



Usos comunes de Facebook en adolescentes de distintos sectores sociales en la Ciudad de Buenos Aires

Common Uses of Facebook among Adolescents from Different Social Sectors in Buenos Aires City

 Mgr. JOAQUÍN LINNE es Investigador Becario de la Comisión Nacional de Ciencia y Técnica de Argentina y del Instituto de Investigaciones Gino Germani de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires (Argentina) (joaquinlinne@gmail.com).

RESUMEN

En este artículo se abordan los usos comunes que realizan los adolescentes de la ciudad de Buenos Aires en la plataforma Facebook. A partir de la revisión del estado de la cuestión y de la evidencia empírica recogida en 30 entrevistas en profundidad, 24 meses de observaciones virtuales diarias y el análisis de contenido de 200 perfiles de Facebook, se muestra que para ambos grupos de adolescentes la red social es su entorno central de entretenimiento y comunicabilidad. A su vez, que sus principales usos dentro de este sitio son la autopresentación, el intercambio de contenidos personales entre amistades, la búsqueda de relaciones sexo-afectivas y la exploración de distintos aspectos de su sociabilidad e identidad. Se indaga en los tipos de publicaciones más «populares» entre los adolescentes (fotos y textos personales). Además, se describen los usos lúdico-comunicacionales más habituales: chat, actualizar estados, prosumo fotográfico y streaming. En este sentido, se observa que un recurso de uso cotidiano entre esta población es el intercambio de performances de intimidad con el objetivo de aumentar la sociabilidad entre pares y lograr una mayor visibilidad dentro y fuera del sitio. Asimismo, por medio del análisis de imágenes de los muros de los adolescentes, se aporta evidencia acerca de que las representaciones de género se encuentran en conflicto entre los modelos tradicionales y las nuevas formas de masculinidad y feminidad.

ABSTRACT

In this article, we analyze the common uses that adolescents of the City of Buenos Aires display in the Facebook platform. From the review of the state of the art and the empirical evidence gathered by 30 in-depth interviews, 24 months of daily virtual observation and the analysis of 200 profiles in Facebook, it is displayed that for both groups of adolescents the social network is their central entertainment and communication environment. At the same time, the primary uses they give to Facebook within the site refer to self presentation, interchanging personal information between friends, sex-affective relationship searches, and exploring different aspects of their sociability and identity. We examine the most «popular» posts between adolescents (photos, personal texts). Besides, we describe the most usual ludic-communication uses: chat, upgrading status, photographic prosumption and streaming. In this sense, we acknowledge that daily use of the resource by this population is the sharing of intimate performances with the goal of increasing sociability between peers and accomplish a higher visibility both in and out of the site. Thus, by studying the images in the timeline's of adolescents, evidence is exposed showing that gender representations are in conflict with traditional models and new forms of masculinity and femininity.

PALABRAS CLAVE | KEYWORDS

Internet, redes sociales, adolescentes, género, sectores populares, autopresentación, intimidad.
Internet, social networking, adolescents, gender, popular sectors, self-presentation, intimacy.

1. Introducción

Diversas investigaciones han abordado cómo las tecnologías de información y comunicación (TIC) están reinventando nuestras relaciones sociales y modificando el modo en que nos vinculamos con el mundo (por ejemplo, Boyd y Ellison, 2008; Castells, 2009; Baym, 2010). Los adolescentes, nacidos y criados junto a la masificación de las TIC, suelen ser los usuarios más asiduos de estas tecnologías (Boyd, 2008; Valkenburg & Peter, 2009). En este contexto, nuestro tema de investigación es el uso de las TIC por parte de los adolescentes de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, tanto en sectores medios como populares. El foco está puesto en la plataforma Facebook, ámbito en el que los adolescentes interactúan de modo online. Si bien existen diferencias entre adolescentes de sectores medios y populares de Buenos Aires en cuanto a usos de Internet y, de hecho, forman parte de nuestra tesis de maestría (Linne, 2013), este artículo se circunscribe a los usos comunes de Facebook. Por lo tanto, nuestra pregunta de investigación es cuáles son los usos comunes de los adolescentes de Buenos Aires en Facebook. Los objetivos específicos son explorar y describir esos usos. A su vez, el objetivo general es presentar un panorama local de la cuestión sin pretender extrapolaciones, con la intención de aportar a futuras investigaciones comparativas.

2. Estado de la cuestión

Los adolescentes, que suelen disponer de una amplia disponibilidad temporal, se encuentran en un período central de su configuración identitaria en el que desean experimentar con su imagen e identidad (Urresti, 2008; Krauskopf, 2010). A través de los sitios de redes sociales, producen y comparten contenidos personales que expresan un similar ethos, que es fuertemente estético y, como señala Sibilia (2008), difiere de las representaciones de la intimidad tradicional.

Según el estado de la cuestión, los adolescentes comparten capacidades comunes denominadas «prosumo» (producir y consumir contenidos digitales) y «multitasking» (realizar tareas en simultáneo) (Prensky, 2001; Boyd, 2008; Urresti, 2008; Livingstone, 2009; Dezuanini & Monroy-Hernández, 2012, entre otros). Es por esto que han sido denominados de distintas maneras como generación: «nativos digitales» (Prensky, 2001), «generación post-alfa» (Berardi, 2007) y «generación multimedia» (Morduchowicz, 2010). La denominación más utilizada es la de nativos digitales, dado que pertenecen a una generación que no conoció los dispositivos analógicos sino que ya nació en un mundo de tecnologías digitales (Palfrey & Gasser, 2008).

A nivel global, la cultura se ha transformado durante los últimos años hacia una exacerbación del sujeto (Urresti, 2008) y una espectacularización de la intimidad (Sibilia, 2008). En este sentido, los sitios de redes sociales (Boyd & Ellison, 2008), al promover y ponderar las publicaciones personales, suelen alentar el «ciber-exhibicionismo» (Urresti, 2008) y la «exacerbación de lo íntimo» (Sibilia, 2008).

Los adolescentes pasan más tiempo online que los adultos, y además dedican más tiempo a la interacción social (Valkenburg & al., 2009; Dillon, 2013, entre otros). Si hasta los diez años el mayor interés de los niños con relación a la tecnología son los juegos y las películas, a partir de esta edad comienzan a interesarse por las relaciones entre pares, que incluyen a las relaciones con pares del sexo opuesto (Subrahmayan & Greenfeld, 2008). Este interés comienza a ser central en sus vidas y se traslada a su uso de Internet. Como consecuencia, suelen aumentar su utilización de sitios de redes sociales (Boyd, 2008). Allí forman parte de una comunidad virtual con la que establecen relaciones variadas: se entretienen, se sienten incluidos por su grupo de pares y encuentran tanto compañía como pertenencia social (Urresti, 2008). Asimismo, a través de las redes proveen y buscan información personal (Valenzuela, Park & Kee, 2009); reciben manifestaciones de empatía, se identifican de otro modo consigo mismos y con su entorno, logran un mayor conocimiento de sí y de sus pares, y ofrecen una imagen personal que les permite integrarse a otros grupos de pares generacionales (Valkenburg & al., 2009; Morduchowicz, 2010).

Diversos estudios se centran en las diferentes prácticas que realizan los adolescentes en torno a las TIC según sector social, edad, género, horas de uso y experiencia con el medio (Prensky, 2001; Urresti, 2008; Van-Dijk, 2013; Benítez Larghi, 2013, entre otros). El aporte de esta investigación es el trabajo específico con adolescentes de sectores medios y populares de Buenos Aires, es decir, un enfoque transectorial de corte socio-cultural que, a partir de las diferencias de cada sector, explora sus similitudes. Esto resulta relevante por dos motivos: por un lado, se propone una categorización de adolescente diferenciada, que no englobe a todos por igual; por otro, dentro de estas diferencias, se plantea que estos grupos sociales tienen más puntos en común en relación con el uso de las TIC que los que han sido estudiados.

Los conceptos de «capital» y «capital social» (Bourdieu, 1985) nos resultan útiles para explorar las redes de relaciones de los adolescentes, dado que en Facebook se vuelven visibles (Haythornwhite, 2005).

Con «capital», Bourdieu (1985) refiere a todo lo que las personas consideran como bienes (materiales o inmateriales). Por su parte, con «capital social» define los recursos potenciales o actuales asociados a la posesión de una red de relaciones sociales más o menos institucionalizadas (Bourdieu, 1985).

En cuanto a los sitios de redes sociales, Boyd (2008) afirma que estos sitios les permiten a los adolescentes trabajar su identidad y status, además de negociar su vida pública. Por su parte, Valkenburg y otros (2009) concluyen que el uso de sitios de redes sociales colabora positivamente en las relaciones entre pares de adolescentes. Otros autores sostienen que en estos sitios es preponderante la interacción con vínculos preexistentes (Haythornwhite, 2005; Boyd & Ellison, 2008) y que allí se resignifican las relaciones copresenciales al establecer relaciones horizontales no jerarquizadas (Urresti, 2008). Además de reforzar las relaciones preexistentes, permite generar continuamente nuevas relaciones sociales, en especial en el caso de quienes no tienen amigos o relaciones sexo-afectivas, o quienes se encuentran en una relación a disgusto (Boyd, 2008). En cuanto al impacto

que tienen en la vida privada, tanto en el plano amistoso como amoroso o sexual, Van-Dijk (2013) aporta evidencia empírica acerca de la popularidad de los sitios de redes sociales como escenarios de autoexpresión, comunicación y autopromoción. Por otra parte, otras investigaciones indican que en estos sitios se genera una comunicación mixta, dado que se combinan elementos propios de la comunicación oral con otros de la escrita (Baym, 2010; López & Ciuffoli, 2012).

Respecto a Facebook, y en cuanto a la aplicación de los conceptos de Bourdieu, Valenzuela y otros (2009) señalan que la mera pertenencia a esta red social no contribuye per se a aumentar el capital social, pero sí colabora en la consolidación de éste el mayor flujo de información disponible sobre los pares, la ampliación de oportunidades de sociabilidad con conocidos y la posibilidad continua de extender la red de contactos. A su vez, García, López de Ayala y Catalina (2013) afirman que, en el caso de España, quienes realizan un uso más intensivo y activo de estos sitios son las adolescentes que poseen entre 15 y 17 años.

Almansa, Fonseca y Esparcia (2013) observan que tanto los adolescentes españoles como los colombianos se manifiestan en Facebook con un lenguaje propio, que no atiende a las normas ortográficas y gramaticales tradicionales. A su vez, señalan que los adolescentes gestionan sus relaciones de amistad en Facebook con la imagen como elemento central y que, en cuestión de segundos, deciden aceptar solicitudes de amistad de desconocidos siempre que les resulten atractivos. En el caso de los adolescentes de Buenos Aires, Dillon (2013) sostiene que el uso de Facebook refuerza sus vínculos entre pares y que lo más impor-

La tendencia de los adolescentes a la exhibición de la intimidad se amplifica al compartirse en Red. Así, la intimidad se representa, se exhibe e intercambia –selectiva pero cotidiana– a través de la mediación de computadoras. Esta ponderación de contenidos personales es común a todos los grupos, aunque en cada uno tenga marcas particulares. En este contexto, nos interesa resaltar que el fin de esta exposición de intimidad es el encuentro y la sociabilidad con pares.

tante para ellos tiene que ver con la amistad y el grupo de pares, ya sea dentro o fuera del sitio.

Por último, para abordar las representaciones de género en torno a la seducción y la amistad, utilizaremos el género como categoría de análisis tanto desde la formulación clásica de Rubin (1975) –que propone el «sistema sexo/género», en el cual este último es una construcción cultural–, como desde la reformulación de Butler (1990) «sujetos de sexo/género/deseo», que incorpora dos modificaciones: primero, que el «sexo» es tan cultural como el género; segundo, que las construcciones genéricas están atravesadas por una «matriz heteronormativa» (Butler, 1990). Finalmente, en los alcances de este artículo, subrayamos que el género se produce en la interacción cotidiana (West, 1987), dado que es una actividad que se constituye y reproduce por la repetición de estilos corporales, prácticas y normas que, al «naturalizarse», generan la ilusión de una identidad fija (Butler, 1990; Cháneton, 2007). Sostenemos que los gestos performáticos de intimidad que los adolescentes, tanto de sectores medios como popu-

lares, publican de modo cotidiano en Facebook resultan adecuados para estudiar estas problemáticas.

3. Material y métodos

El objetivo de esta investigación es exploratorio-descriptivo. Nuestro universo de estudio se circunscribe a los adolescentes que residen en Buenos Aires y tienen entre 12 y 18 años de edad (es decir, nacidos entre 1995 y 2000). Tomando algunos indicadores

de información nos resultó útil, ya que consideramos que solo con métodos de la etnografía tradicional no se consigue aprehender el entramado de significados en que los adolescentes se encuentran inmersos. Por lo tanto, optamos por explorar su sociabilidad e identidad virtual con la misma herramienta que ellos utilizan de modo cotidiano. Para esto, realizamos el trabajo de campo online siguiendo los conceptos de «observación virtual» (Hine, 2000) y «ciberetnografía» (Farquhar, 2012), que refieren a nuevas herramientas de investigación etnográfica surgidas en los últimos años junto con la masificación de las TIC y utilizadas en ciencias sociales para explorar cómo las personas forman redes sociales en Internet y configuran su identidad virtual (Keeley-Browne, 2011).

Tras dos años de trabajo, el perfil que desarrollamos en Facebook cuenta con 2.700 contactos de adolescentes. Junto a las entrevistas, el método de recolección de datos de la ciberetnografía nos permitió indagar cómo los adolescentes de nuestra muestra se autopresentaban, se entretenían e interactuaban de modo on-line. Realizamos observaciones participantes, en el sentido de enviar y aceptar solicitudes de amistad,

Los adolescentes de ambos sectores sociales se autopresentan con publicaciones personales, chatean con amigos, buscan pareja, gestionan sus capitales, dan cuenta de experiencias y relaciones sexo-afectivas, manejan su agenda de contactos y eventos, y se entretienen con prácticas lúdico-comunicativas como los juegos, el «prosumo» fotográfico y el «streaming». De este modo, su configuración identitaria y sociabilidad cotidiana se asocian a Facebook, el principal sitio donde exploran y refinan las relaciones con sus pares. En cuanto al género, por un lado extreman los estereotipos mientras que por otro lado los cuestionan.

del Instituto Nacional de Estadística y Censos (2010), definimos a los hogares de sectores populares como aquellos que reúnen las siguientes características: carecen de al menos un servicio público básico, los jefes de familia no terminaron el colegio secundario, tienen empleos de baja cualificación o se encuentran incapacitados para trabajar. En cuanto a los hogares de sectores medios, los definimos como aquellos que cuentan con los servicios públicos cubiertos y con jefes de familia que poseen trabajos de media o alta cualificación y cuyo nivel educativo es igual o superior al del colegio secundario completo.

Hemos utilizado una metodología mixta, ya que combina herramientas cualitativas y cuantitativas. A nivel cualitativo, empleamos herramientas etnográficas tradicionales y virtuales: 30 entrevistas copresenciales en profundidad y 24 meses de observaciones virtuales diarias a través de la creación de un perfil ad hoc en Facebook. Esta herramienta novedosa de recolección

de información nos resultó útil, ya que consideramos que solo con métodos de la etnografía tradicional no se consigue aprehender el entramado de significados en que los adolescentes se encuentran inmersos. Por lo tanto, optamos por explorar su sociabilidad e identidad virtual con la misma herramienta que ellos utilizan de modo cotidiano. Para esto, realizamos el trabajo de campo online siguiendo los conceptos de «observación virtual» (Hine, 2000) y «ciberetnografía» (Farquhar, 2012), que refieren a nuevas herramientas de investigación etnográfica surgidas en los últimos años junto con la masificación de las TIC y utilizadas en ciencias sociales para explorar cómo las personas forman redes sociales en Internet y configuran su identidad virtual (Keeley-Browne, 2011).

Tras dos años de trabajo, el perfil que desarrollamos en Facebook cuenta con 2.700 contactos de adolescentes. Junto a las entrevistas, el método de recolección de datos de la ciberetnografía nos permitió indagar cómo los adolescentes de nuestra muestra se autopresentaban, se entretenían e interactuaban de modo on-line. Realizamos observaciones participantes, en el sentido de enviar y aceptar solicitudes de amistad, cliquear «me gusta» (MG) en algunas publicaciones y realizar algunas otras. Asimismo, les pedimos autorización a los adolescentes para observar sus muros y perfiles de Facebook. Esto nos permitió analizar sus comportamientos en entornos digitales, tanto en sectores medios como populares.

A nivel cuantitativo, realizamos análisis de contenido de 200 perfiles de Facebook pertenecientes a adolescentes de Buenos Aires, seleccionados de modo aleatorio. Analizamos las fotografías y textos publicados en los perfiles, sus principales temas y ámbitos. El trabajo de campo se llevó a cabo entre septiembre de 2011 y septiembre de 2013.

Por cuestiones éticas, trabajamos de modo anónimo con el material recolectado, en el sentido de que no se guardó registro de datos personales. Si bien los textos e imágenes citados cuentan con expresa autorización de los entrevistados, para preservar su identidad solo se presentan imágenes que no contengan nombres

ni fotografías, así como también se colocan etiquetas genéricas en cada extracto de entrevista citada. Es por esto que en los fragmentos de entrevistas y capturas de muros de Facebook solo se señala si el usuario es varón o mujer y a qué sector social pertenece.

Por último, al tratarse de una muestra no probabilística o intencional, los resultados no son extrapolables al conjunto de la población de estudio. Sin embargo, creemos que esta investigación constituye un aporte significativo dado que explora y describe ciertas tendencias en los usos de las TIC entre los adolescentes de Buenos Aires. Su valor reside en mostrar los usos comunes de Facebook entre estos jóvenes de una ciudad capital de América Latina, con la intención de colaborar en futuros trabajos comparativos tanto dentro de la región como a nivel mundial.

4. Análisis y resultados

4.1. El entorno central

Para los adolescentes de nuestra muestra, la red social Facebook se ha convertido en el entorno central de comunicación y entretenimiento, seguido por la aplicación de mensajería móvil Whatsapp y, en sectores medios, por Twitter, blogs, mails y mensajería instantánea ya no aparecen como aplicaciones independientes, sino que han sido centralizadas en la plataforma de Facebook. En definitiva, este sitio es el centro de operaciones en el que articulan gran parte de su sociabilidad cotidiana y de sus convergentes actividades de tiempo libre.

- «A través de Facebook nos comunicamos con nuestros amigos y compañeros más fácil y sin gastar plata. Es lo más práctico y lo que se usa hoy. Cuando estamos viajando o en el cole, usamos mucho Whatsapp. Y cada vez más amigas se enganchan con Twitter» (Mujer, sectores medios).

- «Siempre que podemos estamos conectados a Face porque es lo más cómodo y nos gusta estar en contacto entre nosotros y al tanto de lo que le pasa a cada una... y a veces viendo en qué anda el chico que nos gusta» (Mujer, sectores populares).

El fenómeno de que Facebook se haya convertido en el entorno central de los adolescentes de Buenos Aires puede explicarse por dos razones. En primer lugar, funciona como una agenda interactiva de contactos y eventos, dado que les permite coordinar encuentros, comentarlos antes y después, además de ampliar o restringir su lista de contactos en función de las acciones que se van desplegando en la cotidianidad copresencial y mediada por computadoras. En segundo lugar, opera como un centro de publicaciones estético-identitarias, donde actualizan constantemente su

presentación performática ante los otros. Los adolescentes eligen pasar una gran parte de su tiempo en Facebook debido a que los niveles de usabilidad y satisfacción que experimentan allí suelen ser mayores que en cualquier otro sitio. Además del tiempo intersticial que pasan en Facebook durante el colegio o viajes en transportes públicos, cuando están solos (o a veces también acompañados) una de sus principales actividades es chequear las actualizaciones de sus contactos y editar sus propias publicaciones.

4.2. Contenidos personales

En Facebook es central tanto la acumulación de contactos denominados «amigos» como la capacidad de activar los recursos que poseen dichos contactos: principalmente, cliquear MG, hacer comentarios y compartir publicaciones. Cuando los adolescentes realizan publicaciones personales, además de actualizar su presentación ante los otros, están midiendo su capital social (Bourdieu, 1985), entendido como el nivel de aceptación y la capacidad de movilizar recursos. Los adolescentes de nuestra muestra suelen apreciar que sus pares compartan su intimidad y coinciden en que quienes poseen más contactos, MG, compartidos y comentarios cuentan con más posibilidades de tener pareja y amigos. A esto se asocian sus esfuerzos en realizar performances de intimidad para ganar popularidad, que muchas veces los lleva a exponer su intimidad de modo conflictivo según la opinión de padres, parejas o amigos.

- «Con Face podemos expresarnos como queremos y sin que los adultos se metan. Por ahí es lo que hace que nos guste a todos los de nuestra edad. Los adultos no entienden lo que hacemos en Face y a veces se enojan o nos controlan por miedo. Son de otra generación» (Varón, sectores medios).

- «Hacemos vídeos o sacamos fotos, por ejemplo, las editamos y publicamos en Facebook. No hay otra cosa así. Es único y cualquiera puede hacerlo. Sacamos fotos en el colegio, el shopping, cuando estamos juntas en la casa de alguna. Y salimos siempre con la cámara» (Mujer, sectores populares).

Dentro de los contenidos personales, las fotos ocupan un lugar preponderante. Los textos autobiográficos acompañados de una imagen personal suelen recibir más comentarios y MG. La publicación de autofotos y fotos con el grupo de pares es la práctica preferencial tanto entre adolescentes de sectores populares (Linne & Basile, 2013) como de sectores medios. También son habituales las fotos con parejas o amigos del sexo opuesto. El 90% de los perfiles analizados contienen fotos en los mismos ámbitos: colegios, parques y casas propias o de amistades. Estos espacios dan cuenta de

que los adolescentes eligen, para producir fotos, los lugares de mayor autonomía respecto a los adultos. Suelen acompañar estas imágenes personales con breves textos ilustrativos o explicativos. De este modo, los adolescentes ponen en juego su capital estético-corporal al tiempo que actualizan su estado de disponibilidad y su humor. En muchos casos, esto también funciona como una señal de advertencia —«estoy de mal humor, no quiero hablar con nadie» (Mujer, sectores populares)— o una invitación a interactuar.

4.3. Comunicación y entretenimiento

La comunicación y el entretenimiento son los campos de actividades que engloban a la mayoría de las prácticas desplegadas en el sitio. Estas dos actividades aparecen cada vez más mezcladas entre los adolescentes, dentro de ese multitasking que suele superponer chat, juegos, música, voyerismo e intercambio de fotos, diversos «posteos», uso de aplicaciones y visionado de vídeos.

- «Cuando estamos aburridos y no hay nadie para hablar en Face, jugamos a juegos. Pero cuando hay alguien para chatear, nos gusta más. O a veces uno solo quiere jugar y no hablar con nadie» (Varón, sectores medios).

- «Miramos fotos de chicas, a veces sacamos alguna entre nosotros, comentamos las fotos, chateamos y jugamos. Hay un montón de juegos en Face que están re buenos» (Varón, sectores populares).

En cuanto al entretenimiento, el 90% de los adolescentes entrevistados elige las aplicaciones de YouTube y juegos. En YouTube, los varones prefieren los vídeos deportivos —mayormente fútbol—, de baile, humorísticos, tutoriales y de géneros musicales, como la cumbia villera, el reggaetón y el hip hop. Por su parte, las mujeres eligen vídeos similares, además de otros géneros como cumbia romántica, balada y pop juvenil. Dentro de las aplicaciones de juegos, los varones se inclinan por los de acción, deporte y combate; mientras que las mujeres tienden a preferir los de ingenio, diseño y roles. Tanto mujeres como varones ven, en YouTube u otros sitios de streaming, series como «Los Simpsons» o películas como «Titanic».

- «De juegos los que más me gustan son 'Counter Strike', 'Criminal Case' y los de fútbol, como el 'Winning Eleven' y el 'FIFA'. Y también juego un montón a los que aparecen por Facebook, que es más cómodo, como esos de mafia, de cartas o de crear civilizaciones. Y además tus amigos te mandan la invitación para jugar, así que jugás con ellos cuando están conectados. Te pasan trucos o es un tema más para charlar» (Varón, sectores medios).

- «Me gusta 'Up Cake especial', que es decorar una cup cake, 'Mini mascotas' o 'Pet Society', donde tenés que cuidar a tus mascotas, 'Juice and Fruit', donde tenés que preparar licuados en un bar, 'Good Night Kiss', donde te despedís de tu novio en la puerta de la casa de tus padres, 'Mall World', donde tenés un negocio de ropa en un shopping, y todo ese tipo de juegos. Los que más nos gustan con mis amigas son el «Angry Birds» y el «Candy Crush», que es re adictivo» (Mujer, sectores populares).

El 70% de los entrevistados y de perfiles de Facebook analizados señala entre sus preferidos al «Criminal Case» y «Candy Crush». Mientras «Criminal Case» es el preferido de los varones, «Candy Crush» es común en varones y mujeres. Ambos juegos son paradigmáticos de la gran confluencia en prácticas lúdico-comunicativas entre distintos sectores sociales. De hecho, los adolescentes de sectores populares y medios coinciden en sus prácticas lúdico-comunicacionales más habituales en torno a la plataforma: actualización de estados, juegos, prosumo fotográfico, chat y streaming. Mientras la actualización de estados suele referir a estados anímicos o sentimentales (imágenes 1 y 2), el prosumo de fotos implica la publicación y observación de imágenes personales, el chat se utiliza para reforzar vínculos y explorar otros nuevos, mientras que el «streaming» de música y contenidos audiovisuales suele ser una de las principales fuentes de entretenimiento.

4.4. Amistad, seducción y búsqueda de pareja

Todos los adolescentes entrevistados se comunican por Facebook principalmente con sus amigos/as, a veces con conocidos/as y familiares, y esporádicamente con desconocidos/as. La comunicación por mensajería instantánea, el chat y la publicación de contenidos suelen aparecer estrechamente vinculados a la búsqueda de relaciones sexo-afectivas y a la creación y sostenimiento de amistades. Dichas prácticas son centrales para estos adolescentes.

Los perfiles analizados poseen entre 132 y 4.877 amigos/contactos, y la media es 1432. A su vez, el 60% realiza al menos una publicación semanal con una temática común: búsqueda de pareja o actualidad afectiva. Al actualizar los «estados», además de dar cuenta de qué están haciendo, actualizan su estado civil, el grado de armonía o conflictividad con su pareja y con sus vínculos más significativos. Así, informan si se pelearon, si extrañan, si se sienten traicionados, agradecidos, ignorados o queridos. Como se observa en las imágenes siguientes (1 y 3), los adolescentes expresan su deseo de estar en pareja con publicaciones de imágenes con textos breves: «soltera», «quiero novia»; «en una

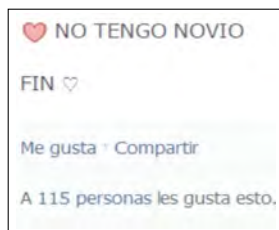


Imagen 1. Captura de muro de usuaria adolescente, sectores populares.

relación con», «¿quién quiere ser mi novio?»; «todos en pareja y yo sola». Nótese la popularidad (115 MG) de la imagen 1 en la que una adolescente actualiza su estado.

La publicación de autofotos suele ser una práctica medita-

da, dado que editan las fotos en pos de presentar la mejor imagen posible de sí mismos. Este constante juego de performances cruzadas en el que se expone la intimidad para generar una intimidad-entre-pares, alejada de los adultos, produce entre los adolescentes reiterados conflictos: por ejemplo, cuando un integrante de la pareja siente celos y falta de respeto de parte del otro, que a su entender «coquetea» con otros contactos. En este sentido, una práctica habitual de control es publicar desde el perfil de la pareja. Este recurso da cuenta de una intimidad mayor que implica cierta exclusividad. A continuación se observa cómo un adolescente varón ingresa al perfil de su novia para expresarle su amor y, al mismo tiempo, desalentar a los contactos que «se hacen los lindos» con ella y «marcar territorio».

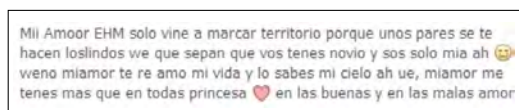


Imagen 2. Captura de muro de usuario adolescente, sectores medios.

4.5. Representaciones de género

Dado que la cotidianidad de una gran parte de los adolescentes de nuestra muestra transcurre en Facebook, es posible observar representaciones de género en la presentación de sí mismos y en la búsqueda de pareja. Esta investigación se circunscribe a las construcciones de género de varones y mujeres que desean o mantienen, al menos públicamente, vínculos sexo-afectivos heterosexuales, sin desconocer que esta dinámica también se encuentra presente en vínculos de gays, lesbianas y «queers». El trabajo de campo ha evidenciado que la red social cumple un rol clave en la organización del sistema de identificaciones y de la exhibición de diversos capitales puestos en juego en el proceso de construcción de género y búsqueda de pareja. Varios de sus primeros diálogos sexuales y amorosos, de los comentarios y contenidos que intercambian sobre su identidad y sus experiencias se desplie-

gan a través de este sitio. Esto se observa en las publicaciones sobre cómo configuran su «pareja ideal» (imágenes 3 y 4).

Tal como observamos en las imágenes 2, 3 y 4, es común la reivindicación de los celos, a la que adhieren

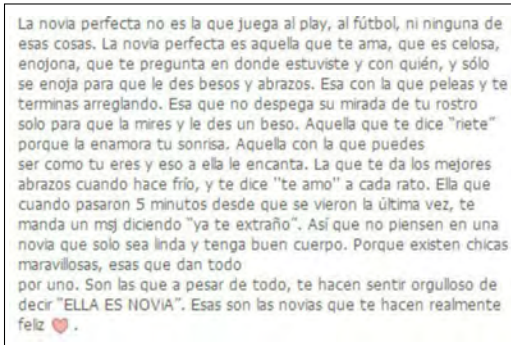


Imagen 3. Captura de muro de usuario adolescente, sectores medios.



Imagen 4. Captura de muro de usuaria adolescente, sectores populares.

a través de fotografías con pequeños textos personales como «sí, soy celosa, ¿y qué?». Al compartir o celebrar en sus muros este tipo de contenidos, demuestran su consenso frente a estos comportamientos. Por otro lado, las mujeres también se enorgullecen de su autonomía y buscan como pareja a un par sensible, «un compañero, amigo y amante», como declaran más de la mitad de las adolescentes entrevistadas.

«Para mí el novio ideal tiene que gustarme físicamente pero también como piensa. No tiene que ser solo lindo. Y tiene que tratarme bien. Si me pelea o me controla demasiado, no me gusta. Y tiene que tener iniciativa, llevarme al cine, a recitales, cosas así» (Mujer, sectores medios). «Mi novio ideal no sé. Que sea lindo, atento. Que le guste cocinar, que me escuche y sea bueno. Que le guste salir a caminar, pasear y hacer cosas juntos» (Mujer, sectores populares).

Tanto en sectores medios como populares, las prácticas digitales muestran la tensión entre los modos paradigmáticos de ser varón y mujer, dado que por momentos cuestionan y por otros reproducen las tradicionales representaciones de género. Una gran parte de los varones, tanto de sectores medios como populares, se permite publicar fotos y textos personales en los que exhiben —aunque más tímidamente que las mujeres— aspectos sensibles e íntimos. De este modo,

expresan cariño a familiares, amigos, amigas y parejas, o demuestran su tristeza por la ausencia de un ser querido o por su soledad. Hemos observado cómo los varones se permiten demostrar emociones y carencias afectivas, en evidente contraposición con las generaciones anteriores. De este modo, exhiben al resto de sus contactos sus redes afectivas y su sociabilidad, además de su capital social.

Los adolescentes publican textos personales escritos de modo coloquial, ágil y expresivo, con elementos tomados de la oralidad. A nivel temático, tanto en sectores medios como populares, las publicaciones más habituales abordan la amistad. La mayor expresividad afectiva de los varones adolescentes, visible tanto en las entrevistas como en los perfiles y muros, evidencia una nueva masculinidad que convive en tensión con los paradigmas tradicionales, como el de utilizar la violencia para imponer respeto o defender el territorio propio, o ser cínico frente a las demandas afectivas de mujeres u otros varones. A su vez, la mayor expresividad de las adolescentes acerca de su sexualidad y la reivindicación de su libertad para elegir con quién quieren estar, señala una mayor conciencia de género y un mayor empoderamiento del que tenían de modo mayoritario las generaciones anteriores.

5. Discusión y conclusiones

En esta investigación indagábamos en las prácticas comunes en Facebook de los adolescentes de sectores populares y medios de Buenos Aires. De manera similar a lo señalado por García y otros (2013) para el caso de adolescentes españoles, el mayor tiempo de uso se concentra en Facebook, juegos y streaming audiovisual, que supera a la descarga de contenidos. También en consonancia con García y otros (2013), el deseo de popularidad es una cuestión preponderante entre los adolescentes de Buenos Aires. Coincidimos en que las usuarias que poseen entre 15 y 17 años son las más activas. Al igual que para los adolescentes españoles y colombianos (Almansa & al., 2013), los de nuestra muestra deciden aceptar o rechazar solicitudes en cuestión de segundos. Aunque a diferencia de lo que afirman Valenzuela y colaboradores (2009), observamos que la pertenencia a Facebook contribuye a aumentar el capital social. Por otra parte, si bien coincidimos con Dillon (2013) en el rol central que ocupa el grupo de pares entre los adolescentes de Buenos Aires, nuestro aporte específico consiste en ampliar el foco a la pareja e indagar en la problemática de género.

La tendencia de los adolescentes a la exhibición de la intimidad se amplifica al compartirse en Red. Así, la

intimidad se representa, se exhibe e intercambia –selectiva pero cotidianamente– a través de la mediación de computadoras. Esta ponderación de contenidos personales es común a todos los grupos, aunque en cada uno tenga marcas particulares. En este contexto, nos interesa resaltar que el fin de esta exposición de intimidad es el encuentro y la sociabilidad con pares.

Los adolescentes de ambos sectores sociales se autopresentan con publicaciones personales, chatean con amigos, buscan pareja, gestionan sus capitales, dan cuenta de experiencias y relaciones sexo-afectivas, manejan su agenda de contactos y eventos, y se entretienen con prácticas lúdico-comunicativas como los juegos, el «prosumo» fotográfico y el «streaming». De este modo, su configuración identitaria y sociabilidad cotidiana se asocian a Facebook, el principal sitio donde exploran y refinan las relaciones con sus pares. En cuanto al género, por un lado extreman los estereotipos mientras que por otro lado los cuestionan.

Si bien existen diferencias en torno a los usos de esta plataforma, aquí nos hemos concentrado en las prácticas comunes que realizan más allá de su sector social. Como hemos visto, la publicación de contenidos personales y el uso de videojuegos son ejemplos paradigmáticos de esta confluencia de prácticas. Sin embargo, no desconocemos que hay prácticas y hábitos diferenciales que serán objeto de investigaciones posteriores.

Referencias

- ALMANSA, A., FONSECA, O. & CASTILLO, A. (2013). Redes sociales y jóvenes. Uso de Facebook en la juventud colombiana y española. *Comunicar*, 40, 127-135. (DOI: <http://dx.doi.org/10.3916/C40-2013-03-03>).
- BAYM, N. (2010). *Personal Connections in the Digital Age*. Cambridge: Polity Press.
- BENÍTEZ-LARGHI, S. (2013). Lo popular a partir de la apropiación de las TIC. Tensiones entre representaciones hegemónicas y prácticas. *Question*, 1 (38). (<http://goo.gl/lnUvub>) (10-10-2013).
- BERARDI, F. (2007). *Generación post-alfa. Patologías e imaginarios en el semiocapitalismo*. Buenos Aires: Tinta Limón.
- BOYD, D. & ELLISON, N. (2008). Social Network Sites: Definition, History and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230. (DOI: <http://dx.doi.org/10.1111/j.10836-101.2007.00393.x>).
- BOYD, D. (2008). Why Youth Love Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life. In D. Buckingham (Ed.), *Youth, Media and Digital Media*. Cambridge: The MIT Press.
- BOURDIEU, P. (1985). The forms of capital. In J.G. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. (pp. 241-58). New York: Greenwood.
- BUTLER, J. (1990). *Gender Trouble. Feminism and the Subversion of Identity*. New York: Routledge.
- CASTELLS, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.
- Cháneton, J. (2007). *Género, poder y discursos sociales*. Buenos Aires: Eudeba.

- DEZUANNI, M. & MONROY-HERNÁNDEZ, A. (2012). «Prosumidores interculturales»: creación de medios digitales globales entre jóvenes. *Comunicar*, 19 (38), 59-66. (DOI: <http://dx.doi.org/10.3916/C38-2012-02-06>).
- DILLON, A. (2013). Los vínculos y la conversación 2.0: miradas de adolescentes argentinos sobre Facebook. *Global Media Journal*, 19, 43-68. (<http://goo.gl/9wt9PG>) (11-10-13).
- FARQUHAR, L. (2012). Performing and Interpreting Identity through Facebook Imagery. *Convergence*, 19 (4), 446-471. (DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/1354856512459838>).
- GARCÍA, A., LÓPEZ-DE-AYALA, M.C. & CATALINA, B. (2013). Hábitos de uso en Internet y en las redes sociales de los adolescentes españoles. *Comunicar*, 41 (21), 195-204. (DOI: <http://dx.doi.org/10.3916/C41-2013-19>).
- HAYTHORNWHITE, C. (2005). Social Networks and Internet Connectivity Effects. *Information, Communication & Society*, 8 (2), 125-147. (DOI: <http://10.1080/13691180500146185>).
- HINE, C. (2000). *Virtual Ethnography*. London: Sage.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS (2010). *Censo Nacional de Población*. Buenos Aires: Instituto Nacional de Estadística y Censos.
- KEELEY-BROWNE, E. (2011). Cyber-Ethnography: The Emerging Research Approach for 21st Century Research Investigation. In G. Kurubacak & T. Yuzer (Eds.), *Handbook of Research on Transformative Online Education and Liberation: Models for Social Equality*. (330-238). Hershey, PA: Information Science Reference. (DOI: [10.4018/978-1-60960-046-4.ch017](http://dx.doi.org/10.4018/978-1-60960-046-4.ch017)).
- KRAUSKOPF, D. (2010). La condición juvenil contemporánea en la construcción identitaria. *Última Década*, 33, 27-42. (DOI: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-22362010000200003>).
- LINNE, J. (2013). *Adolescentes y redes sociales. Usos y apropiaciones de Facebook en sectores populares de la Ciudad de Buenos Aires. (Tesis inédita de maestría)*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- LINNE, J. & BASILE, D. (2013). La discoteca virtual. Búsqueda de pareja en adolescentes de sectores populares a través de Facebook. *Razón y Palabra*, 85. (<http://goo.gl/pFmigE>).
- LIVINGSTONE, S. (2009). *Children and the Internet. Great Expectations, Challenging Realities*. Cambridge: Polity.
- LÓPEZ, G. & CIUFFOLI, C. (2012). *Facebook es el mensaje. Oralidad, escritura y después*. Buenos Aires: La Crujía.
- MORUCHOWICZ, R. (2010). *La generación multimedia. Significados, consumos y prácticas culturales de los jóvenes*. Buenos Aires: Paidós.
- PALFREY, J. & GASSER, U. (2008). *Born Digital*. New York: Basic Books.
- PRENSKY, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9 (5), 1-6 (<http://goo.gl/hCEk2G>) (09-06-2012).
- RUBIN, G. (1975). The Traffic in Women: Notes on the 'Political Economy' of Sex. In R. Reiter (Ed.), *Toward an Anthropology of Women*. (157-210). New York: Monthly Review Press.
- SIBILIA, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: FCE.
- SUBRAHMANYAM, K. & GREENFIELD, P. (2008). Online Communication and Adolescent Relationships. *Future of Children*, 18 (1), 119-146. (DOI: <http://dx.doi.org/10.1353/foc.0.0006>).
- URRESTI, M. (2008). Ciberculturas juveniles: vida cotidiana, subjetividad y pertenencia entre los jóvenes ante el impacto de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información. In M. Urresti (Ed.), *Ciberculturas juveniles*. (pp. 13-66). Buenos Aires: La Crujía.
- VALENZUELA, S.; PARK, N. & KEE, K. (2009). Is There Social Capital in a Social Network? *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14, 875-901. (DOI: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1083-6101.2009.01474.x>).
- VALKENBURG, P. & PETER, J. (2009). Social Consequences of the Internet for Adolescents. A Decade of Research. *Current Directions in Psychological Science*, 18 (1), 1-5. (DOI: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-8721.2009.01595.x>).
- VAN-DIJK, J. (2013). 'You Have One Identity'. Performing the Self on Facebook and LinkedIn. *Media, Culture & Society*, 35 (8), 199-215. (DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/0163443712468605>).
- WEST, C. (1987). Doing Gender. *Gender & Society*, 1 (2), 125-151. (DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/0891243287001002002>).