de videojuegos”. En *Revista Tradumática*. Disponible en http://www.fti.uab.es/tradumatica/revista

TELEFONÍA MÓVIL Y ESPACIO PÚBLICO

AGUERRE y otros (2011) “La apropiación de las TIC por jóvenes de sectores populares urbanos en espacios de acceso público”. En *Revista Argentina de Estudios Sobre Juventud. Número 3 – Jóvenes y TICs: Metáforas, apropiaciones y discursos.* Disponible en: http://www.perio.unlp.edu.ar/revistadejuventud/?q=node/53

CUMBIO (2008) *Yo, Cumbio.* Buenos Aires: Planeta.

JIMÉNEZ, Gloria y RAMOS SEVILLA, Marina (2007) “Jóvenes y móviles. Estrategias de los operadores de telefonía en España”. En *Comunicar, N 29, v. XV, Revista Científica de Comunicación y Educación.* ISSN: 1134-3478, páginas 121-128.

MUROLO, Norberto Leonardo. (2011) “Consumos identitarios. Construcciones comunicacionales recíprocas entre “*chetos*” y “*cumbieros*””. En *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación.* CIESPAL. Disponible en

http://www.ciespal.net/chasqui/index.php?option=com_content&view=article&id=231:consumos-identitarios-juveniles-&catid=133:ensayos&Itemid=37

MUROLO, Norberto Leonardo. (2011) "Pantallas, pantallas y más pantallas. Desasosiego en la cultura de la imagen". En *Revista TELOS.* Número 86, Enero-Marzo. Fundación Telefónica. ISSN: 0213-084X, págs. 37-44. Disponible en http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/TELOS/REVISTA/Perspectivas_86TELOS_PERSPECT_2/seccion=1236&idioma=es_ES&id=2011012709040001&activo=7.do También edición en papel.

REGUILLO CRUZ, Rossana (1991) *En la calle otra vez. Las Bandas: identidad urbana y usos de la comunicación.* Guadalajara, Jalisco, México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO).

THOMPSON, Edward P. (1995) "Costumbre y Cultura". En *Costumbres en común.* Barcelona: Grijalbo.

WILIAMS, Raymond (1997) "La Hegemonía" y "Dominante, Residual y Emergente". En *Marxismo y literatura.* Barcelona: Ediciones Península.

WILLIAMS, Raymond (1992) *Historia de la comunicación. Vol. II. De la imprenta a nuestros días.* Barcelona: Editorial Bosch.

WILLIAMS, Raymond (2011) *Televisión. Tecnología y forma cultural.* Buenos Aires: Paidós.

WINOCUR, Rosalía (2008) "El movil, artefacto ritual para controlar la incertidumbre". En Revista Alambre. Comunicación, información, cultura. Número 1, marzo. Disponible en: http://www.revistaalambre.com/Articulos/ArticuloMuestra.asp?Id=15

WINOCUR, Rosalía (2009) *Robinson Crusoe ya tiene celular: la conexión como espada de control de la incertidumbre.* México: Siglo XXI: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa.

WINOCUR, Rosalía (2010) "El celular es un ansiolítico". Entrevista en Ñ, 30 de marzo. Disponible en: http://edant.clarin.com/diario/2010/03/30/um/m-02170417.htm

ENTREVISTAS EXCLUSIVAS

ANÍBAL FERNÁNDEZ, Jefe de Gabinete de Ministros de la República Argentina. Entrevista realizada en la Casa de Gobierno Nacional, Balcarce 50, el 19 de agosto de 2010.

BEATRIZ CARAMÉS, Directora de la Escuela Nº 11 de San Francisco Solano, Partido de Quilmes. Entrevista realizada en San Francisco Solano el 30 de mayo de 2013.

CRISTIAN GALLEGUILLO, Director de Juventud del Municipio de Quilmes. Entrevista realizada en la Dirección de Juventud del Municipio de Quilmes el 8 de abril de 2010.

EDUARDO THIL, Subsecretario de Tecnologías de Gestión, Secretaría de la Gestión Pública, Jefatura de Gabinete de Ministros de la República Argentina. Entrevista realizada en la Ciudad de Buenos Aires el 13 de julio de 2010.

JORGE GONZÁLEZ, Profesor. Entrevista realizada en Buenos Aires el 24 de febrero de 2011.

SHIRLEY SIRI, Coordinadora pedagógica del Plan Ceibal, Ministerio de Educación de la República Oriental del Uruguay. Entrevista realizada en el Ministerio de Educación de la República Oriental del Uruguay el 16 de marzo de 2010.

SILVINA GVIRTZ, Director del Programa Conectar Igualdad. Entrevista realizada en la sede de Conectar Igualdad, Córdoba y Callao, Ciudad de Buenos Aires el 1 de julio de 2013.

DOCUMENTOS OFICIALES

BUGONI, Mara Betsabé; FERNÁNDEZ LANDONI, Jorge Mariano; GONZÁLEZ, Hugo Rubén; RIVOLTA, Mercedes (2010) “Políticas de tecnologías de la información y las comunicaciones en la gestión pública”. En *Políticas Públicas en Democracia*, Argentina: Observatorio de Políticas Públicas, Secretaría de la Gestión Pública, Jefatura de Gabinete de Ministros Presidencia de la Nación.

INDEC (2003) *¿Qué es el Gran Buenos Aires?*, República Argentina, Ministerio de Economía y Producción, Secretaría de Política Económica, Instituto Nacional de Estadística y Censos. Disponible en:
http://www.indec.gov.ar/nuevaweb/cuadros/4/folleto%20gba.pdf

NATIONAL TELECOMUNICATIONS AND INFORMATION ADMINISTRATION, U.S. DEPARTAMENT OF COMERCE, Falling *Through the Net: Defining the Digital Divide*, disponible en línea http://www.ntia.doc.gov/ntiahome/fttn99/

UNIÓN INTERNACIONAL DE TELECOMUNICACIONES (2006) *Cumbre Mundial Sobre la Sociedad de la Información Documentos Finales. Ginebra 2003 – Túnez 2005.* Ginebra.

EQUIPOS DE INVESTIGACIÓN

Observatorio de jóvenes, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP.

Programa Comunicación y Cultura, FLACSO.

Programa Juventud, FLACSO.

PÁGINAS WEB

Observatorio de Jóvenes, Medios y Comunicación. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP. http://www.perio.unlp.edu.ar/observatoriodejovenes

Revista Argentina de Estudios de Juventud, La Plata, Número 3 dedicado a "Jóvenes y TICs: metáforas, apropiaciones y discursos".
http://www.perio.unlp.edu.ar/revistadejuventud/?q=node/48

Revista Comunicar, Revista Científica de Comunicación y Educación. España. http://www.revistacomunicar.com

Revista de Estudios de la Juventud, Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad, Gobierno de España.
http://www.injuve.migualdad.es/injuve/contenidos.type.action?type=1408152728&menuId=1408152728

Revista Kairós de Temas Sociales, Universidad Nacional de San Luis, Número 14 dedicado a Estudios sobre juventud. http://www.revistakairos.org/

Revista *Razón y Palabra, Primera Revista digital en Iberoamérica Especializada en Comunicología.* Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM). México. www.razonypalabra.org