

Jóvenes y TICs. Modos de socialización y construcción de identidad(es)

Por Paula Porta, Bianca Racioppe, María Julia Poiré y Claudia Rotouno.

Colaboradores: Diego Díaz, Natalia Zapata, Luciana Aón, Soledad Vampa, Yanina Di Chiara, Carla Tous.

Proyecto de Investigación P 115: “Modos de socialización de los estudiantes de Comunicación Social: uso y apropiaciones de las TICs”, correspondiente al Programa de Incentivos del Ministerio de Educación de Nación.

Resumen

Las nuevas tecnologías han profundizado las transformaciones en las percepciones del tiempo y el espacio, las definiciones de *lo real* y las constituciones de lo corpóreo. Además, han transformado los modos de organización y de pertenencia de los jóvenes. Estos cambios, que ya signaban tecnologías anteriores, se han dinamizado y acelerado por la velocidad de la innovación técnica y la velocidad con que las generaciones más jóvenes incorporan esas innovaciones a su vida.

En el desarrollo de la investigación de cátedra que da origen a este artículo trabajamos las relaciones entre estudiantes de comunicación, nuevas tecnologías y modos de socialización y cómo a partir del uso de determinados medios los jóvenes se vinculan y se comunican con los otros y construyen o retoman imaginarios sobre el mundo a partir de esas nuevas maneras de relacionarse.

Abstract

The new technologies have made deeper the transformations in the perceptions of the time and the space, the definitions of what is *real* and the constitutions of the corporeal. In addition, the new technologies have transformed the manners of organization and of belonging of the young people. These changes, which already existed with previous technology, have increased and accelerated by the speed of the technical innovation and the speed into which the new generations incorporate these innovations into their lives.

In the development of the research of our group of work, that gives origin to this article, we study the relationships between students, new technologies and manners of socialization. We tried to answer the question of how from the use of certain technologies and from the new ways of relating, the young people communicate with others and construct or recapture imageries of the world.

Palabras Clave: *comunicación-nuevas tecnologías-jóvenes*

“Una cosa es reconocer el peso decisivo de los procesos y las tecnologías de comunicación en la transformación de la sociedad y otra bien distinta es afirmar aquella engañosa centralidad y sus pretensiones de totalidad”.

Jesús Martín Barbero

En el presente artículo presentaremos las reflexiones que hasta el momento se han construido en el marco de la investigación de la Cátedra II de Comunicación y Medios de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social (UNLP) “Modos de socialización de los estudiantes de comunicación social: uso y apropiaciones de las TICs”, presentada para el Programa de Incentivos del Ministerio de Educación de Nación.

En el desarrollo de esta investigación trabajaremos las relaciones entre estudiantes de comunicación, nuevas tecnologías y modos de socialización, cómo a partir del uso de determinados medios los jóvenes se vinculan y se comunican con los otros y construyen o retoman, a partir de esas nuevas maneras de relacionarse, imaginarios sobre el mundo.

En principio resulta necesario definir a qué nos referimos con Nuevas tecnologías de Comunicación e Información (TICs) Entendiendo que las tecnologías están producidas por sus contextos históricos y, por lo tanto, son siempre sociales. Castells y otros definen a las Nuevas Tecnologías como aquellas que “comprenden una serie de aplicaciones de descubrimiento científico cuyo núcleo central consiste en una capacidad cada vez mayor de tratamiento de la información” (Castells, 1986).

Por su parte, Delia Covi Druetta, en su libro *Tecnología satelital para la enseñanza* define a las nuevas tecnologías como aquellas que “reemplazan el sistema analógico por el digital, con el que inauguran, en el área de las comunicaciones, nuevos sistemas de transmisión a distancia [...]. Además las nuevas tecnologías poseen una parte dura (*hardware*) que corresponde a la maquinaria en sí; y una blanda (*software*) que constituye su parte lógica. Se les ha definido como reflexivas e interactivas. Reflexivas, por ser producto de la racionalidad instrumental del hombre que al relacionarse con ellas, pueda adaptar el servicio que prestan ajustándolas en su parte lógica a las necesidades que posea. Interactivas, porque en algunos casos permiten

una respuesta al usuario y porque, a diferencia de los medios tradicionales, éstas no constituyen un simple listado de medios, sino sistemas integrados en los que se combinan e interactúan entre sí” (Crovi Druetta, 2000). Ésta es otra de las características de las nuevas tecnologías, que tienden a la convergencia, vinculando, incluso, a tecnologías ya existentes como la radio y la televisión. Basta con tomar el ejemplo de un celular, ya no es sólo un teléfono, es también una cámara de fotos, un reproductor de música, un navegador de Internet, una agenda, un despertador.

En este punto, es importante señalar que lo que interesa a esta investigación no son las TICs en sí mismas, sino los usos y apropiaciones que realizan los jóvenes ingresantes a la Carrera de Comunicación Social. Nos preguntamos por el consumo de las TICs y su relación con la configuración de identidad(es).

En este punto es importante recuperar el concepto de mediatización de la cultura trabajado, entre otros autores, por J. B. Thompson (1998) quien lo describe como un proceso de transformaciones profundas e irreversibles en los modos de producir, distribuir y poner en circulación los bienes simbólicos a partir de la aparición de ciertas tecnologías como la imprenta que posibilitan, entre otras cosas, la separación entre los espacios de producción y recepción, y la reproducción en serie. Desde el momento de creación de la imprenta es que podemos referirnos a sociedades mediatizadas, sociedades en las que cada una de las prácticas está atravesada por lo mediático. Sin embargo, a seis siglos del surgimiento de la imprenta, esos procesos de transformación se han dinamizado y, sin duda, son los jóvenes los que marchan a la *vanguardia* de estos cambios.

Las nuevas tecnologías han profundizado las transformaciones en las percepciones del tiempo y el espacio, las definiciones de *lo real* y las constituciones de lo corpóreo. Además, han transformado

los modos de organización y de pertenencia de los jóvenes. Estos cambios, que ya signaban tecnologías anteriores, se han dinamizado y acelerado por la velocidad de la innovación técnica y la velocidad con que las generaciones más jóvenes incorporan esas innovaciones a su vida. La inclusión de las nuevas tecnologías en las rutinas cotidianas presupone una transformación de esas rutinas, de esas dinámicas.

Las percepciones de lo temporal espacial se transforman al punto tal de hacernos sentir que vivimos en una suerte de presente permanente, de instantaneidad signada por el atravesamiento de las nuevas tecnologías que han cambiado las formas de representación del mundo. María Cristina Mata dice que “Los cuentos infantiles ocurren en países muy lejanos y por eso son cuentos [...]. Porque ningún lugar es muy lejano” (Mata, 1999).

En este contexto, la pregunta que nos hacemos es cómo los jóvenes estudiantes de periodismo transitan este nuevo ordenamiento mundial, cómo esto transforma sus modos de representación del mundo y cómo, en cierta forma, estos cambios transforman sus prácticas educativas y profesionales.

Si bien nuestro universo de estudio son los jóvenes ingresantes a la Carrera de Periodismo, entendemos que sería reduccionista pensar que los jóvenes son una categoría homogénea, estática, construida de una vez y para siempre. El concepto de joven ha cambiado a través de los años e incluso esta categoría podría pensarse como relativamente nueva. Según plantea Rossana Reguillo: “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 derecho y, especialmente, en el caso de los jóvenes, como sujetos de consumo” (Reguillo Cruz, 2000). Siguiendo a Margulis y Urresti podríamos

decir que lo que define a la juventud es la moratoria vital, es decir son jóvenes aquellas personas que están lejos de la muerte, que tienen lo que él llama un "capital temporal". Sin embargo, esta moratoria vital se transforma a lo largo de la historia y también de acuerdo a los lugares, a las distintas regiones, ya que los promedios de vida van variando. Si bien esta moratoria vital sería una especie de marco, es importante tener en cuenta que hay múltiples maneras de ser joven y que estos modos tienen que ver con lo sociocultural: las desigualdades de clase, las diferencias de género, diferencias de pertenencia institucional, etcétera.

"La juventud como plus de energía, moratoria vital (y no solo social como dicen todos los estudios) o crédito temporal es algo que depende de la edad, y esto es un hecho indiscutible. A partir de allí comienza la diferencia de clase y de posición en el espacio social, lo que determina el modo en que se la procesará posteriormente. Como dijimos antes, no se puede obviar ninguna de las dos rupturas objetivantes –la cronológica y la sociocultural– si se quieren evitar los peligros del etnocentrismo de clase y del fetichismo de la fecha de nacimiento" (Margulis y Urresti, 1996).

Los mismos autores describen otro aspecto importante para definir la juventud, el de la memoria social incorporada. Esta categoría se vuelve muy importante a los fines de la investigación ya que da cuenta de la experiencia social vivida, de los modos en que las personas se han socializado y éste es un punto de inflexión para pensar la relación de los ingresantes con la Facultad de Periodismo y los usos tecnológicos. "No es lo mismo haberse socializado antes o después de la radio, de la televisión en color o por cable, o de la computadora multimedia, aún cuando no estén presentes en todos los hogares. Tampoco es lo mismo haber llegado a la madurez sexual en los años de la liberación durante la década del sesenta que en los años noventa, cuando pesa la amenaza del Sida. La marca histórica de la épo-

ca es también determinante, aún cuando se la procese atendiendo a las determinaciones de clase. Además de las diferencias sociales explícitas, hay que atender al encadenamiento de acontecimientos que van constituyendo la estructura, a su carácter sedimentado de experiencias acumuladas. La generación es el juego en el que las clases se van haciendo cargo de la tradición, del tiempo que corre paralelo al desarrollo de las luchas sociales. La generación es una estructura transversal, la de la experiencia histórica, la de la memoria acumulada" (1996).

Aquí podría entrar a jugar, entonces, la distinción entre los llamados "nativos tecnológicos" y "migrantes tecnológicos". Es decir, la diferencia entre los jóvenes que se socializaron en la época de la computadora e Internet y aquellos que las fueron incorporando a lo largo de su juventud. Una marca generacional, entendiendo por generación aquella que se expone a una misma época, a un mismo contexto histórico, más allá de las diferencias o desigualdades que puedan darse entre clases. En este sentido, es importante resaltar que las mediatizaciones ocurren más allá de que las personas estén o no expuestas a la tecnología; las transformaciones que se producen en lo cultural y social serán rasgos de época a los que esa generación deberá enfrentarse. Esto complejiza nuestra mirada sobre la juventud, ya que no sólo se refiere a un capital temporal (de vida por vivir), sino a experiencias comunes, a una memoria social compartida. Y las transformaciones de estas experiencias, las transformaciones en los modos de socialización se dan de forma cada vez más dinámica por lo que las generaciones se suceden cada vez con mayor rapidez.

Teniendo en cuenta la complejidad que reviste la categoría de juventud, es importante establecer que a los fines de esta investigación se tomará como universo de análisis a los ingresantes a la Carrera de Periodismo comprendidos en el rango etario que va de los 18 a los 30 años. El rango inicial constituye una decisión obvia, ya que esa es la edad mí-

nima requerida para ingresar en una facultad argentina. El rango más alto fue establecido, no sin dificultades. En primer lugar, sabemos que hemos constituido una franja amplia en cuanto a lo que a tecnologías se refiere, principalmente si tenemos en cuenta la categoría de *memoria social* incorporada, ya que los que están cerca de los 30 no pueden incluirse en el grupo de los llamados *nativos tecnológicos*, la mayoría tuvo acceso “privado” –desde sus hogares y no desde *cybers*– y periódico a Internet recién cuando ya tenían 20 años o más, mientras que el grupo más cercano a los 18 prácticamente ha crecido con Internet y otras tecnologías como el celular y el MP3. Sin embargo, esta franja tiene un sentido dentro de los objetivos de nuestra investigación, ya que los pensamos como un grupo que parece poder apropiarse de las tecnologías y asignarles distintos usos en la vida cotidiana. Además es un grupo etario que, más allá de las diferencias de época, ha crecido rodeado de pantallas: la televisión, los videojuegos en sus distintos formatos; es decir el grupo más cercano a los 30 se conectó a Internet o al celular con una habilidad dada por el uso de esas otras pantallas que eran naturales en su vida. Esas habilidades le permiten acceder desde otros lugares, hacer otros usos de estas nuevas tecnologías.

Además esta franja etaria comparte una característica importante al momento de definir qué implica ser joven –teniendo en cuenta las dinámicas de las grandes ciudades y este contexto histórico– son sujetos en *preparación para el futuro*: sujetos en su etapa de formación profesional, en la búsqueda de un empleo relativamente estable, de una independencia económica de sus padres. Por otro lado, también el mercado los posiciona como pertenecientes al grupo *jóvenes*: dirige productos específicos a esta franja generacional, genera trayectos de consumo *cultural* –espectáculos, circuitos de bares y discotecas, grupos musicales de moda–. Y, en cierta forma, también el mercado de las tecno-

logías los entiende como un grupo con, más o menos, estas delimitaciones y dirige sus estrategias de marketing en este sentido.

En este punto también es válido preguntarse qué implica ser estudiante de una carrera universitaria y quiénes tienen acceso a la Universidad. Anualmente ingresan a la Facultad de Periodismo y Comunicación Social cerca de 800 alumnos. En los últimos años se produjo un giro interesante para otro análisis y es que es similar el número de estudiantes que vienen del interior del país al de quienes son de La Plata y alrededores (antes los estudiantes del interior superaban ampliamente en cantidad a sus pares de La Plata). También es llamativo cómo este último año (2007-2008) han ingresado a la carrera alumnos procedentes del exterior, principalmente de países latinoamericanos como Chile, Brasil y Perú. Otro dato significativo es que el 30% de los alumnos trabaja. Generalmente se desempeñan en comercios o en actividades relacionadas con atención al público, principalmente *call centers* (lo que marca también una nueva forma de inserción laboral generalmente signada por los contratos cortos o el trabajo en negro que se piensa como temporario).

En este sentido, la universidad argentina siempre ha aparecido en el imaginario social de ciertos sectores como una forma de ascenso social, y a pesar de que los nuevos contextos han transformado los modos de acceso al trabajo, nos podríamos aventurar a decir que, en las clases medias, la universidad sigue contando con cierto prestigio y cierta idea de movilidad social.

En esta línea, y vinculado a los usos de las nuevas tecnologías, podemos pensar junto a Rosalía Winocur que “ la universidad pública, independientemente del origen socio-cultural de los jóvenes, constituye un ámbito privilegiado de socialización informática vinculado no sólo a las exigencias curriculares sino también a la cultura universitaria” (Winocur, 2006).

Primeras aproximaciones a nuestra problemática de estudio

Nuestra investigación se encuentra en una primera etapa. Hemos realizado, hasta el momento, dos tipos diferentes de encuestas semi-dirigidas a alumnos que cursan materias de primer año en la sede de La Plata y en dos de las extensiones áulicas de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social: Moreno y Formosa.

La primera encuesta estaba referida a hábitos de lo que se conoce como *consumo cultural* (programas de televisión, libros, películas). La segunda encuesta estuvo específicamente destinada a los usos de las nuevas tecnologías (usos de Internet –*chats, fotologs, comunidades virtuales*– de los juegos en red, del celular). En una segunda etapa se realizarán entrevistas individuales y grupales.

A partir del primer análisis de los dos tipos de encuestas realizados encontramos algunas tendencias respecto de las transformaciones en los modos de socialización a partir de los usos y apropiaciones de las nuevas tecnologías. A continuación desarrollaremos algunos de los que consideramos aspectos centrales para pensar el vínculo con las TICs.

Espacios públicos, espacios privados. La casa y el cyber

Uno de los datos que surgió del primer análisis de las encuestas es desde dónde se conectan a Internet. En La Plata, la mayoría de los encuestados dice conectarse, principalmente desde su casa. Y aquí es interesante reflexionar sobre el lugar físico que ocupa la computadora en el hogar. La ubicación delimita lo colectivo y lo individual dentro del espacio familiar, habla sobre expectativas y condiciones de uso. Por ejemplo, la presencia de la computadora en la habitación marca un uso individual, solitario (en términos físicos). La habitación para un joven es un espacio íntimo, reservado, que se com-

parte sólo con otros jóvenes. Es uno de los espacios que los diferencian e identifican.

Así como el televisor se trasladó (o se duplicó) del living o comedor familiar a la habitación, lo mismo está ocurriendo con la computadora. La habitación, el ámbito privado por excelencia, se transforma de esta manera en un umbral, en términos de Silverstone, al mundo; un espacio multimedial desde donde, en soledad física, se puede estar en contacto con *el otro y lo otro*.

Antes los límites entre lo público –aquél espacio que durante varios siglos perteneció sólo a los hombres blancos, aquel espacio donde parecía darse el debate por lo político, aquel espacio de *lo común*– y lo privado parecían estar claros. Hoy esa línea no sólo se ha corrido, sino que principalmente se ha difuminado. ¿Cuánto de las nuevas prácticas y usos de los medios ha posibilitado este borramiento? ¿Cuánto de las nuevas maneras de participar y estar en el mundo de los jóvenes contribuyen a transformar estas esferas que parecían tan claramente dadas?

Los medios ocupando el espacio privado del hogar, pero *jugando* a ser la conexión con el mundo, *jugando* a que el *living*, a que la habitación sean lugares desde donde ser parte de *lo común*.

Sin embargo, esta posibilidad de estar en lo público desde lo privado también tiene que ver con sectores, con posibilidades de acceso. Mientras algunos pueden convertir el espacio privado de su habitación en un umbral al mundo, otros tienen que hacer nuevos usos de lo público, resignificar el espacio de *lo común* y, de algún modo, darle usos privados.

En Formosa, por ejemplo, la mayoría de los estudiantes manifestó que, principalmente, se conectan a Internet desde un *cyber*. Partiendo de este punto, podemos empezar a ver las diferencias en los modos de apropiarse de las nuevas tecnologías. Conectarse desde un *cyber* adquiere otros sentidos que hacerlo desde la intimidad de la habitación.

Acá la relación entre lo público y lo privado entra a jugar de un modo distinto. El *cyber* es en sí un espacio público y, a la vez, un umbral a esos otros mundos que se nos abren a través de la ventana de Internet. Y también existen diferentes modos de transitar ese espacio público del *cyber* que, en muchos casos, intenta reproducir el ámbito de privacidad, una intimidad simulada, endeble, construida de tabiques de madera terciada. Lo importante es que no se pueda ver la pantalla del otro, del vecino. Y, sin embargo, muchas veces el *cyber* se vuelve un espacio de encuentro físico, un lugar para estar *corporalmente* con el otro.

Se vuelve interesante pensar en el *cyber* como lugar de encuentro virtual, pero también físico. El *cyber* resignificado y apropiado con la lógica que antes tenían otros espacios como el club o la esquina. Entonces, el *cyber* es un espacio social urbano emergente sustentado en las prácticas con las nuevas tecnologías de la comunicación y la información. En Formosa, a diferencia de La Plata, podemos observar que hay otras formas de habitar la ciudad. Mientras que en la capital de la provincia de Buenos Aires hay cada vez más un circuito por espacios privados, en Formosa hay uno vinculado a lo público: la plaza, la rambla, la costanera. En este sentido, en Formosa, el *cyber* es un espacio más de encuentro social. Lejos de elegirlo por meras cuestiones técnicas vinculadas a la cantidad de máquinas disponibles o la velocidad de las mismas, el *cyber* se elige con relación a los grupos de pertenencia. Y allí el encuentro puede ser para chatear o jugar en red, principales actividades que reconocieron los estudiantes formoseños en relación con las nuevas tecnologías; pero también puede ser un lugar de referencia, un lugar para juntarse y ver “qué se hace después”.

Si bien el uso de la computadora se presume como individual, muchas veces se convierte en una actividad en grupo: juntarse a jugar juegos en red, a chatear, a subir fotos a los *photoblogs* parecen ser

actividades comunes entre los jóvenes. Así, estas prácticas suponen, al menos, un doble tipo de encuentro: uno con el mundo que se abre desde la pantalla y otro con el más cercano de la habitación o el *cyber*.

En este sentido es importante resaltar una diferencia encontrada entre las encuestas de La Plata y las de Formosa. En La Plata muy pocos estudiantes aseguraron juntarse físicamente para jugar en red o conectarse a Internet; en Formosa, en cambio, no sólo se produce este encuentro, sino que muchas veces también hasta comparten un *nick* en el *messenger*, es decir que chatean en grupo desde un mismo usuario.

Comunidades virtuales, un espacio para estar con el otro

Facebook y *Hi5* son ejemplos de los nuevos espacios de sociabilidad que surgen en Internet. Allí, los jóvenes construyen un perfil, crean una imagen de sí mismos para mostrar a los otros, se conectan con sus conocidos, hacen nuevos amigos, suben fotos, videos, se mandan regalos virtuales y mensajes. “En el corazón de las redes sociales está el intercambio de información personal” (Bauman, 2007).

Los motivos que movilizan a participar de estas comunidades virtuales son cada vez más variados y es esta variedad, esta diversidad, la que viene a aportar un interés de la cátedra por investigar y analizar los usos en torno a estas nuevas formas de estar con el otro, de constituirse en comunidad. Comunidades que ya no se delimitan por la pertenencia a un territorio –lo local, lo nacional– ni tampoco simplemente por una sensación abstracta de pertenencia –las comunidades virtuales de las que hablaba Anderson: sentirse parte del público de un programa de televisión, parte de los lectores de un diario o de un libro– estas comunidades virtuales se definen de maneras distintas: ya no están unidas al territorio, ni tampoco son simplemente imaginadas;

son espacios de encuentro que se delimitan a partir de otras características: gustos, intereses, pertenencias institucionales.

En las encuestas pudimos ver que el 30% de los alumnos que contestó el cuestionario participa de comunidades virtuales como *Facebook*, *Hi5* o tiene un *fotolog*, o un *blog*. Cuando empezamos a rastrear los perfiles de estos alumnos encontramos algo que nos resultó interesante. Algunos de los encuestados participan de un espacio de *Facebook* en donde postean sus impresiones de la carrera, se hacen recomendaciones en torno a qué materias cursar y comparten bibliografía. También suben producciones que realizan en distintas cursadas.

Lo significativo de este espacio *on line* es que fue creado por los propios alumnos, no es un espacio institucional, son ellos mismos los que sienten la necesidad de compartir sus impresiones y producciones de la carrera. Muchos de estos participantes del grupo de *Facebook* quizás cursen juntos, pero como expresan en sus comentarios muchos no se conocen físicamente, sino sólo a través de este espacio virtual.

Facebook surgió como un lugar que permitía ponerse en contacto con personas que *habías perdido de vista*, personas de otra época de la vida con las que era posible volverse a contactar en el espacio de lo *on line*. *Facebook* abrió la posibilidad de *reconocer caras en la multitud*, seguir conectados a través de los años, vincularse en un mundo que se vuelve paradójicamente cada vez más extenso. Porque a la vez que las distancias se acortan en tiempo, el mundo se vuelve –al menos para aquellos que *pueden trasladarse*– más transitable no sólo para viajes y placer, sino también para conseguir mejores condiciones laborales y oportunidades educativas. Antes las migraciones eran poco comunes, las personas estaban más ancladas a su lugar, a su comunidad. Hoy lo local y la pertenencia se construyen desde otros lugares. Son las nuevas tecnologías las que nos permiten, como señala Arjun Appadurai,

sentirnos ligados, unidos a aquellos que hemos dejado atrás. Las tecnologías permiten seguir en contacto a pesar del desarraigo. Es en este contexto que *Facebook* o *Hi5* se constituyen en espacios en los cuales encontrarse sigue siendo posible.

Pero como todo espacio, también es resignificado, cargado de otros sentidos que hoy permiten que los alumnos de Comunicación Social generen un vínculo más allá de las aulas de clase e, incluso, puedan compartir experiencias con alumnos que cursan en las extensiones que tiene la Facultad, con los que no podrían encontrarse en las aulas.

Uno de los aspectos significativos de este ejemplo, de este *facebook* donde los alumnos comparten sus experiencias académicas, es que lo que los nuclea es ser estudiantes de Periodismo de la UNLP; el objetivo es construir lazos que les permitan transitar la carrera; pero también que les abran vínculos al futuro¹. Se juntan como grupo a partir de una institución, una carrera en común. Es decir, un modo de organización que todos transitan en el espacio *off line* es lo que los nuclea en el espacio de lo *on line*. Pero este espacio adquiere nuevos sentidos, se rige por otras reglas de lenguaje, de permitidos y no permitidos. No es un aula virtual, funciona quizás más como un recreo, un *buffet* en el que se reúnen después de clase, con la diferencia de que no limita el contacto a los que ya se conocen, a los que cursan juntos, sino que lo extiende a personas que incluso nunca cursaron en la UNLP pero han hecho la misma carrera en otras universidades del país o del mundo y quieren compartir experiencias. Además, es un ámbito que posibilita compartir en multimedial, por lo que se constituye también en un espacio para mostrar y dar a conocer producciones periodísticas realizadas en las distintas materias.

Para aquellos que creen que estas comunidades virtuales son sólo para postear fotos o conseguir citas, la experiencia de estos alumnos da cuenta de otros usos, de otras significaciones. Este grupo de alumnos encontró en *Facebook* un ámbito para de-

1 Encontramos al menos cuatro grupos en *Facebook* creados por estudiantes de Periodismo con el fin de compartir experiencias materiales de la carrera. Uno de ellos de alumnos de la Extensión que la Facultad tiene en el ISER.

batir, reflexionar y compartir sus producciones. Un ámbito de construcción social del conocimiento. Y, aunque suene utópico, las comunidades virtuales abren estas posibilidades, la de encontrarse y compartir con los otros no sólo los intereses, sino también las dudas y las problemáticas cotidianas. ¿Podremos empezar a pensar las comunidades virtuales como nuevos modos de organización? Ya existen experiencias en el mundo que dan cuenta de que la organización en pos de objetivos comunes es posible en Internet.

Palabras no tan finales

Lo que presentamos hasta aquí es parte del recorrido inicial en el que nos hemos embarcado desde la cátedra con el proyecto de investigación "Modos de socialización de los estudiantes de comunicación social: uso y apropiaciones de las TICs". Entendemos este trabajo como un primer trazado, una primera puesta en común de ciertas pinceladas de un estilo de época y, cuando uno hace pinceladas de lo general, a veces deja inevitablemente fuera lo particular. Conocemos estas limitaciones que presenta cualquier trabajo que intenta explorar prácticas, usos, resignificaciones en el mismo momento en que se están dando y sabemos también que este artículo seguramente ha abierto más preguntas de las que ha podido responder.

Sin embargo, consideramos que es a veces tan valioso como dar respuestas, empezar a interrogarse, empezar a desnaturalizar lo que resulta obvio y cotidiano para analizar qué representaciones, qué imaginarios, qué maneras de pensar el mundo entran en juego en eso que transitamos diariamente.

Como señalamos numerosas veces a lo largo del trabajo, los modos de vincularnos con los otros y con el mundo se han transformado y los jóvenes son los principales protagonistas y dinamizadores de esa transformación; son ellos los que viven esos nuevos modos como naturales y cotidianos.

Como docentes, como investigadores, como miembros de una cátedra que estudia la comunicación y los medios, no podemos permanecer imasibles frente a esos cambios. Debemos analizar los usos y significaciones que dan nuestros alumnos a las nuevas tecnologías para comprender así sus nuevas representaciones, sus nuevos imaginarios sobre el mundo. Y debemos entender a esas tecnologías en un contexto atravesado por los intereses del capital, un contexto en el que las relaciones laborales, las relaciones interpersonales han cambiado.

En un momento del presente trabajo nos referíamos a las transformaciones en la percepción del tiempo, a la sensación que todo debe darse ya, en el instante; esta sensación se construye no sólo a partir de la velocidad que se les imprime a las nuevas tecnologías, no sólo gracias a la velocidad de los satélites, esta sensación de presente permanente que los discursos de los medios de comunicación ayudan a instalar se construye también desde las relaciones con el mercado, con las marcas y lo efímero de la moda; pero también con lo inestable de los puestos de trabajo, con lo inestable de las economías mundiales.

En este contexto se inscriben los jóvenes que usan hoy las nuevas tecnologías y es a partir de esas prácticas, de esas vivencias, que las resignifican, que las incorporan en sus dinámicas cotidianas, que les imprimen la urgencia de los tiempos, lo simultáneo de las acciones, lo (des)ordenado de las búsquedas y lo hipervincular de las lecturas. Son esos los nudos que debemos desatar para entender la conformación de los nuevos modos de tejer las redes sociales, de los nuevos modos de ser y estar en el mundo, en los mundos de lo *on line* y lo *off line*.

BIBLIOGRAFÍA

-BAUMAN, Zygmunt. *Vida de consumo*, Fondo de cultura económica, Buenos Aires, 2007.

- CASTELLS, M. y otros. *El desafío tecnológico. España y las nuevas tecnologías*, Alianza Editorial, Madrid, 1986.
- CROVI DRUETTA, Delia. *Tecnología satelital para la enseñanza*, Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE), México, 2000.
- MARGULIS Mario y Urresti Marcelo. "La juventud es más que una palabra", en MARGULIS, Mario (editor). *La juventud es más que una palabra. Ensayos sobre cultura y juventud*, Biblos, Buenos Aires, 1996.
- MARTÍN BARBERO, Jesús. "De los Medios a las Prácticas", en OROZCO GÓMEZ (compilador) *La Comunicación desde las Prácticas Sociales. Reflexiones en torno a su investigación*, Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales 1, Universidad Iberoamericana, México, 1990.
- MATA, María Cristina. "De la cultura masiva a la cultura mediática", en revista *Diálogos de la comunicación*, N° 56, FELAFACS, Lima, Perú, 1999.
- REGUILLO CRUZ, Rossana. *Emergencia de culturas juveniles, Estrategias del desencanto*, Norma, Buenos Aires, 2000.
- THOMPSON, John. *Los media y la modernidad Una teoría de los medios de comunicación*, Paidós Comunicación, Barcelona, 1998.
- WINOCUR, Rosalía. "Internet en la vida cotidiana de los jóvenes", en *Revista Mexicana de Sociología* 68, N° 3, Universidad Autónoma de México-Instituto de investigaciones Sociales, México, 2006.