



Estereotipos de género y valores en los Perfiles de Facebook.

El Caso de las Estudiantes de 1er Año de Comunicación Social de la FHyCs - UNJu.

Tesista:

Cintia Yesica Bitancur

Director: Dr. Ramón Burgos

Co - Directora: Dra. Verónica

Ficoseco

2015

Agradecimientos

La finalización de una tesis es la conclusión de una etapa que exige a mirar hacia atrás y ver el camino recorrido junto a las personas que formaron parte de él.

Es mi deseo antes que a nadie agradecer a mi familia, en especial a mis padres y hermanos que con ejemplo de trabajo, dedicación y esfuerzo, me han guiado durante toda mi vida y han sido los pilares fundamentales para la concreción de este anhelo.

A mis dos guías que me encaminaron y acompañaron en este trascorrir con gran predisposición y paciencia. Mi agradecimiento y admiración a Moncho y Verónica por las charlas, sugerencias, conocimiento y recomendaciones que me brindaron con gran afecto.

Las jóvenes estudiantes de la facultad significaron una pieza indispensable para soñar con este proyecto. Gracias a todas ellas por su solidaridad, curiosidad, tiempo y entusiasmo.

Un sincero agradecimiento a mi facultad que me albergó durante toda mi carrera, ofreciéndome un sinnúmero de anécdotas y experiencias compartidas en sus pasillos. Junto a ella, expreso mi gratitud hacia todos los profesores y profesoras con los que tuve la oportunidad de aprender, conocer y simplemente admirar.

A mis amigos y amigas de la vida, de estudio, del trabajo por el cariño, la comprensión y el aliento en esta etapa que concluyo con gran satisfacción.

Gracias a todas ellas que comparten la felicidad de esta victoria.

INDICE

Agradecimientos.....2

Introducción5

Cap. 1

Construcción Teórica

1.1. Antecedentes6

1.2. Marco teórico 12

1.2.1. Sociedad de la Información..... 12

1.2.2. Web 2.0..... 13

1.2.3. La Relación y participación en la Web 2.0 15

1.2.4. Los y las jóvenes en relación con las TICs 16

1.2.5. Hacia una conceptualización de Género 18

1.2.6. Las Mujeres y la Tecnología 19

1.2.7. Las Mujeres y la Imagen 20

1.2.8. Identidades 22

Cap. 2

Marco Metodológico.....24

2.1. Descripción Técnica de Facebook 26

2.2. El Perfil..... 28

Cap. 3

Análisis

3.1 Apreciaciones sobre Fotografías de Perfil y Portada..... 30

3.2 Estados Personales ¿Qué estas pensando? 33

3.3 Imágenes de Perfil.....41

| | |
|--|----|
| 3.4 Tipos de imágenes registradas | 45 |
| 3.5 Clasificación de las fotografías según la aparición de las jóvenes | 48 |
| 3.6 Imagen de Portada..... | 51 |
| 3.7 Participar en Facebook y en la Universidad | 53 |
| 3.8 Valores Sociales y Estereotipos de Género | 56 |
| A modo de conclusión | 60 |
| Bibliografía | 63 |
| Anexos | 68 |

Introducción

En la presente investigación se reflexionó sobre un grupo de jóvenes mujeres, ingresantes a la carrera de Comunicación Social de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales en el año 2013. En el estudio se hizo énfasis en la manera en que ellas construyen sus perfiles en la red social Facebook con el objetivo de descubrir la existencia de ciertos estereotipos estéticos, valores sociales y culturales que podrían intervenir en la construcción de sus perfiles y en la forma de exponerse y relacionarse con los demás participantes de la red social. El estudio se enfocó en las mujeres, debido a que ellas mantienen una relación particular y diferenciada con la tecnología, según se cree, persuadidas por los imaginarios y valores sociales que se cargan sobre las mismas. Es interesante analizar cómo se presenta la participación de las jóvenes en estos nuevos espacios de relación que ofrece la tecnología en un contexto local y en un ámbito universitario.

La inserción de la tecnología en la vida cotidiana de los y las jóvenes y su utilización en todos los órdenes de la vida, plantean nuevas formas de relacionarse que se llevan a cabo, entre otras maneras, mediante la utilización de las redes sociales. Sobre la confluencia de estas variables se pensó la investigación, considerando a las jóvenes ingresantes y su participación en la red social como objeto de estudio.

La tesis se encuentra organizada en 3 capítulos que estructuran el recorrido de la investigación. El primer capítulo recopila, expone y reflexiona sobre las posiciones teóricas desarrolladas en contextos tanto locales, nacionales como internacionales acerca de las principales categorías analíticas que rigen la investigación. Este capítulo está constituido por los antecedentes de la temática y el encuadre teórico.

El segundo capítulo se ocupa de explicitar la metodología usada en la recopilación de los registros tanto cualitativos como cuantitativos. En este apartado también se presenta una descripción de Facebook, disgregando su arquitectura y la funcionalidad de cada uno de sus segmentos.

El tercer capítulo se dedica a la reflexión y análisis de los recursos visuales y discursivos obtenidos durante el trabajo de campo. Además, se enfoca en la relación entre la participación en la red social y la inserción en el ámbito universitario.

El último apartado está dedicado a exponer las primeras conclusiones a las que se arribaron, con ciertos lineamientos para indagar en futuras investigaciones.

Cap. 1

Construcción Teórica

1.1. Antecedentes

La definición de la categoría “jóvenes” ha tenido diversos autores y autoras que han buscado desde distintas posiciones, precisar este concepto. Un enfoque interesante es el de la investigadora Florencia Saintout, quién plantea que “la juventud se hace históricamente en relación con una liminalidad que varía de una cultura a otra y en las diferencias de clase, de género, de etnia, de religión. Los límites de la juventud no son naturales, sino que son socialmente construidos y culturalmente compartidos, reforzados a través de ritos que marcan la entrada al mundo adulto de acuerdo con las épocas” (2012:1).

En los estudios sobre los y las jóvenes, también se encuentra el trabajo realizado por Rossana Reguillo Cruz. Esta autora sostiene que “los jóvenes van a ser pensados como un sujeto con competencias para referirse en actitud objetivante a las entidades del mundo, es decir, como sujetos de discurso, y con capacidad para apropiarse (y movilizar) los objetos tanto sociales y simbólicos como materiales, es decir, como agentes sociales” (2000:36). Los y las jóvenes se apropian del objeto material, como lo es el dispositivo técnico, para transformarlo en un canal simbólico de construcción social, de relación y de definición de identidades. La tecnología ofrece diversas opciones de utilidad para los y las internautas, pero una de las más importantes y que requieren especial atención, es la plataforma de Facebook, que se posiciona como líder entre el resto de las redes sociales, por la cantidad de usuarios y usuarias que lo utilizan mundialmente.

Una serie de estudios abordan la categoría de los y las jóvenes en relación con las TICs (Tecnologías de la Información y Comunicación), uno de ellos es el de Rossana Viñas y Laura Jaureguiberry (2012), quienes reflexionan acerca de los cambios que se generan en la modalidad de lectura y escritura en los y las jóvenes mediados por las TICs.

Por su parte Paula Porta, Bianca Racioppe, Natalia Zapata, y María Julia Poiré (2012) hacen referencia a la relación de los y las jóvenes y las TICs en la cotidianidad, con un especial apartado referido a la red social Facebook. A nivel internacional, se puede mencionar a Rosalía Winocur (2006) quien en el artículo “Internet en la vida cotidiana de los jóvenes”, analiza la irrupción de la tecnología en la vida cotidiana de un grupo de jóvenes universitarios.

Roxana Morduchowicz realiza un estudio acerca de las implicancias de las nuevas tecnologías en la vida cotidiana de los y las jóvenes “Las nuevas tecnologías les permiten a los adolescentes construir una relación con el otro más libre, para hablar de temas que de otro modo no abordarían. El chateo es un espacio propicio para secretos y confidencias difíciles de compartir cara a cara en la escuela” (2008: 95-96).

A través de la plataforma virtual, se plantea una nueva alternativa de relación, haciendo uso de los beneficios de una comunicación a distancia, sin la presencia de los cuerpos físicos, eliminando así las cargas sociales que pueda presentar la exposición de los mismos, siempre considerando las situaciones de relación que establecen los y las jóvenes. Se plantea como una plataforma que permite libertad de expresión y de exposición, donde los y las jóvenes tendrían la libertad de expresar lo que sienten, lo que creen, lo que opinan. Un espacio propicio para mostrarse y publicar sus imágenes de acuerdo a sus preferencias, para observar las imágenes de otros, etc. Facebook es la red social que más ha irrumpido en la vida y en la rutina de los y las jóvenes, ofreciendo un espacio diferente de socialización con sus pares, privilegiando la imagen y el discurso. Además, el consumo de esta herramienta continúa expandiéndose, si consideramos a los usuarios y usuarias móviles, que ya no requieren de la PC para el acceso a la plataforma, sino que lo realizan desde sus dispositivos móviles, en cualquier lugar y momento.

Sobre la aparición de esta nueva plataforma social se encuentran diversos artículos en la red, que ofrecen datos específicos de la cantidad de usuarios y usuarias a nivel mundial, de cómo se manifiesta ese nuevo fenómeno en la Argentina y la forma de acceso. Uno de estos sitios plantea que “en general Facebook es la red social más conocida a nivel mundial, el 85% de los/as usuarios/as de Internet conocen Facebook, siendo además la más conocida en todos los países o regiones del mundo, y menos conocida en Asia con el 40% de los/as usuarios/as que la conoce. Al contrario, en Sudamérica y Australia casi el 95% de los/as usuario/as conoce Facebook”¹. En relación a la Argentina, en abril de 2011 se presentó el estudio “Estado de Internet en Argentina” que aseguraba que “los/as argentinos/as pasan más de 8,8 horas al día en la red social”². Cabe mencionar que este sitio no especifica cuáles son las provincias en las que se basó el estudio, ni si Jujuy se encuentra entre ellas.

En el ámbito nacional se puede encontrar el trabajo de la investigadora Georgina Remondino, quien plantea en un artículo que “en esta nueva biopolítica, las bitácoras virtuales y redes sociales son dispositivos que permiten al sujeto realizar, a solas o con otros, ciertas prácticas sobre su cuerpo-o el registro digital de su cuerpo- sus pensamientos, sus conductas, su “manera de ser” con el fin de alcanzar cierto estado de complacencia consigo mismo; y en todo caso, un estado de complacencia también con su entorno social” (2009:192-193).

Otro abordaje importante es el realizado por Guadalupe López y Clara Ciuffoli (2012), con su obra “Facebook es el mensaje. Oralidad, escritura y después”, que plantea un análisis de la red social, indagando en los entramados de los cambios culturales, las

¹<http://www.rivassanti.net/notas-sobre-Las-Redes-Sociales/Estadisticas-de-volumen-de-usuarios-Facebook-y-Redes-Sociales.php> Recuperado el 18 de Octubre de 2012.

² <http://www.iabargentina.com.ar/index.php?q=prensa> Recuperado el 18 de Octubre de 2012.

nuevas formas de comunicarse, focalizadas en las dimensiones de la oralidad y la escritura.

En esta incorporación cada vez más recurrente de las redes sociales, se considera que la imagen (estética) que se muestra, es muy importante en la nueva forma de relacionarse. Decidir qué imagen brindar al otro, es una acción que no pasa desapercibida por las jóvenes. Lo importante es mostrar lo que se quiere que el “otro” vea de uno mismo, lo cual está atravesado por condicionantes sociales, ya que lo aceptable es lo conocido, lo convencional y lo que se ajusta con los patrones establecidos. En ese sentido, hablamos de un patrón estético, de un estereotipo que define la aceptación y pertenencia en la red social. Por ello resulta tan significativo indagar sobre las condiciones que llevan a una adolescente a mostrarse de una manera y no de otra.

En este sentido se han realizado investigaciones que intentan explicar que cuerpos son los permitidos en la red social. Carolina Di Próspero plantea que “en Facebook los cuerpos que importan se constituyen desde valores muy comunes en nuestra cultura occidental: ego, belleza, fortaleza, glamour, éxito personal, etc., representados en imágenes” (2009:3). Es importante dilucidar qué es lo que interviene en estas nuevas formas de comunicación, en la decisión de modificar el estado o subir una nueva imagen.

En los medios de comunicación es habitual registrar situaciones en la cual la mujer es expuesta como un “objeto”, legitimando cualidades correspondientes a estereotipos estéticos vigentes en la sociedad. Es interesante indagar cómo se manifiesta esta situación en la red social y en un contexto local.

En esta línea, es significativa la investigación realizada por Verónica Ficoesco, que analiza la imagen de mujer que expresan los medios gráficos de la provincia, en relación a la Fiesta Nacional de los Estudiantes. Entre sus conclusiones ella manifiesta que “la imagen de la mujer que se construye en la prensa, además de dejarnos percibir las identidades de géneros vigentes y el orden de relaciones sociales entre los mismos, marca la valoración de unas características por sobre otras. De esta forma la mujer jujeña es poseedora de los atributos más valorados en lo estético y lo moral, esto se pudo observar, por ejemplo, en la valoración preferente de los rasgos occidentales que realizaron los diarios, el describir la belleza de las reinas en base a características como el cabello rubio y los ojos claros, sin que se encuentren observaciones de este tipo respecto a los rasgos andinos” (2007:65).

Esta valoración a los rasgos occidentales de la estética, es apreciable también en el resto de los medios de comunicación. En este sentido, se han desarrollado investigaciones tendientes a exponer y visibilizar la forma en que los medios construyen la imagen de mujer. Sonia Santoro siguiendo a Gothmann, plantea “la mujer sigue apareciendo como objeto sexual. Y este ser objeto, dice Gothmann, se ve en dos planos. En el explícito, se presentan imágenes de mujeres atractivas, desprovistas de ropa, provocadoras; y se usa el cuerpo de la mujer para vender productos de los más variados.

En el implícito, subyace la idea de que la preocupación por tener un aspecto físico, básicamente delgado, bello y arreglado, es inherente a toda mujer, y es condición necesaria para tener éxito” (2007:148).

Una investigación de gran importancia es la desarrollada por Pierre Bourdieu, “La dominación masculina”, en donde el autor plantea que “la división entre los sexos parece estar en el orden de las cosas, como se dice a veces para referirse a lo que es normal y natural, hasta el punto de ser inevitable: se presenta a un tiempo, en su estado objetivo, tanto las cosas, como el mundo social, y en estado incorporado, en los cuerpos y en los hábitos de sus agentes” (2000:21).

Los medios de comunicación, en tanto han irrumpido en la vida cotidiana familiar y en la intimidad de las personas a tal punto que el consumo de ellos resulta necesario e imprescindible en la constitución de las identidades. Y en este proceso identitario, la joven se encuentra con estereotipos estéticos, que se plantean indispensables para lograr la aceptación, y por otro lado, surge la necesidad de diferenciarse de los otros, de la existencia de una alteridad para la conformación de la identidad y de su exteriorización (Reguillo Cruz, 2005:32).

En relación a los cambios que pueden suscitar un mundo globalizado, con Internet y las redes sociales; la autora manifiesta que “el mundo se desterritorializa, es cierto, con respecto al quiebre de un centro con la periferia, al discurso de un mercado que se globaliza y a la Internet y sus redes virtuales, pero solo para volverse a relocalizarse, a re territorializarse, es decir, a establecer sus nuevas coordenadas de operación” (Ibíd.: 65).

Participamos de un proceso que modifica los mecanismos de relación y de identificación, y en el cual las pantallas se posicionan como el elemento mediador. A través de ellas los y las jóvenes construyen y exponen sus patrones identitarios, diferenciándose de los otros y otras, posicionando la imagen corporal y la estética como primordial en la construcción de un vínculo social. “La identidad no es algo ya dado, inherente, inamovible, la identidad es algo que se construye en la interacción cotidiana, lo más importante no es tanto su exactitud sino su impugnabilidad, y esta impugnabilidad se logra a través de un proceso de legitimación en el que se busca la aceptación y el reconocimiento de la propia identidad” (Reguillo Cruz, 1995:31).

El impacto que la imagen tiene en “el otro”, representa un factor a tener en cuenta cuando se decide qué imagen usar de perfil o con cuales fotografías construir un álbum. Es apreciable que los estereotipos estéticos son siempre tenidos en cuenta cuando se decide mostrar los cuerpos en Facebook, es decir mostrarse bella, delgada, deslumbrante son algunas de las cuestiones que aparecen en las fotografías que se publican y que efectivamente responden a un estereotipo de belleza vigente en la sociedad.

Los estereotipos además de funcionar como modelos a los que se debe seguir, aparecen como barreras, que delimitan a quienes pueden entrar o pertenecer a determinados

sectores, espacios de la sociedad. La tecnología y las redes sociales, tienen una reciente utilización en la cotidianeidad de las personas, pero es el lugar en el cual se continúan reproduciendo procesos, selecciones, modelos, que circulan entre los cuerpos de quienes transitan en la ciudad.

En el ámbito de la academia local se han desarrollado distintos estudios tendientes a reflexionar sobre la tecnología, a partir de posturas disciplinarias diversas. Entre ellas se encuentra la Tesis de Licenciatura de Rubén Félix Agüero “La Babel Electrónica: chat en Internet, una descripción semiótica” (2005), un estudio pionero en esta área de investigación.

En otro estudio, que se constituyó en una Tesis de Licenciatura se indagó sobre el consumo y uso que estudiantes de colegios secundarios, del ámbito público y privado le otorgan a la plataforma Facebook (Fruyano, 2012). Es un importante antecedente, que analiza el uso y consumo de la red social por parte de los estudiantes de un colegio público y otro privado de la ciudad de San Salvador de Jujuy, considerando variables como el acceso, la posición geográfica y socioeconómica. Además, en otra investigación Wienhausen y Andrés (2012) analizan el consumo y uso de las redes sociales que realizan alumnos y alumnas de una universidad pública y una privada, también en el ámbito local.

En relación a los Estudios de Género y a los estudios referidos a las mujeres con la tecnología, han sido objeto de investigación desde diversas posturas, y a partir de ellas, han surgido nuevas corrientes teóricas en esta temática. Una de ellas es la corriente del tecnofeminismo, concepto acuñado por Judy Wacjman. La autora “aborda la irrupción de las tecnologías digitales y su peso a la hora de repensar las relaciones entre tecnología y género, entendidos como conceptos interconectados que se modifican mutuamente” (2006:298).

Otra corriente dentro de los Estudios de Género es la del ciberfeminismo, concepto que hace referencia a una “franca alianza con las tecnologías de la información y la cibernética, definiendo ese espacio virtual como un nuevo campo de lucha” (Causa. 2009:3).

Por otro lado, en investigaciones recientes se trabajó la relación que se establece entre los saberes tecnológicos y las mujeres. En este sentido Dafne Sabanes Plou (2004) plantea como se manifiesta la asistencia de las mujeres en las universidades y carreras técnicas, consideras áreas “duras” del conocimiento. La autora reflexiona por ejemplo, acerca de los valores tradicionales que operan sobre las mujeres, relacionados al desaliento de sus aptitudes para la ciencia y la tecnología.

Un antecedente también destacable de la misma autora, es un artículo titulado “Tecnologías de la información y la comunicación para una comunicación no sexista” del año 2012, donde se plantea un recorrido por los nacimientos de las TICs y como las

mujeres con el paso del tiempo, se fueron apropiando de una u otra manera de esta nueva herramienta de comunicación.

Otro campo en el que también realiza estudios Sabanes Plou, es la violencia de género ejercida en entornos virtuales. La autora en uno de sus artículos publicados manifiesta que “las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) se han convertido en poco tiempo en nuevos canales para ejercer la violencia hacia las mujeres. Internet, un espacio que durante muchos años facilitó el intercambio, la participación y la democratización de las comunicaciones, con el auge de la comercialización del ciberespacio ha logrado transformarse en un lugar donde también se expresa la discriminación y la violencia hacia las mujeres” (2006:1). También se puede mencionar a Silvia Elizalde (2012), que escribe el artículo “La juventud en la mira de las ciencias sociales, los medios y las leyes. Preguntas y desafíos sobre las diferencias de género y sexualidad”, en donde analiza que operaciones de sentido se producen al relacionar las categorías de clase, género, edad y sexualidad.

La reflexión acerca de la relación de las mujeres con la tecnología digital, también fue analizada en la producción denominada “Internet en código femenino. Teorías y prácticas”, coordinado por Graciela Natansohn (2013).

En la esfera local también se puede mencionar la Tesis de Licenciatura de Comunicación Social de Andrea Noelia López (2011), que investiga y analiza el papel de las mujeres en una organización social que se asienta en la Provincia de Jujuy. Este estudio constituye un antecedente debido a que se enfoca en analizar el trabajo de las mujeres en campos considerados como masculinos, disputando o negociando espacios de poder y autoridad, históricamente reservados para los varones. En este aspecto radica cierto paralelismo con la presente investigación.

Analizar y visibilizar la situación de las mujeres con la tecnología a nivel local, y en particular con una red social se constituyó en un desafío de gran importancia. A partir de allí se determinó cómo se manifiesta un estereotipo estético hegemónico en la manera que las mujeres eligen mostrarse y posteriormente, relacionarse en Facebook.

1.2 Marco Teórico

El auge vertiginoso de Internet a partir de la década de los '90, con su irrupción en la vida doméstica y cotidiana de las personas, presenta una serie de cambios y transformaciones, que en el contexto sociocultural en el que participamos, no se remiten exclusivamente al acceso de los servicios de Internet, sino también a otros aspectos relacionados al uso y apropiación de las herramientas que ofrece el espacio virtual. Como menciona Roxana Morduchowicz, “no existe una relación lineal entre acceso y uso. El acceso no asegura el uso y el uso no significa acceso. Entre ambos hay un contexto, un significado, un entorno” (2008:34). Para poder comenzar a abordar la investigación, es necesario referir a una serie de conceptos teóricos en los que se apoya el estudio.

1.2.1. Sociedad de la Información

En primera instancia es preciso abordar el concepto de Sociedad de la Información, que se encuentra en construcción, pero a pesar de ello, algunos teóricos se aproximaron a una definición. Martín Becerra enuncia que Sociedad de la Información trata de “transformaciones socioeconómicas cardinales en la estructura de las sociedades en los países centrales. La estructura económica es transformada y con ella el conjunto de relaciones sociales” (2003:35). Este concepto refiere a cambios sustanciales en distintos aspectos de la sociedad, como lo son el económico, el político y el aspecto social. Si miramos el contexto latinoamericano y nacional, las acciones económicas estratégicas para el fortalecimiento de la Sociedad de la Información, y el avance tecnológico son aún insuficientes, si lo comparamos con el gran desarrollo económico y tecnológico de los países centrales.

Según menciona este autor, la Comisión Europea otorga una serie de implicancias de la Sociedad de la Información: “en lo económico: permite expandir el mercado, aprovechar la convergencia tecnológica; en lo social: permite un acceso más directo a las fuentes de conocimiento y en lo político: permite nuevas oportunidades de participación en una democracia de tipo asambleario (Ibíd.:33).

La Sociedad de la Información es caracterizada como una sociedad en donde es más fácil y rápido transmitir conocimiento, es decir, transmitir información. Es por esto que algunos académicos y académicas eligen llamarla Sociedad del Conocimiento³. Es una

³ En los estudios teóricos se plantean una serie de variantes conceptuales que hacen alusión a un mismo proceso. Todas estas definiciones intentan definir, entender, reconocer los cambios sociales que se producen con base en la tecnología. Algunas corrientes de investigación hacen referencia a la Sociedad Red, Sociedad del Conocimiento, Tecnosociedad, etc.

nueva forma de manejar el conocimiento, utilizando y convirtiendo la información que circula, en un componente transformador de la calidad de vida de las personas.

Otra acepción plantea que “se entiende a la Sociedad de la Información como un determinado nivel de desarrollo social, económico y tecnológico caracterizado por la participación de diversos agentes (gobierno, empresas, investigadores, centros tecnológicos, organizaciones sociales y ciudadanos) dispuestos a generar, difundir y usar la información para la producción de conocimiento económicamente útil (innovación) a los fines del desarrollo” (Valenti López. 2002:02). Son tres los niveles que convergen para consolidar la Sociedad de la Información, y deben actuar en conjunto y de manera coordinada para generar la participación de los diversos agentes de manera equitativa. La circulación de la información en esta nueva Sociedad, adquiere un sentido económicamente útil y beneficioso para el desarrollo.

Uno de los niveles que caracterizan a la Sociedad de la Información, es el nivel social. Se considera que contribuirá a nuevas formas de acceso a gran cantidad de información disponible, aumentando de esta manera la capacidad de producción y los costos de los mismos. En esta nueva Sociedad se manejan grandes volúmenes de información, que son compartidos y utilizados por un creciente número de usuarios y usuarias que hacen uso de estas nuevas posibilidades.

Con el paso del tiempo, se realizan cada día más actividades virtuales, que complementan las desarrolladas en la vida real, “offline” y cotidiana. No se considera que las acciones realizadas en el entorno virtual se separen completamente de las actividades denominadas reales, y en este sentido Alejandro Piscitelli decía que “las actividades virtuales no eliminan a las físicas sino que amplifican su importancia” (2002:205).

1.2.2. Web 2.0

Desde la Web 2.0, la revolución en las formas de participación en el espacio virtual ha sido significativa, la intervención y producción activa en los contenidos que circulan, y la significación en la vida cotidiana de los usuarios y usuarias, genera cambios sustanciales.

Una de las características más importantes que se le atribuye a la Web 2.0, es la participación de los usuarios y usuarias en la generación de contenidos virtuales, “el usuario deja de ser sujeto pasivo, receptor de información como en los sitios estáticos antiguos; en la Web actual el usuario toma el papel protagónico y participa activamente aportando información que comparte con el resto de la comunidad. Es por esto que los límites se desdibujan y superponen. Un mismo usuario es receptor y emisor de contenidos al mismo tiempo. Esta característica fundamental se da en la mayoría de los ejemplos de la Web 2.0, ya que un proyecto de tales características sólo puede lograr el

éxito esperado con la participación del usuario” (Zanoni, 2008:29-30). A diferencia de la primera Web 1.0, en la cual los usuarios eran pasivos o pasivas, en la nueva Web el rol de los usuarios y usuarias cambia sustancialmente.

Las diferencias entre la Web 1.0 y la Web 2.0 pueden exponerse en el siguiente cuadro, propuesto por Zanoni (2008:32):

| Web 1.0 | Web 2.0 |
|-------------------------------|-----------------|
| Leer | Escribir |
| Navegar | Conectarse |
| Consumir | Compartir |
| Geocities | Wordpress |
| HTML, JAVA | AJAX, RSS |
| Hotmail | Gmail |
| Directorios | Etiquetas, Tags |
| Enciclopedia Británica online | Wikipedia |
| Texto y Fotos | Audio y Video |

Los avances en materia tecnológica continúan en proceso hacia una Web 3.0, que se bien aún no presenta una definición muy clara, se vislumbra que permitirá una renovación en la búsquedas que se realizan en la Web, generando entre otras cosas, una búsqueda por necesidad, la construcción de una gran base de datos para los buscadores, la configuración de una Web semántica, con la intervención precisa de la tecnología 3D, etc.

El énfasis está puesto en los usuarios y usuarias, y en lo que ellos y ellas puedan realizar con las nuevas herramientas tecnológicas, “este fenómeno posee unas características internas precisas que implican la aparición de un nuevo tipo de usuario de Internet, con unas propiedades psicográficas determinadas. Estos usuarios se comunican y se relacionan de un modo singular” (Vera, 2011:11).

El uso de las TICs en este nuevo paradigma de la Web 2.0, con Internet como principal elemento de transformación, generan cambios en las relaciones sociales, aportando un componente trascendental que es el de la interactividad, que propicia la comunicación a distancia, y de manera instantánea.

1.2.3. La relación y participación en la Web 2.0

En estas formas de utilización y participación que propicia la Web 2.0, son los y las jóvenes quienes tienen un papel notable, son reconocidos y reconocidas como “nativos digitales”. Mark Prensky, los y las caracteriza como “que han nacido y se han formado utilizando la particular “lengua digital” de juegos por ordenador, vídeo e Internet” (2010:5). Ellos y ellas han nacido y se han socializado desde su niñez con las nuevas herramientas tecnológicas, utilizándolas en su vida diaria, casi de manera natural, para todo tipo de actividad, pero especialmente para comunicarse y entablar relaciones sociales a través de ellas.

En la configuración de una definición de “nativos digitales”, Luis Maram plantea que “es el término que describe a los menores de 30 años, que han crecido con la tecnología y, por lo tanto, tienen una habilidad innata en el lenguaje y el entorno digital. Las herramientas tecnológicas ocupan un lugar central en sus vidas y dependen de ellas para todo tipo de cuestiones cotidianas como estudiar, relacionarse, comprar, informarse o divertirse” (2010:1). La estrecha relación que se presenta entre los nativos digitales y las TICs, es una relación que se observa en la cotidianidad, pero también es preciso reconocer que esta correspondencia está atravesada por cuestiones vinculadas a la posición económica, la ubicación geográfica, la variable educativa, etc.

La participación constante de los y las jóvenes en la Web genera una indiscutible hiperconexión que impide trazar una línea divisoria entre un mundo “offline” y otro “online”, ya que en la construcción de redes y vínculos sociales, ambos de complementan y se retroalimentan. En este sentido, “se puede decir que la vida cotidiana se ha hecho muy virtual y vivir es estar conectado a la Red” (Cáceres Zapatero y Morales Corral, 2014:162).

En la construcción teórica que se desarrolla sobre las TICs, se estructuran diversas configuraciones. Una de ellas permite abordar el concepto/metáfora de “cyborg” (Haraway, 1991) que alude a un ser mitad máquina, mitad organismo, es decir, reflexiona en un desdibujamiento en los límites entre máquina y ser vivo. Esta autora conforma una metáfora al plantear que los seres sociales son máquina y organismo a la vez y se refiere a que no se puede pensarnos sin pensar a las máquinas y no podemos pensar a las máquinas sin pensar lo social, las considera cosas inseparables. No insiste en un demonizar la tecnología y la ciencia, sino por el contrario en considerarla como parte del proceso social. Esta amalgama de ser vivo y máquina, permitió pensar en un mundo sin dualismos de género.

En esta investigación no se hace foco exclusivamente en el acceso a las herramientas tecnológicas, ni específicamente al acceso de los y las jóvenes a Internet, sino particularmente en cómo se manifiestan las relaciones que se establecen en la comunidad virtual.

Por ello es prioritario comenzar a delinear el concepto de juventud, o de jóvenes, según otros y otras teóricos y teóricas, para posteriormente articular con las corrientes que estudian la vinculación exclusiva entre los y las jóvenes; y las nuevas herramientas de socialización que ofrece la Web, las redes sociales.

1.2.4. Los y las Jóvenes en relación con las TICs

En relación a los estudios sobre los y las jóvenes se encuentran distintas vertientes teóricas que intentan definir esta categoría. Una conceptualización apropiada para esta investigación es la desarrollada por Florencia Saintout. Esta autora refiere que “la juventud se construye históricamente en relación a una liminalidad que varía de una cultura a otra y en las diferencias de clase y de género. Los límites de la juventud no son naturales sino que son socialmente contruidos y culturalmente compartidos, reforzados a través de ritos que marcan la entrada al mundo adulto -la juventud está marcada por un sucesión de ritos de salida y entradas- de acuerdo a las culturas” (2007:20).

En los estudios académicos se han realizado distintas propuestas, las cuales han abordado con distintas perspectivas a los y las jóvenes, otorgándoles ciertas características, estigmatizaciones y supuestos inherentes a su condición de “joven”. En un estudio realizado por Georgina Remondino y Valeria Chomnalez se plantea que “aunque podemos reconocer, actualmente trabajos que corroboran cada vez con mayor vocación microscópica, divisiones y rasgos diferenciales intra e inter sociales, notaremos que, paralelamente, subsisten enfoques que hacen de los jóvenes, actores sociales depositarios de diversas miradas homogeneizadoras y exotizantes” (2009:3).

En este apartado se pretende visibilizar las distintas posiciones desde las que se reflexiona sobre los y las jóvenes, realizando un análisis de las diversas representaciones que se han realizado sobre estos sujetos, intentando definirlos, identificarlos o calificarlos.

La presente investigación sienta sus bases en la conceptualización de juventud que construye Saintout, otorgando una significación histórica y social a la construcción de una definición de la categoría. Las caracterizaciones que se les atribuyen a los y las jóvenes están profundamente atravesadas por dimensiones sociales, culturales, de género y de clase, lo cual hace imposible teorizar de manera homogénea sobre la categoría que nos ocupa.

Por otro lado también se puede reflexionar sobre la posición teórica que propone Reguillo Cruz, al considerar a los y las jóvenes como “un sujeto con competencias para referirse en actitud objetivante a las entidades del mundo, es decir, como sujetos de discurso, y con capacidad para apropiarse (y movilizar) los objetos tanto sociales y simbólicos como materiales, es decir, como agentes sociales” (2000:36). La conceptualización que plantea esta investigadora posiciona al joven en una condición de

actor social, con intervención y apropiación de su realidad, es decir, lo define en términos socioculturales.

Ambas aproximaciones no se reducen a una definición por sus características biológicas, establecida a través de la edad, sino que por el contrario, se asientan en una definición que reconoce sus roles sociales en la realidad en la que se desarrollan, apelan a un concepto relacional, y consideran determinante el contexto cultural y social en el que participan.

Otra aproximación al concepto de juventud, que se puede considerar, y que contribuye a reforzar la línea de pensamiento que guía esta investigación, plantea que “ser joven es un abanico de modalidades culturales que se despliegan con la interacción de las probabilidades parciales dispuestas por la clase, el género, la edad, la memoria incorporada, las instituciones” (Margulis y Urresti, 2008:10). Si bien no existe una definición unívoca de la categoría juventud, las posiciones que se encuentran en circulación coinciden en reconocer que no hay una juventud, o un ser joven de manera homogénea, sino un abanico de juventudes, que se definen por su posición social, cultural, económica, geográfica, educativa, etc.

La dicotomía conceptual jóvenes y TICs, se presenta considerando los nuevos y variados usos que los y las jóvenes realizan de los instrumentos y herramientas tecnológicas. Debido a estas masivas intervenciones de la tecnología en la vida cotidiana, la nueva estructura sociocultural ha recibido diversas denominaciones, tales como “cibercultura”, “cultura digital”, para destacar la importancia y el uso de la tecnología en la vida social de cada sujeto.

Para los fines de esta investigación, es interesante destacar la relación que se construye en torno a las TICs y los y las jóvenes. La vinculación que se establecen entre las TICs y los y las jóvenes está atravesada por el consumo que hacen de las herramientas que les ofrece la tecnología.

Las industrias culturales⁴ ofrecen una variada gama de herramientas que resultan de gran importancia para configurar la identidad de los y las jóvenes, la vida cotidiana está atravesada por el consumo de las industrias culturales y de los medios de comunicación, tanto los tradicionales como los que emergen mediados por herramientas tecnológicas.

El consumo de las TICs permite, entre otras cosas, el establecimiento de relaciones sociales virtuales, que se constituye en un componente destacable en la construcción identitaria de los y las jóvenes. “Los jóvenes de hoy son la generación multimedia”

⁴ El concepto de Industria Cultural fue descrito por los teóricos alemanes Theodor Adorno y Max Horkheimer entre el año 1944 y 1947. Se refieren a la industria del entretenimiento y plantean que el capitalismo ocasiona la producción en serie de las obras culturales, lo que contribuye a afirmar el orden social vigente, propiciando la desaparición de toda autonomía y crítica de los receptores.

plantea Morduchowichz (2008:120), refiriéndose a que no solo realizan un uso de la oferta mediática, sino porque además usan en simultaneo diversas herramientas tecnológicas, socializando a través de todas ellas, de manera sincrónica.

1.2.5. Hacia una conceptualización de “Género”

La noción de género se conforma como producto de un camino recorrido, de la transición de los primeros llamados Estudios de la Mujer a los Estudios de Género. El surgimiento de este concepto en la academia se debe a la aparición paulatina y la lucha incansable de los colectivos feministas, que emergieron de las sociedades reclamando derechos, visibilizando la dominación masculina y pregonando igualdad. Los incipientes movimientos feministas, en un principio, solo reconocidos en los países industrializados, lograron extenderse al resto de los países, incitando a cada vez más mujeres en la militancia feminista.

Los rastros de los Estudios de la Mujer, con producción académica e investigación científica, se encuentran desde aproximadamente la década de los `60, momento en el cual dice Mabel Belucci “la bandera emblemática será la liberalización: para los países subdesarrollados, contra la tutela colonial; para los jóvenes, contra las trabas mentales y las inhibiciones sociales; para las minorías, contra la cultura etnocentrista hegemónica, y para las mujeres contra el poder sexista” (1992:6). El nacimiento de estos movimientos se presenta en contexto de lucha y revolución social.

Las mujeres son ubicadas en un contexto que las degrada, excluye e ignora como ciudadanas, atribuyéndole el espacio doméstico y reproductivo por su evidente estado natural. En este sentido Amelia Valcarcel describió el pensamiento de ese período “no se puede ser mujer y ciudadano, lo uno excluye lo otro. Pero esta exclusión no es una merma de derechos, ya que no podrían ser acordados a quien no los necesita porque es la propia naturaleza quien se los ha negado. Las mujeres son, consideradas en su conjunto, la masa pre-cívica que reproduce dentro del Estado el orden natural. No son ciudadanas porque son madres y esposas” (2000:05).

A partir de la década del `60, con la llamada “segunda ola” del feminismo, se ha establecido este concepto, para referirse a, según Joan Scott, “las construcciones culturales, la creación totalmente social de ideas sobre los roles apropiados para mujeres y hombre. Es una forma de referirse a los orígenes exclusivamente sociales de las identidades subjetivas de hombres y mujeres. Género es, según esta teoría, una categoría social impuesta sobre un cuerpo sexuado” (Scott.1990:28). El concepto de “género”, en esta acepción se esgrime como una categoría de análisis social, lo cual permite la referencia a lo masculino y lo femenino. A diferencia de la primera ola, caracterizada en la lucha por la igualdad de los sexos, esta segunda ola lucha por la liberación de las mujeres y la igualdad de la diferencia. En este período la lucha de los movimientos

feministas se concentró en lograr el sufragio y la educación, ambos derechos solo concedidos a los hombres.

Con el comienzo de la década de los ´80, y a pesar de los logros obtenidos con el voto y la educación, las mujeres no habían conseguido una posición paritaria respecto de los varones. La tercera ola del feminismo se propone “la finalización de las reformas legales todavía en curso y la evaluación de las ya realizadas” (Valcarcel, 2000:17).

La “visibilidad” se convirtió en el objetivo, con el propósito de establecer que se continuaba con el prestigio del lado varonil. En este sentido, Valcarcel planteó “el pequeño feminismo presente en los poderes públicos reclamo la visibilidad mediante el sistema de cuotas y la paridad por medio de la discriminación positiva” (Ibíd.:17).

La diferencia entre los sexos masculino y femenino estuvo marcada históricamente por una diferencia que partía desde el orden biológico, hasta extenderse a las posiciones de ambos en el mundo social. Bourdieu plantea que “la fuerza del orden masculino se descubre en el hecho de que prescinde de cualquier justificación: la visión androcéntrica se impone como neutra y no siente la necesidad de enunciarse en unos discursos capaces de legitimarla” (2000:22). El poder de superación y dominación que se le asigna a lo masculino, aparece como natural y normal en las sociedades, sembrando un camino de divisiones y desigualdad en diversos ámbitos.

Existe un orden de la sexualidad que trasciende a un orden social, allí actúa definiendo posiciones sociales, acciones permitidas y aceptadas según el sexo de que se trate. Bourdieu planteaba “la diferencia biológica entre los sexos, es decir, entre los cuerpos masculino y femenino, y, muy especialmente, la diferencia anatómica entre los órganos sexuales, puede aparecer de ese modo como la justificación natural de la diferencia socialmente establecida entre los sexos, y en especial de la división sexual del trabajo” (Ibíd.:24).

1.2.6. Las mujeres y la tecnología

Son variados las posturas y reflexiones teóricas que se han esbozado en relación a la dicotomía mujer- tecnología. En los estudios académicos se visibiliza una corriente interesante, la del ciberfeminismo, que se define como “una reacción frente al pesimismo de los planteamientos feministas de la década de 1980, que insistían en la naturaleza inherentemente masculina de la tecnociencia. En contraste con ello, el ciberfeminismo subraya la subjetividad y la agencia de las mujeres, así como los placeres inmanentes a las tecnologías digitales” (Wacjman, 2006:100). Sadie Plant fue la principal defensora de esta corriente de pensamiento, que cuestionaba la concepción negativa e inherentemente patriarcal de la tecnología presente en otras corrientes.

A su vez, Wacjman también plantea “la idea de que la propia tecnología occidental encarna los valores patriarcales y que su proyecto consiste en la dominación y el control

de las mujeres y de la naturaleza es un precepto importante del feminismo radical, del feminismo cultural y del ecofeminismo” (Ibíd.: 33). Estos supuestos del feminismo radical defendían las posturas que aceptaban sin cuestionamientos la diferencia entre los géneros, y reconocían las características consideradas específicas de lo femenino.

Otra corriente de gran importancia en los estudios de género y las mujeres, es la del tecnofeminismo, que ya no plantea una concepción aislada ni nociva de la tecnología, sino que expone una idea de construcción conjunta, los entiende como conceptos interrelacionados, que se conectan y se relacionan continuamente.

Judy Wacjman es la principal teórica que ha desarrollado este concepto y manifiesta que “cierto tecnofeminismo emergente concibe una relación mutuamente conformadora entre género y tecnología, en la que la tecnología es al mismo tiempo fuente y consecuencia de las relaciones de género. En otras palabras, podemos imaginar que las relaciones de género se materializan en la tecnología, y que a su vez la masculinidad y la femineidad adquieren su significado y carácter a través de su adscripción a máquinas en funcionamiento y de su integración en las mismas” (2006:161-162). Es un concepto que propone y piensa a la mujer como agente activa y participante de las tecnologías, que se conforma en su integración con ellas. Parten de reflexionar en un sistema tecnológico conformado en base a la exclusión de las mujeres o a una construcción de una relación negativa entre la mujer y la tecnología que legitima ciertos estereotipos. Esta corriente permite pensar en disputar esas premisas y proponer la participación de las mujeres en tecnologías, no solo con la obligación de reproducir roles estereotípicos.

1.2.7. Las mujeres y la imagen

La imagen que se muestra en la red, tiene la misma o una mayor importancia que la que se proyecta en la vida real, “offline”. La imagen allí adquiere diversos interrogantes, que condicionan las formas, los estilos, y los contextos en los que son publicados.

La simbología que empapa todo acto social, se hace presente en el momento de decidir y construir qué imagen mostrar, y exhibir y cuales resguardar del ámbito digital. Frascara plantea “siempre es difícil decodificar la simbología que nos rodea; es aparentemente más difícil que decodificar el significado de las formas de otra cultura. ¿Qué expresa mi ropa? ¿Qué expresa mi manera de caminar, de sentarme, el tono de mi voz?” (2006:29). En el contexto sociocultural operan estructuras significantes que determinan qué conductas, qué apariencia, qué contextos son los permitidos socialmente.

La imagen que se proyecta a los demás “cohabitantes” en la comunidad virtual, está atravesada por estructuras significantes de gran importancia, que operan legitimando o deslegitimando lo que se muestra. Lo conocido es lo aceptable, lo desconocido es apreciado como raro, fuera de contexto, y sin ningún sentido. Los estereotipos actúan

como los reguladores de estas cuestiones, una imagen simplemente se asemeja a un estereotipo o lo rechaza. Los estereotipos además de funcionar como modelos a los que se debe seguir, aparecen como barreras, que delimitan a quienes pueden entrar o pertenecer a determinados sectores o espacios de la sociedad. La tecnología y las redes sociales, tienen una reciente utilización en la cotidianidad de las personas, pero es el lugar en el cual se continúan reproduciendo procesos, selecciones, modelos, que circulan entre los cuerpos de quienes transitan en la ciudad.

Frascara plantea que “los estereotipos son como solidificaciones de significado; originados en símbolos fluidos devienen rígidos y casi arbitrarios en cierto momento, en que se los reconoce sin duda por lo que intentan representar” (2006:43). El cuerpo se presenta como el principal disparador de cuestiones ligadas a la aceptable o lo rechazable, que cuerpos pueden participar de una comunidad virtual y cuales tienen el espacio denegado. El cuerpo de la mujer es percibido y representado de acuerdo a las estructuras mentales de reconocimiento que operan en toda circunstancia. Bourdieu planteaba que el cuerpo es percibido como “un producto social que depende de sus condiciones sociales de producción a través de diversas mediaciones, como las condiciones de trabajo y los hábitos alimenticios” (2000:84).

El reconocimiento de una imagen, está inherentemente seguida de su aceptación o negación, los estereotipos juegan e intervienen en la percepción de manera notable, el acto de percibir no puede desprenderse de las estructuras mentales y las configuraciones sociales que imperan en una comunidad. Frascara dice que “percibir una imagen no es meramente un acto cognitivo; o en otras palabras, los actos cognitivos no son, en general, exclusivamente racionales” (2006:63). Las construcciones culturales, las operaciones de significación actúan e intervienen en la forma de significar el mundo y sus actores casi de manera imperceptible.

En relación a la aparición de los cuerpos, y a sus formas de exponerlos, Caggiano plantea que “es preciso prestar atención, en primer lugar, a las apariciones y las desapariciones de cuerpos en la imágenes, a quién se ve (es visto) y quién no en el paisaje visual con que se imagina la comunidad y sus límites, quiénes son mostrados, con qué características, en qué lugares y períodos de tiempo, haciendo qué cosas, junto a quienes (2009:39). Las apariciones y desapariciones son reflexiones de gran consideración, debido a que contribuyen a identificar operaciones que se realizan en la construcción de las imágenes, las posturas, escenarios que los y las jóvenes comparten en la comunidad virtual.

El acto de mirar, no se reconoce como un evento neutro y vacío de significación, sino que por el contrario, la acción de “mirar” lleva consigo todo un bagaje cultural, social, geográfico que de alguna manera se asienta en quien o quienes son mirados y miradas, e implica un reconocimiento de espacios, escenarios, características, posiciones, etc. En este sentido Caggiano dice que “aprender a mirar (y a repetir la mirada sobre) colores de piel, cabellos, formas del rostro, y sobre vestimentas, adornos y peinados es también y

conjuntamente aprender a mirar los lugares en que aparecen, las tareas que realizan, las posiciones que ocupan (y viceversa) (Ibíd.:142).

El cuerpo se presenta, siguiendo a Caggiano, como “efecto de un modo de ver que es antes que nada histórico y cultural” (Ibíd.:32). A través de la imagen del cuerpo, se escenifica y se materializa la persona en el imaginario y en las representaciones sociales. Es decir, la imagen y sus características representan socialmente a la persona poseedora de esa imagen, dotándola de creencias, valores, posición social, económica, educativa, etc.

La imagen de la mujer es una de las tantas que reciben ciertas suposiciones y maneras de mirar, debido a cargas sociales, culturales que se posan sobre ellas. Bourdieu planteaba “todo, en la génesis del hábito femenino y en las condiciones sociales de su actualización, contribuye a hacer de la experiencia femenina del cuerpo, el límite de la experiencia universal del cuerpo-para-otro, incesantemente expuesta a la objetividad operada por la mirada y el discurso de los otros” (2000:83). Un cuerpo expuesto a la mirada del “otro”, como cualidad necesaria e inherente a la condición de mujer, para integrarla y que forme parte del entorno social y simbólico. El cuerpo para el “otro” representa esa idea en que es encasillada la imagen y el cuerpo de una mujer. Como críticamente lo ha planteado Caggiano, “la mujer para ser mirada” (2009:68), haciendo énfasis en la forma en que se posiciona a la imagen de la mujer en los repertorios visuales nacionales.

1.2.8. Identidades

Los y las jóvenes representan un grupo que ha recibido ciertas suposiciones, y clasificaciones con respecto a las identidades que poseen. Si es una identidad construida, en disputa, o si es una identidad implantada, e igual para todos y todas que comparten esta etapa biológica de la vida, o si es una identidad por imitación, por posición social, económica, por ubicación geográfica, o tal vez por el consumo, en el mundo globalizado. Realizar un apartado teórico sobre estudios referidos a las identidades, en una investigación que tiene a las jóvenes como centro de atención, se torna en un camino complejo de transitar.

Desde una primera aproximación, la identidad puede ser comprendida como “construcciones simbólicas que involucran representaciones y clasificaciones referidas a las relaciones sociales y las prácticas, donde se juega la pertenencia y la posición relativa de personas y de grupos, tanto en un plano real como en uno imaginario, como trazos clasificatorios auto y alteratribuidos manipulados en función de conflictos e intereses en pugna, que marcan las fronteras de los grupos, así como su naturaleza y límites” (Martin, 2011:176). Las identidades remiten a un proceso complejo que presenta diversas aristas y en donde intervienen diversos elementos. Algunos teóricos y teóricas deciden referir una división entre una identidad individual y otra colectiva,

marcando cierta relación entre ambas. Dice Martín que la identidad individual “se afirma y reconoce en los contextos de interacción y comunicación social, define su propia especificidad respecto de la de otros por la presencia de ciertos rasgos distintivos por los cuales el individuo se ve a sí mismo y es reconocido como perteneciendo a una serie de colectivos, poseyendo una serie de atributos y portando un pasado biográfico inmodificable” (Ibíd.:176).

En el recorrido por una aproximación al concepto, es interesante observar cómo operan estas distintas formas de comprender las identidades, pero emerge un aspecto común a todas ellas, y que se posiciona como universal en las ciencias sociales. En este sentido, se hace referencia a la concepción de la identidad o de las identidades como construcciones sociales, en constante movimiento y cambio. Así lo define por ejemplo Cocco, la investigadora plantea que “la identidad está en constante reconstrucción porque surge de la actividad social de los sujetos humanos que interactúan *en y a* partir de contextos determinados” (Cocco, 2003:21).

La ubicación geográfica o espacial ya no opera como determinante central en la forma de comprender y analizar las identidades, los conceptos de transculturalidad, y desterritorialización se sitúan como base a partir de lo cual se parte para entender los procesos de identificación. Estos conceptos forman parte de los llamados fenómenos de la globalización, que imperan en los modos de vivir y actuar de los sujetos. La facilidad de contacto con otras culturas y formas de percibir y representar la realidad, es mérito tanto de las nuevas tecnologías que ofrecen herramientas para ello, como también por los actores que muestran interés por reconocer esos “otros” espacios, momentos, formas de estar y vivir la realidad, lo que también algunos autores y autoras consideran que contribuye y forma parte de la construcción de las identidades.

Según estos planteamientos teóricos, la construcción identitaria no se localiza ni sitúa geográficamente, “la identidad está atravesada por fuerzas que rebasan la dimensión local y la conectan a “comunidades imaginarias”, en el sentido manejado por Anderson (1983), que desbordan los límites geográficos del Estado-nación” (Reguillo, 2000:70).

Cap. 2

Marco Metodológico

En la presente investigación se utilizó una combinación de metodología cualitativa y cuantitativa, con énfasis en la perspectiva interpretativa. A través de una serie de Estudios de Casos, se trabajó con un grupo de estudiantes universitarias, pertenecientes al primer año de la carrera de Comunicación Social de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy. En primera instancia se buscó realizar una observación de los perfiles personales de las jóvenes, y simultáneamente se aplicaron encuestas y entrevistas semiestructuradas con el objetivo de indagar más en profundidad en los motivos y las razones que llevaron a realizar publicaciones, de lo que se pone en juego cuando se decide subir una fotografía, o cuando se modifica el estado.

De los perfiles personales de las jóvenes se consideró las imágenes que decidieron publicar y compartir en la red social. La observación de las mismas se realizó con el objetivo de obtener información que nos permitiera evaluar, entre otros puntos, la importancia que tienen las imágenes para la construcción de los perfiles, los cambios, y/o modificaciones que pudieran surgir en ellos, etc.

Se consideró que es interesante analizar las formas de apropiación de la red social entre las mujeres estudiantes de la carrera, para tener una aproximación a la visión con la cual ingresan a la universidad, relacionada a las redes sociales, y sobre todo a las influencias que pueden aparecer en las formas de mostrarse y relacionarse en Facebook. Resulta significativo descubrir las cargas sociales con las cuales las jóvenes se expresan, teniendo en cuenta que además de ser una herramienta de socialización, también es un medio de comunicación que cada vez es más usado por las cátedras como canal de comunicación para entablar conexión con los alumnos y alumnas. Además, se empezó a notar que habitualmente los y las estudiantes de la universidad utilizan esta nueva red social para entrar en contacto con sus pares, llegando incluso a crearse grupos abiertos y cerrados de carreras y materias particulares, con el objetivo de socializar la información, compartir dudas y dificultades, expresar emociones referidas a la cursada de una materia o la carrera. Con esto se destaca que la red social, ha traspasado espacios, ubicándose en todos los ámbitos cotidianos, incluso en la universidad.

De esta manera, es posible abordar una aproximación a la modalidad de uso de la red social, de cómo las jóvenes se apropian de ella y qué utilidad y significancia le otorgan en su vida diaria. El paso por la carrera y por el sistema universitario modifica de algún modo el accionar en la vida cotidiana, llegando, también a extenderse a la comunidad virtual. La academia los induce a cuestionar la realidad, y mirar con sentido crítico los cambios, movimientos y realidades del contexto más cercano, y así expandir los marcos interpretativos que posean, en coherencia también con la experiencia personal. La carrera orienta a formar sujetos críticos de la realidad social, cuestión que interviene de

una u otra manera en las formas de participar en las comunidades virtuales, que forman parte de la vida cotidiana de una gran mayoría de los y las estudiantes de la facultad.

Las imágenes y fotografías observadas en los perfiles se efectuaron tratando de delimitar e interpretar las formas de mostrarse, las posturas, los cuerpos, los escenarios que son publicados, etc. Con esa información, además de los datos que arrojaron las encuestas y entrevistas, se determinó los modos de intervención de estereotipos estéticos, valores sociales, culturales.

El universo que compone esta investigación está formado por todos los y las estudiantes de la FHycs, mientras que la muestra la integraron las alumnas pertenecientes al primer año del período 2013, de la carrera de Comunicación Social.

La selección de las estudiantes se realizó de manera aleatoria en la institución, se les efectuaron encuestas a una cantidad aproximada de 50 personas y las entrevistas semi estructuradas, y en profundidad fueron realizadas a un número menor de estudiantes, dentro del mismo grupo seleccionado. La elección de los perfiles a observar se realizó de manera aleatoria entre los casos seleccionados primeramente, hasta conformar aproximadamente una cantidad de 10 perfiles que fueron observados por el período de un mes.

La elección de trabajar sólo con las jóvenes responde a una conjetura preliminar, es decir a priori se partió de la idea, ya trabajada desde los Estudios de Género, de que las mujeres mantienen un contacto diferente con la tecnología y por lo tanto también con las redes sociales. Es por ello que es importante no generalizar y especular que todos los y las jóvenes actúan de la misma manera frente a la tecnología y las redes sociales, sino pensar a las mujeres como un grupo particular que debido a cargas sociales, estereotipos hegemónicos, valores sociales y culturales hace un uso diferenciado de las TICs y sus herramientas. Los Estudios de Género ya han empezado a trabajar sobre esta cuestión, y han desarrollado diversas corrientes de investigación con el fin de intentar visibilizar la situación real de las mujeres con la tecnología. En este sentido, Dafne Sabanes Plou plantea que “existe todavía una pesada carga cultural sobre las mujeres relacionada con las expectativas de rol asignadas por una sociedad que viste un maquillaje moderno, pero sigue sosteniendo valores tradicionales en materia de relación de géneros. Los estereotipos sociales juegan sus cartas” (2004:01).

2.1. Descripción Técnica de Facebook

Facebook es una red social que surgió en el año 2004 en Estados Unidos, “imaginada por Mark Zuckerberg and Co. para socializar con compañeros de la Universidad de Harvard” (López y Ciuffoli. 2012:19). Se popularizó a nivel mundial a partir de los años 2007 y 2008, momento en que se tradujo para el resto del mundo. Es la red con más usuarios a nivel mundial, superando ampliamente a otras de gran reconocimiento, como Twitter, My Space, Google+, Instagram, LinkedIn, Badoo, Flickr.

La red social podría definirse como “un espacio convergente que reúne contenidos de los más diversos en diferentes formatos, publicados por usuarios, medios de comunicación, celebritis, artistas, políticos, marcas, instituciones y organizaciones. Facebook es cada una de estas cosas, y todo a la vez” (Ibíd.:25).

A nivel mundial cuenta hasta el año 2014, con 1320 millones de usuarios y usuarias activos mensuales, según un artículo publicado por el portal digital del Diario La Nación (22 de Agosto de 2014), mientras que en la Argentina la cantidad de usuarios y usuarias activos oscila en los 24 millones. En tanto, en la misma nota periodística, se resalta el crecimiento de usuarios y usuarias móviles de la red social, a través del uso de smartphones y tablets de gran revolución en la nueva era tecnológica. Es así, que en Argentina son cerca de 18 millones los usuarios activos que utilizan estos dispositivos y 11 millones los que lo hacen de forma diaria. (Ibíd.).

La plataforma permite su acceso mediante la home page <http://www.facebook.com>. En el ingreso, la página solicita para quienes son usuarios y usuarias registradas insertar los datos de usuario y clave y para aquellos que no lo son brinda el espacio para crear una nueva cuenta.



Para formar parte de la red social, la plataforma solicita del usuario y usuaria: nombre y apellido, correo electrónico, contraseña, fecha de nacimiento (según la política difundida por Facebook, no se pueden registrar menores de 13 años) y sexo.

En la “pantalla de inicio” o “muro” (imagen de abajo), se encuentran todas las herramientas a las que puede acceder el usuario y usuaria.



En el extremo derecho de la pantalla se ubica desde el margen superior al inferior, espacios para acceder a: noticias, mensajes, eventos, mejores amigos; además de

grupos, amigos, aplicaciones y páginas. También se ubica un cuadro para clicar y acceder a la cuenta personal o biografía.

En el extremo superior del centro de la pantalla se encuentra un cuadro para modificar estados personales, identificado con la leyenda “¿Que estás pensando?”. Por debajo se encuentran las actualizaciones de los “amigos” de Facebook, de los portales digitales y demás páginas, ordenadas de la más reciente a la más antigua.

En la franja izquierda, la red social dispone una actualización instantánea de la actividad virtual que realizan los “amigos” en la plataforma. Por debajo, se encuentran diversos avisos publicitarios a los que el usuario y usuaria también puede acceder.

En el extremo inferior izquierdo se ubica el espacio de Chat de la red social, que se activa y desactiva según la preferencia del propietario o propietaria de la cuenta.

2.2. El Perfil

El perfil personal o “biografía” cuenta con distintos espacios, muy bien identificados. La imagen de perfil, constituye la fotografía que identifica al propietario o propietaria de la cuenta, y la de portada, que ocupa grandes dimensiones dentro de la pantalla; son los dos recursos representativos más importantes.



El perfil personal se constituye en una arquitectura que rige a todos los y las usuarios y usuarias, es decir la apariencia y estructura es la misma para todos los y las participantes de la red social. En este sentido, López y Ciuffoli plantean que “el perfil es un molde,

que se puede completar con contenidos, fotos, videos, enlaces, textos, pero su organización y jerarquía es la misma para todos los participantes” (2012:78).

Esta arquitectura contiene varios segmentos que dinamizan su funcionamiento. En el extremo derecho, por debajo de la fotografía de perfil se encuentra un sector de información del usuario y usuaria, donde se publican datos de cantidad de “amigos en común”, lugar de trabajo, de estudio y residencia. Todos estos datos son proporcionados por el usuario y usuaria de la cuenta.

Por debajo de estos datos también se encuentran secciones denominadas: amigos, fotos, lugares, deportes, música, películas, aplicaciones y juegos, grupos y notas a los que adhiere el usuario y usuaria, y que resumen su actividad dentro de la plataforma. Al respecto López y Ciuffoli plantean que “participar en Facebook implica un accionar corporal muy fuerte que asiente, aplaude, avala, suma y vota las publicaciones de los miembros de la comunidad” (Ibíd.:81-82).

En el centro del perfil se encuentra la sección para modificar “estados” y por debajo se encuentra el registro de la actividad realizada por el usuario y usuaria, ordenadas de la más reciente a la más antigua.

Cap. 3

Análisis

3.1 Apreciaciones sobre fotografías de perfil y portada

Para la presente investigación, se realizó un registro de los perfiles personales de 10 jóvenes por un lapso de 30 días. La observación se efectuó a través de un cuadro de relevamiento de datos, en el que se asentó los cambios registrados en cuanto a modificaciones de estado, fotografías de perfil, imágenes de portada, nuevas imágenes subidas y otras transformaciones.

Antes de comenzar a desarrollar los aspectos observados y retomando lo que ya se dijo, el “perfil personal” se refiere a la cuenta que cada usuario y usuaria posee en la red social, y en donde asienta sus actividades cotidianas, modificaciones, expresiones, opiniones, etc., que comparte con sus pares virtuales y a partir del cual también logra relacionarse con usuarios y usuarias de otras redes sociales. “El perfil de cada participante se vuelve realmente en una extensión de nuestra subjetividad, donde se juega no sólo nuestra reputación online sino también nuestra intimidad” (Lopez y Ciuffoli, 2012:102).

Por otro lado, la red social posee una serie de herramientas con espacios determinados que permite posicionar el “estado” personal, la fotografía de perfil, la fotografía de portada, definido por algunos autores como “casilleros de publicación predefinidos”⁵. Para comenzar, el “estado” es un espacio que permite al usuario y usuaria plasmar lo que desee, ya sea con una narrativa propia o con recursos adicionales. ¿Qué estás pensando? es la pregunta que formula Facebook y que se transforma en el “estado” de los usuarios y usuarias. Esta pregunta es contestada de diversas formas; es una herramienta abierta que permite exponer lo que se desee, por ejemplo en algunos perfiles observados se registró de manera frecuente la transcripción de fragmentos o letras completas de canciones de artistas favoritos. Por otro lado también es el lugar en el que se puede comentar o criticar aspectos de la realidad social, cultural, económica más cercana.

La fotografía de perfil es un espacio determinado, otorgado por la red social, dedicada a una imagen personal, que puede ser del usuario solo o acompañado, de un paisaje natural o una imagen extraída de la Web. Facebook no presenta una normativa para este espacio que limite el tipo de fotografía a mostrar. La imagen de perfil se constituye en un elemento esencial para identificar y definir la posesión de una cuenta virtual, y en los

⁵ Guadalupe López y Clara Ciuffoli se refieren a este aspecto como “compartimentos estancos y excluyentes. Es una ley que el contenido es determinado previamente por el formato (y no al revés), y está asociado a un soporte material de publicación”(2012:78).

perfiles observados, las jóvenes (que formaron parte del grupo de análisis) otorgaron especial énfasis en seleccionar la imagen que las representará en la comunidad virtual.

Por otro lado, se encuentra la fotografía de portada que es un cambio relativamente nuevo que promovió la red social. Es un espacio de tamaño considerable, aproximadamente un tercio de la pantalla, en el extremo superior, que permite posicionar cualquier tipo de imagen.

Otras de las categorías que se tuvo en cuenta para realizar la observación de los perfiles personales, son las nuevas imágenes subidas que permite mostrar la red social, ya sea mediante la conformación de un álbum nuevo de imágenes o de fotografías sueltas sin descripción. Los álbumes se usan para agrupar las imágenes que se refieren a un mismo acontecimiento u hecho o a fotografías que poseen características similares.

Estos son los principales aspectos que se tuvieron en cuenta al realizar la observación de los perfiles personales, y constituyen los elementos visuales que se encontraban disponibles a los usuarios y las usuarias. Sin embargo, es necesario mencionar que el formato, apariencia y demás herramientas de Facebook es algo que cambia constantemente, definido por López y Ciuffoli como “un mutante digital” (2012:25).

En este sentido, es necesario destacar una de las transformaciones más importante que se sucedió en la red social, que se refiere el traspaso de llamar “perfiles” a las cuentas personales, a denominarlas “biografías”. Esta variación permitió realizar una reconstrucción de las historias personales de los usuarios, identificando los cambios que se sucedieron y que se compartieron en su “vida online”; además ofreció nuevas herramientas, como por ejemplo la fotografía de portada, o un recurso que se denomina “acontecimientos importantes” que permite destacar momentos trascendentales del usuario y usuaria, referidos a la familia, viajes, estudio, trabajo, etc. Según lo plantean López y Ciuffoli “el perfil parecía ser algo más dinámico, una cara de todas las posibles, que siempre aparecía como un recorte. En cambio, la biografía vuelve a remitir a una referencia más ambiciosa, más abarcadora, que permite ver la historia de vida de la persona reflejada en la red” (2012:85).

Los nuevos recursos disponibles al usuario y usuaria, permitirían la publicación de más aspectos de la vida cotidiana, por lo que se ampliaría considerablemente el volumen de información personal que una cuenta de Facebook almacena. Si bien existen mecanismos de seguridad disponibles, es trascendental destacar que estos nuevos cambios intervendrían significativamente en la manera de exponerse en la comunidad online. La historia de vida del usuario y usuaria se encontraría reflejada en un espacio virtual.

Para empezar el presente análisis, hay que destacar que de los 10 perfiles observados, 2 de ellos no presentaron modificaciones en sus estados dentro de los treinta días de observación y por otro lado, uno de ellos no efectuó ningún cambio en relación a estados e imágenes. En este sentido, se han realizado estudios y análisis que permiten

afirmar que la manera en que se utilizan las redes sociales es variada, y responde a la heterogeneidad de los usuarios y usuarias. Uno de los conceptos que se han trabajado en este sentido se refiere a la domesticación, que plantea que “las tecnologías son domesticadas cuando dejan de ser un bien de consumo para convertirse en la posesión de alguien y pasan a formar parte de su entorno, a ser parte constitutiva de su espacio doméstico” (Ardevol y Pinyol, 2010:02).

Las nuevas herramientas que ofrecen las tecnologías, como lo son las redes sociales logran instalarse en la cotidianidad de sus usuarios y usuarias, logrando accionar nuevas prácticas que construyen el entretejido social. Por ello, el uso y la apropiación de las redes sociales no es el mismo para todos, sino que se manifiesta de manera heterogénea en el diverso abanico de usuarios y usuarias.

La relación que se establece con la red social y la forma en que se traslada ese vínculo a la vida cotidiana de las personas es diversificada y depende de varios factores que se pueden referir a aspectos sociales, culturales, etarios, etc. La apropiación se entiende en el sentido planteado por Winocur, como un “conjunto de procesos socio-culturales que intervienen en el uso, socialización y la significación de las nuevas tecnologías en diversos grupos socio-culturales” (2006:03).

Por otro lado, también se puede realizar una clasificación de los tipos de usuarios y usuarias siguiendo la intensidad de la actividad online que presentan. Las tipologías que se pueden considerar son variadas y permiten incluir a los usuarios y usuarias que no presentan una actividad visible online como por ejemplo los llamados: usuarios lectores, chateadores, y voyeurs. La actividad de los usuarios y usuarias en sus cuentas personales puede ser visible o no, ya que Facebook permite la posibilidad de “estar” en la red social sólo leyendo lo que allí se publica y comparte; o chateando con sus pares virtuales, sin efectuar actualizaciones en sus cuentas personales, en lo que se refiere a fotografías o “estados”.

Además, también es posible identificar a los usuarios “voyeurs” que sólo se limitan a mirar lo que el resto de la comunidad virtual publica, comenta o comparte en Facebook. El Voyeurismo es una característica intrínseca de las redes sociales y en particular de Facebook. “La ventaja del voyeur en Facebook es que, si lo desea, puede pasar horas mirando un perfil de un “amigo” desde la privacidad de su computadora, sin que éste jamás se entere” (Di Próspero, 2012: 2). Es un opción que la red social ofrece y que- como se desarrollará más adelante-, según las entrevistas realizadas para la presente investigación, reviste gran importancia; a las jóvenes que conforman la muestra les interesa saber que hacen los demás, si les sucedió algo nuevo o no, e incluso es uno de los motivos por los cuales deciden chequear diariamente, y varias veces al día la red social.

3.2. “Estados” Personales ¿Qué estás pensando?

En la observación de los perfiles personales, se encontró que los mayores cambios se realizaron en los “estados” de las jóvenes y no así en las imágenes subidas. Se recurrió con mayor frecuencia a exponer en ese espacio sus opiniones, sentimientos y/o actividades cotidianas. La frecuencia de cambio de los “estados” personales ha sido variada, oscilan entre 5 y 15 actualizaciones diarias. Ello demuestra que en la vida cotidiana de las jóvenes la participación en la red social tiene un lugar destacado. El cuadro representa un ejemplo de la frecuencia de cambios de “estado” durante un día en el perfil N^a 6.⁶

| CAMBIOS REGISTRADOS | | |
|-------------------------|---|---|
| Modificación del estado | | |
| Fecha | Estados personales sentimentales, circunstanciales. | Estados con referencia a eventos, música, actualidad. |
| 13/04/2014 | <p><i>-Escuchar un tema y sentir q el mundo termina!.. Llorar y acordarse de la cagada q te mandaste</i></p> <p><i>-Ella vive en mii!</i></p> <p><i>-Soy quien no te deja ser. Soy tu mismo y estas en mi red !!</i></p> <p><i>-Me enamoreeee</i></p> <p><i>-Queeee sueñooooo q tengooo</i></p> <p><i>-Felix felix</i></p> <p><i>-Pero no vino nunca no llego!!</i></p> <p><i>-Queeeee mierdaaaa pasa con el mundooo!!!</i></p> <p><i>-Taasss para el crimeennn....</i></p> | |

⁶ Los 10 perfiles de Facebook seleccionados para la investigación, serán referenciados mediante enumeración, con el objetivo de proteger las identidades de las jóvenes.

| | | |
|--|--|--|
| | <p><i>-Pensando ideas para el integral de grafica... Que bien te veo mierdaaaa</i></p> <p><i>-Ver tarea acer dar comeson en los ojos y da sueñooo!</i></p> <p><i>-Natyy infeliizz sigo esperandooo el tekilaaa en el coleee.... Muajjjajajjaa — con [REDACTED]</i></p> | |
|--|--|--|

Las actualizaciones de “estado” tienen relación con las acciones y/o actividades de los usuarios y usuarias, con sus estados de ánimo, con quienes están en ese momento, con lo que le gustaría hacer o lo que planea hacer, etc. Según Lopez y Ciuffoli “el espacio de Facebook es una búsqueda constante de llevar al espacio virtual nuestro mundo analógico, para poder elegir en qué momentos queremos tener mayor privacidad o visibilidad” (2012:95-96). En una primera observación, es precisamente rasgos de esta afirmación lo que se registraría en los perfiles de las jóvenes, sus “estados” transportarían sus actividades y acciones cotidianas de su vida offline al espacio online.

Es un espacio empleado por algunas jóvenes como un “diario íntimo online” donde asientan cada actividad, sentimiento, y necesidad, publicando lo que desean de la misma manera que lo que dirían personalmente. Es una forma de “decir” algo que de otra manera no lo harían, ya sea a una persona en particular o también a través de un comentario en general. En este sentido, y a partir de las narrativas de las jóvenes entrevistadas y de los relatos impresos en los muros personales de cada uno de ellas, se logra afirmar provisoriamente, que las jóvenes a través de esa exhibición constante, lo que intentan es relacionarse con otros y otras jóvenes, que pueden comentar, coincidir o rechazar sus constantes actualizaciones de “estados”.

Las características o tópicos de los “estados” varían, entre opiniones de índole general o descripciones acerca de sus sentimientos, hábitos, gustos personales, etc. Por ejemplo en el perfil N^a 6, que mostró una gran actividad visible, se registró una gran cantidad y variados cambios de “estados”. Por ejemplo, en un mismo día se pudieron apreciar dos “estados” referidos a situaciones personales, cotidianas, muy diferentes.



En el perfil N° 5, se apreció la siguiente variación en sus modificaciones de “estado”:



En los perfiles N° 1 y N° 6, analizando sus modificaciones de “estado” se podría de alguna manera, “reconstruir” la situación personal de la joven, a través de las expresiones sobre sus gustos, problemas, sus deseos, etc. Sus “estados” personales contribuirían a relatar su forma de estar, pensar y hacer en situaciones cotidianas, y de esta manera quedarían expuestas en la red social gran parte de las actividades y acciones que realizaría la joven, para obtener de sus amigos virtuales las tan anheladas aprobaciones, transformadas en un click en la opción “me gusta”. Las constantes actualizaciones responden a una “inscripción cronológica de los nuevos relatos de sí” que según Sibilia “es esa insistencia en la prioridad de la actualización permanente -y siempre reciente- de las informaciones, por medio de fragmentos de contenido agregados en todo momento” (2009: 132).

El relato que los usuarios y usuarias ofrecen de sí mismos, exponiendo detalles y situaciones de la vida real en sus perfiles virtuales, traslada esas situaciones íntimas y

cotidianas a eventos, “novedades” que se publican en la comunidad virtual de la red social. Esas situaciones cotidianas compartidas, buscan la aprobación a través de un click en la opción “me gusta” o un comentario que empieza a construir una conversación y conforme un vínculo virtual. En una de las entrevistas desarrolladas, una joven manifestó: *“Yo creo que el 90% de las cosas que subimos o publicamos es para que los demás se enteren y para que obviamente se interaccione, que le pongan me gusta, que se comente. Creo que es una forma de sentirse más acompañada, el estado por ejemplo estoy triste, creo que en el hecho de que alguien ponga un me gusta o pregunte como te sentís, crea una interacción, socialización”* (Entrevista N°2).

La necesidad de obtener esas aprobaciones en los “estados” y las fotografías forma parte del uso de la red social, se exponen cosas, se comparten imágenes con el objetivo de recibir la mayor cantidad de clics en la opción “me gusta”, lo que representa cierto asentimiento o adhesión a lo que se publica. Paula Sibilia planteó que “hay algo paradójicamente en esta nueva tendencia: lo que se busca tan ávidamente en esta enorme variedad de personalidades públicamente extraordinarias es el componente ordinario de sus vidas privadas” (2009: 211). Hechos o situaciones personales de la vida íntima que antes no eran considerados importantes, hoy lo son gracias a la trascendencia que tienen las redes sociales; por lo que se estableció como “necesidad” el compartir y exponer las actividades que se realizan, en compañía de alguien, en determinados lugares, etc.

En sentido, Rosalía Winocur señala que la exhibición y publicación de aspectos considerado íntimos en la red social, “son performance de actuaciones que ellos hacen, que las piensan muy cuidadosamente, que siempre tienen un destinatario y un público específico, son actuaciones” (2010: 6).

Un recurso que habitualmente es usado en los cambios de “estados”, se refiere a letras de canciones, fragmentos o letras completas, que comparten en su muro, como un “estado”. Es un recurso que reemplaza la forma de mostrarse y decir en la red social, ya que no son ellos y ellas mismas las que escriben sino que recurren a “decir” lo que piensan, sienten o creen a través de letras de canciones. A continuación un ejemplo correspondiente al perfil N° 7:



Por otro lado, se observó que se hace uso de una herramienta que ofrece la red social, llamada “que estás haciendo” que se encuentra como opción cuando se recurre a modificar el estado personal. En esta herramienta Facebook ofrece la posibilidad de colocar qué está haciendo el usuario y usuaria, entre otras opciones se encuentra: me siento, estoy viendo, estoy leyendo, estoy escuchado a..., estoy viajando a...etc. En las observaciones de los perfiles se registró que recurren cotidianamente a colocar de esa manera en su muro lo que están haciendo, cuando se refieren por ejemplo a lo que están viendo en la televisión o qué artista están escuchando, además de la opción de “me siento” que se encuentra constantemente en los cambios de “estado”, que se suma a la expresión concreta de las jóvenes.

En los cambios de “estado” también se recurre a colocar frases o dichos que aconsejan o describen situaciones de la vida real, que “dicen o aconsejan” como ser o actuar en situaciones diversas, la mayoría de ellas referidas al amor y la amistad. Son frases que solo se comparten sin hacer referencia a nadie en particular, ni a un hecho en singular, sino a aconsejar como actuar y ser en la vida cotidiana.

Entonces, podemos decir que los cambios de “estado” pueden responder a cierta clasificación. Según lo observado, se ordenarían en: los “estados” referidos a una persona en particular, los referidos a una situación personal a lo que se suma el uso de la herramienta de cómo “me siento” y los “estados” que solo se comparten para el resto de amigos, con letras de canciones o frases hechas, que describen formas de ser y de actuar.

Las publicaciones que se dirigen a otras personas, son fácilmente identificables, son los estados que se refieren a los “otros”, a los amigos de Facebook, que por general, se acompaña del nombre de ese amigo o amiga al que se refiere el “estado”. Por ejemplo se pudo observar lo siguiente en el perfil N° 2:



Por otro lado, también se registran los “estados” referidos al mismo usuario y usuaria, a sus actividades cotidianas, a sus estados de ánimo, sentimientos, etc. que los comparte al resto de sus amigos y amigas virtuales. Ejemplo del perfil N° 1:



Por último, podemos observar “estados” compuestos de frases, dichos populares, que hacen referencia a formas de ser y actuar en la cotidianidad. No son estados referidos a una persona en particular, sino que se conforman de reglas y consejos del “deber ser”. A continuación un ejemplo del perfil N° 4 y N° 2:





Otra de las cuestiones que se registran, pero que no tienen demasiada preponderancia en los perfiles observados, son aquellos “estados” que hacen referencia a situaciones de índole social, espectáculos, política, etc., que se encuentran sucediendo, algunas jóvenes lo expresan en un “estado” de Facebook al mismo tiempo que están viendo la televisión o navegando en internet. Es una forma de emitir su opinión de manera casi instantánea sobre un hecho actual y/o noticioso de la realidad, un comentario sobre alguna ficción que se encuentran viendo, etc.

A continuación se presentan dos ejemplos, el primero de ellos, se refiere al momento en que en la usuaria se encontraba observando una serie de ficción. Y el segundo de los ejemplos, se refiere a un comentario sobre un programa de espectáculos, en el que se transmitía una entrevista a su artista favorito.





Además, se reconoció que en el perfil N° 6, la joven comparte en su muro actualizaciones de otra persona que realiza en otra red social, particularmente en Twitter. El fenómeno de compartir publicaciones realizadas en Twitter en otra red social, como Facebook, es una actividad que comenzó a suceder desde que acceder a las redes sociales se transformó en una constante con los dispositivos móviles.

Por ejemplo, se pudo registrar el siguiente “estado” en el perfil N° 6, que comparte una actualización realizada por otra persona en la red social Twitter.



Los estados son también el lugar donde plasmar su gusto musical o sus hobbies, allí dejan asentado qué les interesa y cuáles son sus preferencias, ya sean de índole musical, deportivos, académicos, etc. Es una manera de dar a conocer a sus amigos y amigas sus elecciones para así poder compartir a través de la red social con otros amigos y amigas esas mismas predilecciones.

Facebook, como red social que permite la participación de millones de personas, se posiciona como un espacio “semi abierto” para que sus actores plasmen allí sus publicaciones y gustos cotidianos, sin dejar de considerar que también el espacio virtual posee restricciones y límites que regulan la permanencia y el tránsito de los usuarios y usuarias en ella y a la vez la aceptación de ciertas maneras de consumir para lograr ser un integrante más de la comunidad virtual.

3.3. Imágenes de perfil

Las imágenes de perfil son usadas como la primera presentación del usuario y usuaria, es la que lo y la representa, define y muestra al resto de sus amigos y amigas de la comunidad virtual.

En todos los perfiles observados se registraron imágenes de perfil que podrían clasificarse en fotografías de corte primer plano (fotografía primerísimo primer plano del rostro o las denominadas “autofotos”), imágenes de medio cuerpo (plano medio) o cuerpo entero (figura entera). En los 3 tipos de fotografías, las jóvenes siempre se muestran sonriendo, y realizando muecas o “poses” a cámara.

A continuación, se presenta un cuadro que sistematiza cuantitativamente los tipos de fotografías de perfil, registradas en las cuentas de las usuarias:

| Tipos de fotografías | P. N° 1 | P. N° 2 | P. N°3⁷ | P. N°4 | P. N°5 | P. N°6 | P. N°7 | P. N° 8 | P. N° 9 | P. N° 10 | Total |
|-----------------------------|----------------|----------------|---------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|----------------|-----------------|--------------|
| Primer Plano | 1 | | | 4 | 4 | 1 | 1 | - | 1 | | 12 |
| Plano medio | | | | 6 | 2 | 2 | 3 | - | 1 | | 14 |
| Figura entera | | 3 | | 8 | 1 | 1 | | - | 1 | 1 | 15 |
| Total | 1 | 3 | - | 18 | 7 | 4 | 4 | - | 3 | 1 | |

El cuadro expone la clasificación de los 3 tipos de fotografías de perfil que se registraron en las observaciones de las cuentas personales, y la vez también visualiza el perfil que desarrolló mayor actividad en relación a actualizaciones de registros visuales.

⁷ En el Perfil N° 3 se registró una mínima actividad en relación a cambios en el espacio de la fotografía de perfil. Se observó una sola modificación de imagen, con la figura de un cuadro de Fútbol, de preferencia de la usuaria.

El tipo de imagen que exhibía a la joven de cuerpo entero, es la que registró mayor cantidad de reproducciones, mientras que las fotografías del rostro, en un primer plano significaron la minoría en los perfiles analizados. Si bien, no se vislumbra mayores diferencias en los tres tipos de imágenes, es interesante destacar que la “autofoto” o selfie, según las nuevas tendencias de designación, en el presente estudio no se presentó como la imagen de perfil de mayor favoritismo por parte de las jóvenes.

Las imágenes de perfil son las fotografías seleccionadas para representar a la usuaria, para mostrarse y hacerse conocer a los y las demás amigos y amigas de la red social. Es la imagen que prefieren elegir porque estéticamente se muestran “bien”, lo más sensual y “linda” posible, al resto de la comunidad virtual. Las jóvenes prestan mucha atención a este tipo de imágenes, a seleccionar cual es la ideal para usar como fotografía de perfil. En este sentido, en la entrevista N° 4, realizada para la presente investigación, la joven expresó que *“la mayoría de las chicas como que siguen eso que dicen en la tele y en el face, que también se pone de moda. Como que distintas poses te van a hacer ver más linda, y la mayoría de las chicas lo hacen. Hay un concepto de lo lindo y lo feo que también se maneja en la red social”* (Entrevista N° 4).

Como lo planteó Di Prospero “toda aquella imagen que muestre a la persona en ridículo, o simplemente no cumpla con lo que se desea como imagen digna de ser mostrada, quedará afuera de FCBK, con lo cual, la restricción para las imágenes será mucho mayor y los cuerpos que no aplican como tales en ese contexto, serán muchos más” (2009:06). La selección de una imagen responde a una clasificación de la usuaria, entre las imágenes en donde se ve “bien” y en las que no. Aquellas que no se consideran aptas para ocupar ese espacio tan importante dentro del dinamismo de la red social, quedan descartadas.

A continuación presentamos un ejemplo del perfil observado N° 4:



En la anterior fotografía de perfil, la usuaria se muestra simpática, sonriente, dirigiendo su atención a la cámara que capta sus movimientos. Es una imagen que podría catalogarse como “planificada”, producida exclusivamente para ser usada como una imagen representativa en una red social.

En la narrativa de una de las jóvenes entrevistadas, se registró una apreciación valiosa para identificar otro tipo de imágenes usadas en el espacio de la foto de perfil. En la entrevista N° 1 realizada para esta investigación, la joven expresó que se intenta decir algo con la imagen de perfil, se desea transmitir un mensaje a quien está observando la fotografía, ella manifiesta que se intenta transmitir el sentimiento de extrañar a otras personas a través de la publicación de una foto de perfil con otra u otras personas. La entrevistada textualmente expresa: *“Por ejemplo vos pones una foto de la escuela, entonces al vos estar en la facultad y al mostrar y publicar esa foto, vos querés decir que extrañas la escuela”* (Entrevista N°1). Esto significaría un aspecto de la valoración que las jóvenes otorgan a la imagen del perfil, además de suponer que el destinatario o destinataria del mensaje pueda interpretar el mensaje sólo con observar la imagen que se comparte en Facebook.

A continuación, se presenta un ejemplo correspondiente al perfil observado N° 9.



En la imagen de perfil la usuaria posa junto a un varón y se los observa compartiendo un momento agradable en una reunión. Siguiendo la narrativa de una de las entrevistadas, este estilo de imágenes que la usuaria posiciona en el espacio de la fotografía de perfil, establecería la idea de transmitir un mensaje a la otra persona que forma parte de la imagen o al resto de sus amigos y amigas virtuales que observan la publicación.

Por otro lado, también la fotografía de perfil, según la entrevista N° 1, expresa la necesidad de las jóvenes de mostrarse superiores y no inferiores ante el resto de los usuarios o usuarias. La joven en referencia expresó *“todas al hacer su publicación tratan de hacerse valorar, de poner publicaciones que las demás personas no te vean como una persona inferior”* (Entrevista N° 1). La forma en que la imagen de perfil describe a la usuaria, tienen una connotación muy importante, que repercutiría en la manera en que desean ser valoradas e identificadas por el resto de sus amigos y amigas en Facebook y también por otro lado, en las relaciones que se establecerían a partir de divulgar una determinada imagen de perfil.

Es recurrente que las jóvenes en las entrevistas expresen que la imagen de perfil es elegida cuando consideran que “salieron bien”, que estéticamente se ven “bien”, lo cual tiene una correlación con lo expuesto y observado en los perfiles personales. Si tienen este requisito es considerada una buena fotografía, y lo constatan a través de los clics en la opción “me gusta” que recolectan y de los comentarios que recibe la imagen.

La cantidad de “likes” que recibe una fotografía de perfil, transmite no solo la valoración positiva que un usuario “amigo” de la red social le otorga a la imagen, similar a un contador numérico que ordena de superior a inferior la calificación de ciertos objetos o situaciones; sino también la aceptación por parte de su comunidad de amigos y amigas de una determinada imagen personal, ideal para ocupar ese espacio de identificación que dispone la red social. La aceptación de ciertos estilos y

características de imágenes, transmite a los usuarios y usuarias los parámetros con los cuales valorar a una próxima imagen para transformarla en una fotografía de perfil.

Además, esos clics en las imágenes que se comparten, de cierta manera “acercaría” a amigos y amigas que se encuentran distanciados geográficamente, es decir, mediante los “likes” en las publicaciones, se lograría transmitir la presencia y el acompañamiento como si se encontrarán compartiendo en la cotidianeidad situaciones personales, familiares, etc. de su “amigo” en Facebook.

En este sentido, Carolina Di Próspero planteó que “al representar las situaciones eventuales en fotografías compartidas a diario entre los miembros de la red, se propicia que se vean casi como situaciones cotidianas cuando en realidad, en la mayoría de los casos, no lo son, pero al ser imposible verse cara a cara entre más de cien amigos o conocidos, esos clics editados de la vida de los otros y sus actualizaciones será la información válida” (2009:05).

3.4. Tipos de imágenes registradas

Los estilos de fotografías elegidas para ocupar el espacio de la imagen de perfil son diversos. En primer lugar, se logró registrar aquellas que realizan un enfoque solo del rostro, en un plano que la exhiba sonriente y simpática, en un segundo lugar se ubican aquellas fotografías que muestran a la joven de cuerpo entero, realizando algún tipo de pose a cámara. Y por último se reconoce imágenes que no se corresponden con ninguna de las categorías mencionadas, sino que refieren a situaciones de esparcimiento donde se exhibe a la usuaria en una situación cotidiana, o practicando algún deporte o hobby.

Para comenzar a discernir y ejemplificar las tipologías de imágenes registradas, se presentan las siguientes fotografías de perfil, las tomas se refieren a un primerísimo primer plano del rostro de las jóvenes, correspondientes a los perfiles N° 1 y 4. En la primer autofoto, se observa muecas o gestos a cámara por parte de la usuaria y en la segunda, la joven solo se presenta sonriente.



Este tipo de imágenes que se corresponden con la denominación actual de “selfies”, que visualizan la estética de la joven a través de actitudes que la muestran simpática y amistosa. La autorepresentación opera otorgando distintas versiones de sí misma, que cada usuaria elige publicar en la comunidad virtual.

En este sentido, Amparo Lasén planteo que “en las prácticas de la autofoto se generan a su vez convenciones, tanto en la producción de imágenes como en las ocasiones y formas de compartirlas, en las secuencias esperadas al intercambiarlas, o en sus usos como formas de don o recompensa” (2012: 7).

En segundo lugar, es necesario hacer referencia a las imágenes que muestran a las jóvenes de cuerpo entero. Según un cuadro presentado anteriormente en la presente investigación de visualiza que en las cuentas personales observadas, se registró una

preponderancia por este tipo de fotografías en el espacio de la imagen de perfil. En este sentido, la afirmación realizada por Bourdieu “cuerpo-para-otro, incesantemente expuesta a la objetividad operada por la mirada y el discurso de los otros” (2000:83), toma consistencia. El cuerpo de las jóvenes se exhibe como en una vidriera, para la aprobación o desaprobación de sus amigos y amigas en la comunidad virtual. El cuerpo de la mujer se muestra para la mirada y objetivación de los otros, los varones.

La siguiente imagen corresponde al perfil observado N° 4.



La exhibición del cuerpo en el espacio virtual, también lleva las cargas subjetivas culturales y sociales que circulan sobre este concepto en la vida “offline”. También en las redes sociales, como lo planteó Bourdieu “el cuerpo percibido está doblemente determinado desde un punto de vista social” (2000: 84).

En las imágenes de perfil que se deciden publicar, según el relato de la entrevistada N° 4, “veo que la mayoría de las chicas suben fotos de cuerpo entero, haciendo poses, o con escote. Por ejemplo a mí, esas cosas no me gustan. Pero yo veo mucho eso en las chicas que se sacan fotos, así digamos, para que solamente le pongan me gusta nada mas”.

Por último, también se puede apreciar un tipo de imagen “diferente” a la clásica autofoto, con enfoques a los rostros de las jóvenes. En el perfil N° 5, la usuaria elige para ocupar el espacio de perfil, una imagen de sí misma, en la que se encuentra sola, de espaldas a cámara, y practicando un hobby. Además del estilo clásico de la autofoto, con una toma de la joven sonriente y simpática, o una foto de cuerpo entero que muestre

a la joven en una situación similar a la pose de una modelo publicitaria, este tercer estilo que se observó es una alternativa usada por un número menor de jóvenes usuarias. Es una de las pocas imágenes que no respondería a un lineamiento reconocido de las acostumbradas fotografías de perfil.

A continuación, se presenta la imagen registrada.



3.5. Clasificación de las fotografías según la aparición de las jóvenes

Para realizar un análisis exhaustivo de las imágenes de perfil usadas por las jóvenes en sus cuentas personales, se confeccionó un cuadro analítico que permitió realizarlo. Para ello, se tomó como guía el diseño metodológico elaborado por Sergio Caggiano (2009) en su tesis doctoral, en donde el investigador considera una serie de categorías para analizar un corpus particular de fotografías. La clasificación es la siguiente:

- 1- Hombres solos “con nombre”.
- 2- Hombres “con nombre” acompañados.
- 3- Mujeres solas “con nombre”.
- 4- Mujeres “con nombre” acompañadas.
- 5- Hombres solos “sin nombre”.
- 6- Mujeres solas “sin nombre”.
- 7- Grupos de hombres.

- 8- Grupos de mujeres.
- 9- Grupos mixtos. (61, 62: 2009)

Considerando esta primera categorización, para la presente investigación se intentará confeccionar una clasificación con las fotografías de perfil observadas en las cuentas personales de las jóvenes. A partir de ello, se puede construir el siguiente esquema.

- 1- Mujer sola, plano del rostro. Se tratará de representaciones individuales de las jóvenes, con tomas solo enfocadas al rostro de las mismas.
- 2- Mujer sola, plano de medio cuerpo. Se refieren a las imágenes individuales de las jóvenes, exhibiendo mitad del cuerpo.
- 3- Mujeres sola, plano de cuerpo entero.
- 4- Mujer acompañada por otra mujer. Se presenta la joven propietaria de la cuenta junto a otra joven.
- 5- Mujer acompañada por un varón. Representaciones de la usuaria de la cuenta de Facebook, junto a un varón.
- 6- Mujer con Grupos de hombres. Conjuntos formados exclusivamente por la usuaria de la red social junto a un grupo de varones sin identificación a la vista.
- 7- Mujer con Grupos de mujeres. El equivalente de la categoría anterior para las mujeres.
- 8- Grupos mixtos. Conjunto de hombres y mujeres.

En los 10 perfiles observados, se registró una gran variedad de imágenes, siguiendo diferentes líneas relacionadas a tomas fotográficas, posturas y actores que intervienen en la construcción de un perfil personal. En el siguiente cuadro se presenta una distribución cuantitativa de las figuras recogidas de las cuentas personales:

| Clasificación | P. N° 1 | P. N°2 | P. N°3 | P. N°4 | P. N°5 | P. N°6 | P. N°7 | P. N°8 ⁸ | P. N°9 | P. N°10 | Total |
|------------------------------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------------------|--------|---------|-------|
| Mujer sola, plano del rostro | 1 | | | 2 | 4 | | | - | 1 | | 8 |

⁸ El Perfil N° 8 no registro cambios visuales en el período correspondiente de observación.

| | | | | | | | | | | | |
|---------------------------------|--|---|--|---|---|---|---|---|---|----|----|
| Mujer sola, plano medio cuerpo | | | | 6 | 2 | 1 | 2 | - | 1 | | 12 |
| Mujer sola, plano cuerpo entero | | | | 6 | | | | - | 1 | 1* | 8 |
| Mujer acompañada por mujer | | | | 3 | | 3 | 1 | - | | | 7 |
| Mujer acompañada por varón | | 1 | | 1 | | | | - | | | 2 |
| Mujer con grupo de hombres | | 1 | | | | | | - | | | 1 |
| Mujer con grupo de mujeres | | | | | | | 1 | - | | | 1 |
| Grupos mixtos | | 1 | | | | | | - | | | 1 |

*La joven se encuentra acompañada por un perro.

En el cuadro se puede apreciar que el tipo de imágenes predominantes son aquellas donde la joven usuaria, se encuentra sola, ya sea representada a través de un plano corto del rostro, medio cuerpo o cuerpo entero, mientras que las mujeres acompañadas por otras mujeres, se encuentran en el segundo lugar dentro del relevamiento realizado.

El espacio de la fotografía de perfil, habitualmente es usado por las jóvenes con una imagen de sí misma, frecuentemente en soledad, a través de una autofoto. La variedad en este aspecto reside en la elección de la toma que registra a la joven, si se exhibe solo el rostro sonriente de la misma o un plano que la muestre de medio cuerpo o cuerpo entero.

La exposición del cuerpo en este espacio, aparece como un recurso muy utilizado, a través de imágenes donde las jóvenes muestran su cuerpo, con diferentes atuendos, posturas y realizando gesticulaciones a cámara.

Es importante resaltar que la imagen de perfil constituye lo primero que se observa al ingresar a una cuenta personal, además de la fotografía de portada, por lo que la elección de la figura que ocupa este espacio, conlleva cargas identitaria de gran significación. En este sentido, la elección de exhibir parte del cuerpo físico en este espacio, es una decisión de la usuaria, que se corresponde con la premisa de “gustar” y confortar a quienes observen el perfil. De esta manera, el cuerpo femenino se expone a la mirada de los amigos y amigas, en una dinámica que caracteriza a la red social.

La exhibición de parte del cuerpo en este espacio es una característica novedosa, ya que inicialmente, la foto de perfil significaba exponer a la comunidad virtual solo el rostro, o avatar como signo de identificación. Recientemente el sentido de la fotografía de perfil va transformándose, y se observan claras intenciones de elegir el espacio para exhibir el cuerpo, como patrón identitario de las usuarias.

La foto de perfil que se elige compartir, se transforma en una imagen planificada, realizada con el fin de ubicarla en ese espacio de la red social. Es una figura que también se elabora siguiendo parámetros socialmente establecidos, donde la belleza, y la apariencia de un cuerpo físico ideal se convierte en lo primordial.

3.6. Imagen de portada

La imagen de portada es aquella que se ubica en el perfil personal, en el extremo superior, ocupando un tercio aproximadamente de la pantalla, por lo que posee una gran visibilidad.

En este espacio se pueden ubicar distintos tipos de imágenes, que pueden corresponderse con imágenes personales de la usuaria sola, o en compañía de otras personas, realizando algún tipo de actividad o también se puede colocar allí un “cartel” o imagen extraída de la web.

En los perfiles observados se registro una variación en la modificación de la imagen de portada, que oscila entre 4 y 10 cambios en el lapso de los 30 días. Es importante destacar que en el perfil N° 4 se observó 13 modificaciones, y en algunos días se registraron hasta 2 cambios por fecha, lo cual revela una destacada actividad por parte de la usuaria, lo que tiene un correlato con el dinamismo observado también en la imagen de perfil, según los registros analizados anteriormente.

En el espacio de la portada se ubican distintos estilos de fotografías, que según la observación realizada a los perfiles personales, varían entre imágenes de la usuaria sola, o en compañía de amigos o amigas y/o familia, juntos a alguna mascota o en un viaje de verano. Además, allí se ubican aquellas imágenes extraídas de la Web, que llevan inscriptos frases, poemas, fragmentos de canciones, etc.

A continuación se presentan 3 ejemplos de imágenes de portada. La primer y segunda imagen corresponde al perfil N° 4, que tuvo gran actividad en relación a los registros visuales, y la tercera imagen pertenece al perfil N° 1.



En las tres imágenes presentadas, se visualizan algunos de los tipos de imágenes que se pueden descubrir en el espacio de la fotografía de portada, con enfoques individuales o colectivos, en distintos espacios y situaciones en los que participa la usuaria.

La elección de esta imagen tan importante para la presentación de la cuenta, se produce también bajo los mismos parámetros que la imagen de perfil. Es decir, la fotografía seleccionada tiene que ser “buena”, no solo en calidad de imagen, sino que también la usuaria tiene que verse bien, ya sea sola o en compañía, en situaciones agradables, como viajes y/o eventos sociales, ideales para compartir con el resto de la comunidad virtual.

3.7. Participar en Facebook y en la Universidad

Uno de los objetivos que guió la investigación, fue analizar cómo se manifiesta pertenecer a una institución educativa universitaria, en la forma que las jóvenes (ingresantes a estudios superiores) hacen uso de la red social, e indagar de qué manera intervienen en esa participación.

En los registros tanto cuantitativos como cualitativos, se indagó sobre esta línea de análisis. En relación a los datos cuantitativos, se planteó el interrogante: ¿Desde qué ingresaste a la universidad cambió tu forma de participar en la red social? A partir de las respuestas de las jóvenes encuestadas, se puede construir la siguiente sistematización:

| Respuestas | Cantidades |
|-------------------|-------------------|
| SI | 23 |
| NO | 16 |
| EN PARTE | 15 |
| NADA | 2 |
| NS/NC | 2 |
| TOTAL | 58 |

Se registró un predominio de quienes consideran que el ingreso a la universidad modifica de alguna manera la forma de participar y usar la red social. Entre las argumentaciones positivas a este respecto, las jóvenes expresaron:

- Porque hay otros intereses, tal vez ya no tanto el conocer gente o esas cosas, si por motivos académicos.
- La integración a grupos de la facultad.
- Hay que estar casi siempre conectada a internet en distinto sentido.
- Porque me comunico con mis amigos más por face que por cel.
- Porque a medida de que vamos conociendo gente vamos cambiando opiniones y hacernos comunicativos.
- Porque cuido más el tiempo, no paso tanto tiempo en internet.
- Porque me interesan ver otras cosas, comentar otro tipo de cosas, dar mi opinión.

- Porque tengo menos tiempo para entrar al face, pero más tiempo para estar buscando información.
- Porque conocí gente nueva y algunas por las redes.
- Porque si bien la red social es un medio de comunicación más, yo como estudiante de la misma tengo que familiarizarme con los medios que me rodean.
- Porque facilita el proceso.
- Porque entro solamente a publicar mis estados y luego salgo, no tengo tiempo.
- La utilizo más para informarme sobre temas relacionados a mi cursada de la carrera.
- Porque la mayoría de las actividades se lo publica en face.
- Porque ahora tengo que estar constantemente ingresando ya que tenemos aula virtual.
- Porque sigo igual.
- Porque creció.
- Porque ahora también lo utilizo para entrar a grupos de la facultad.
- Porque te abre la mente, pensás de otra manera, te rodeas de gente nueva.
- Estas comunicada y te informas a través de grupos.
- Porque ahora las cátedras hacen uso de esta para publicar información relevante de la cátedra.

La universidad, la facultad y particularmente la carrera de Comunicación Social, solicita de una u otra manera la participación en la red social, debido a la creciente irrupción de estas herramientas de socialización en la vida cotidiana de los y las jóvenes. A través de la creación de grupos, y cuentas específicas en la red social, o la inclusión de aulas virtuales que obliga al estudiante a hacer uso de nuevas herramientas online.

Además, la socialización con el grupo de pares reviste gran importancia, en una situación de ingreso a un ámbito de estudio nuevo y desconocido. Se transforma en una herramienta de pertenencia a grupos de estudio y de amistad, a través de los cuales encuentran el espacio para expresar opinión, reflexión sobre distintas situaciones cotidianas.

En un intento por complementar los datos cuantitativos, se cuestionó la misma situación en las entrevistas. De este registro se obtuvo que las jóvenes reconocen la importancia de la red social en el ingreso a la facultad, porque las ayuda a conocer a su grupo de pares y además es el medio por el cual reciben la mayor cantidad de información institucional y académica. En la entrevista N° 3, la joven expresó con referencia a ciertos cambio de consumo y participación en la red social, que *“Quizás si, porque antes yo publicaba más cosas relacionadas con la pareja que yo tenía en ese momento, con mis compañeros, entonces ahora por la facultad publico por las marchas que*

hacemos, por las luchas o por ahí parciales que tuve y me fue bien o me fue mal, pero ya no tanto personal”.

Por otro lado, se destaca la gran utilización de Facebook en las cátedras para transmitir información relevante a la cursada, publicar material teórico y demás. Las jóvenes en este sentido, rescatan que es un fenómeno nuevo y de gran importancia que también las empuja a mantener un contacto mucho más fluido con la red social. La entrevistada N° 2, planteó: *“La verdad que ayuda bastante, porque es algo que todo el mundo utiliza a diario y lo consume demasiado y o sea, ayuda porque te mantiene en contacto. Nosotros en las cátedras, de pronto con los talleristas chateamos, compartimos, suben imágenes, se crea un debate, tenemos un grupo y nos ayuda bastante porque es como que usando otras páginas capaz que ni entramos, no te enteras, en cambio en el facebook es como que la mayoría de la gente esta y te informas”.*

En este último fragmento, la joven también destaca que la participación en la red social, contribuye a entablar relaciones sociales con integrantes de las cátedras, ayudantes y talleristas, que les transmiten información relevante y propician espacios de debate y opinión.

Es también interesante resaltar el cambio en el consumo de contenidos que las jóvenes plantean, es decir, el ingreso y la permanencia en la facultad modifica los hábitos dentro de la red social. Usar y “estar” en la red social persigue otros objetivos, como el buscar información entre sus pares e integrantes de cátedra, tomar conocimiento de cambios y/o novedades impartidas por las cátedras, obtener información que los docentes deciden compartir vía Facebook, expresar su opinión sobre situaciones de la vida social más cercana, etc. Participar en la red social ya no solo implica relacionarse, conocer gente nueva o publicar “estados personales”, también operan otros factores que se desprenden del formar parte de una institución universitaria y de la inserción en un entorno social nuevo, la cual según se observa se dirime en lo presencial y también en lo virtual.

En este sentido, también se manifiesta el desdibujamiento entre la actividad “online” y “offline”, ya que en este aspecto ambas se complementan y retroalimentan, no podrían operar por separado. La actividad áulica en la facultad y la información que se proporciona vía Facebook es complementaria y necesaria para el alumno o alumna, que permanece en ambos mundos de manera simultánea.

El ingreso a un contexto nuevo, con formas de participación y pertenencia desconocidas para los alumnos y alumnas, genera la necesidad de posicionarse en distintos espacios, utilizando todos los recursos disponibles para socializar, redescubrirse y habituarse.

3.8. Valores Sociales y Estereotipos de Género

La existencia de estereotipos asociados a las mujeres y sus formas de “ser y estar” en el entorno social, ha sido objeto de estudio en diversas corrientes teóricas. El nuevo espacio virtual que ha propiciado la no tan reciente explosión tecnológica, ha posicionado una novedosa forma de vislumbrar ciertos rasgos, propios de un sistema de dominación que instituye mediante prácticas y discursos, referentes y modelos de “ser” mujer. Es así, que en el sistema tecnológico con el que se convive, se continúan reproduciendo prácticas que contribuyen a la legitimación de ciertos valores y normas sociales.

La aparición de las redes sociales, con sus mecanismos de relación e interacción en la virtualidad, propician un lugar en el que impugnar o ratificar referentes y estigmatizaciones sobre diversos aspectos inherentes al “ser mujer”, que han circulado históricamente en el contexto social. Distintos son los binomios que se identifican y que han sido objeto de investigación, tales como: mujer-trabajo, mujer- madre, mujer-familia, mujer-sexualidad, mujer-TICs.

Las representaciones sociales que recaen sobre ellas se trasladan y reacomodan en nuevos contextos de relación. Nuevos entornos que ofrecen una “vidriera” en la cual exponer distintas circunstancias y aspectos de la vida de cada persona. Así se presenta Facebook, la red social con más participantes a nivel mundial, una plataforma que permite al usuario y usuaria expresar cada situación y circunstancia, presentes en su vida cotidiana. De esta forma, convivir con la virtualidad también permite establecer relaciones, a través de la creación de “amigos” con los cuales compartir narrativas, imágenes y demás recursos.

En la presente investigación, uno de los ejes transversales que la originan se basa en observar y descubrir la existencia de estereotipos de género, valores sociales y culturales que operan de una u otra manera en las construcciones discursivas y figurativas que realizan las jóvenes en sus cuentas de Facebook.

En este sentido, este apartado reflexiona sobre los discursos y representaciones encontradas en las cuentas personales de las jóvenes como así también en las entrevistas desarrolladas, con el fin de descubrir la presencia de estereotipos estéticos, valores culturales y sociales.

Para iniciar, es preciso destacar la importancia del concepto de belleza y estética que surge reiteradamente en las expresiones de las jóvenes, usadas para definir el conjunto de características que se debe reunir para lograr una imagen aceptable y meritoria de compartir con la comunidad virtual. Este concepto se materializa en las performance de las jóvenes, a través de la exhibición del cuerpo en general y del rostro en particular, en diversas posturas y escenarios.

En este sentido, el cuerpo se posiciona como el elemento primordial que debe ser expuesto a la mirada de los amigos y amigas de la comunidad virtual, siempre representando posturas y situaciones en las que el cuerpo exhibido reproduzca cánones de belleza pre establecidos, es decir, un cuerpo delgado, bello y esbelto.

Según estudios realizados en este sentido, “el cuerpo además de ser un hecho biológico, es un territorio cargado de representaciones en donde permanentemente se construyen y reconstruyen imágenes culturales, donde se elabora un mundo simbólico, del significado y del sentido, en donde se dejan notar el espacio y el tiempo, y en donde se proyectan señales de identidad y de alteridad” (Herrera, 2009:10).

Es así que el cuerpo adquiere gran relevancia en la auto representación de las jóvenes, exhibiendo lo que consideran será lo aceptado por la comunidad virtual y lo que le otorgará una identidad y cierto posicionamiento con sus pares en la red social.

Para comenzar a ejemplificar, en la narrativa de una de las entrevistadas se hace referencia a este aspecto. Se indaga acerca de la apreciación de la joven con respecto a valores estéticos, normas culturales y sociales que observa en su uso cotidiano de la red social. La entrevistada N° 4 plantea que *“Como siguiendo ciertas normas creo que si, por ejemplo en la tele muestran que las mujeres tienen que ser flacas, ahora como que se puso de moda el cabello largo, y cosas así y la mayoría de las chicas como que siguen eso que te dicen en la tele y en el face. También se pone de moda que como que distintas poses te van a hacer ver más linda, y la mayoría de las chicas lo hace. Hay un concepto de lo lindo y lo feo que también se maneja en la red social”*.

La referencia a la corporalidad, “como lugar de representación de una simbólica general del mundo, en los que se entrelazan los contenidos internos del sujeto (imaginario individual) y los de su medio cultural (imaginario social) representación simbólica” (Ibíd.:15) cobra una importancia relevante, en donde las nociones de belleza se ubican como primordiales.

Las imágenes registradas de las jóvenes, tanto en las fotografías de perfil y de portada, poseen en común la referencia al cuerpo como principal elemento de identidad. Sobre él se construye el entramado de relaciones y significaciones. El cuerpo es apreciado como un objeto en exhibición, dispuesto a cumplir un rol específico, el de la reproducción social (Natansohn, 2013:42). En la plataforma de Facebook, se puede reflexionar acerca de la existencia del cuerpo cosificado de la mujer, para la mirada y elección del sexo masculino, materializado en el esfuerzo por asemejarse cada vez más al cuerpo perfecto, cuidado, saludable, digno de ser mirado y aceptado. En este sentido Oliva Marañón plantea que “este culto por la estética corporal y facial que ha situado en primer plano la divinización del cuerpo y la exaltación de un tipo concreto de belleza, hoy se impone con fuerza” (2013:135).

En los perfiles que fueron objeto de investigación, se registró una predilección por ubicar en fotografías de perfil y portada el cuerpo femenino, por lo general en soledad, y representado a través de una postura sensual y atractiva.

A continuación presentamos un cuadro que ejemplifica cuantitativamente, el uso de fotografías en donde la usuaria se encuentre sola⁹, presentándose con una imagen del cuerpo, ya sea el rostro, medio cuerpo o cuerpo entero en los espacios de la fotografía de perfil y portada.

| Tipo de imagen | P. N°1 | P. N° 2 | P. N°3 | P. N° 4 | P. N° 5 | P. N° 6 | P. N° 7 | P. N° 8 | P. N° 9 | P. N° 10 | Total |
|------------------|--------|---------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|-------|
| Fotos de perfil | 1 | - | - | 14 | 6 | 1 | 2 | - | 3 | 1 | 28 |
| Fotos de Portada | 1 | - | - | 5 | 3 | - | 1 | - | 3 | - | 13 |

La imagen de portada, según los datos registrados oscila entre 4 y 10 cambios en el tiempo transcurrido de observación (30 días), por lo que el total de imágenes en las que la joven se encuentra sola y usando el cuerpo como elemento de identificación resulta un referencia significativa.

Al respecto, también es importante destacar los registros correspondientes a las entrevistas que refuerzan y complementan los datos cuantitativos. En la entrevista N° 4 la joven realiza la siguiente apreciación: *“Si, por ejemplo en las fotos, yo veo que la mayoría de las chicas suben fotos de cuerpo entero, haciendo poses, o con escote. Por ejemplo a mí, esas cosas no me gustan. Pero yo veo mucho eso en las chicas que se sacan fotos así, digamos para que solamente le pongan me gusta nada mas. Y a mi esas cosas por ejemplo no me gustan”*.

En esta última reflexión la joven no solo plantea la forma en que las chicas se muestran en la red social, siguiendo ciertos modelos y reglas devenidos de las convenciones sociales, sino que manifiesta también su desaprobación ante ciertas publicaciones, valoradas por ella misma como malas o inadecuadas. La reproducción de modelos considerados “femeninos”, se traduce en la imagen exhibida por las jóvenes, siempre representada sonriente, simpática y dócil. En el apartado referido a las imágenes de

⁹ Se considera solo las imágenes donde la joven se encuentra sola, ya que las fotos grupales remiten a eventos sociales, familiares y/o académicos que se publican con el objetivo de transmitir otro tipo de actividades y circunstancias

perfil y portada, una gran cantidad de imágenes de perfil están representadas por el rostro de las jóvenes, revelando su simpatía a través de la sonrisa. El cuerpo de la mujer, no solo se ve expuesto en las poses y situaciones que deciden mostrar, que entrecruzan la sensualidad y la sexualidad de manera incuestionable, sino que también se refleja en la sonrisa constante de las jóvenes, una postura que intenta mostrar y convencer a los amigos y amigas de la comunidad virtual de su evidente “felicidad”, ocultando aspectos negativos y desfavorables.

Los valores sociales operan en la construcción de la imagen de la usuaria de manera significativa, lo cual queda evidenciado en las fotografías que las representan. Las jóvenes siempre sonríen e intentan transmitir simpatía a quienes observen su perfil personal. Además, como complemento es muy importante resaltar el atuendo que deciden usar, con indumentaria que resalta un cuerpo ideal, bello, delgado y esbelto. Es así que no se registran imágenes en donde las jóvenes aparezcan con atuendos casuales y de descanso, sino por el contrario, se las observa con prendas de fiesta o para eventos nocturnos. Esto último también contribuye a legitimar la imagen que socialmente se acepta de una mujer, siempre luciendo bella y perfecta, un modelo con el cual se debe corresponder.

La constante modificación de imágenes de perfil por parte de las jóvenes también responde a cumplir con este estereotipo de mujer, bella y siempre sensual. Es así que una de las entrevistadas manifiesta: *“las mujeres son las que están más pendientes de cambiar su foto, de verse sexi. A mí la verdad que me pasa mucho, que vas a la página de inicio y hay fotos de nenas chiquitas o nenas adolescentes en corpiño. O sea son cosas que vos decís porque lo hacen, son cosas que tienen un contenido medianamente sexual”* (Entrevista N° 2).

Por otro lado, en una de las entrevistas se planteó un aspecto de gran importancia, relacionado con los estereotipos de clase, modelos de jóvenes que los y las definen pertenecientes a una determinada clase social. Es en este sentido, una de las entrevistadas manifiesta: *“yo creo que como que están muy divididos los sectores, los grupos, porque vos te das cuenta por el tipo de persona que son según su facebook, o mirando su facebook. Hay como cierto estereotipo, los villeros suben tales fotos, de tal manera, escriben de tal forma, diferente a chicos normales, por así decirlo, comunes y otros que digamos que tienen o son de una clase más alta. Si te das cuenta, no solamente por la foto, o como escriben, sino por la calidad de la foto también, a veces los lugares o los estados que ponen”* (Entrevista N° 2).

La red social como nuevo espacio para reflejar posiciones, sentimientos, circunstancias de la vida cotidiana, se transforma también en el lugar en el que trasladar las divisiones de clase que estructuran la vida social, divisiones que se imponen desde la clase dominante. Los y las jóvenes también se constituyen en portadores de rasgos clasificatorios que los identifican con determinada posición social, económica y cultural, y no con otra.

A modo de conclusión

La observación y análisis de la participación en una red social por parte de un grupo de estudiantes de la UNJu, se realiza en un momento de gran repercusión e innovación en este campo de estudio. Pertenecer a una red social interviene significativamente en la vida cotidiana de las personas, y en especial de la de los y las jóvenes que se encuentran inmersos desde que nacen en un mundo dominado por las pantallas y la comunicación instantánea.

En esta investigación, las jóvenes han sido objeto de estudio, a fin de dilucidar y exponer las diferencias que reviste ser mujer y pertenecer en una red social como Facebook, la plataforma con mayor cantidad de usuarios y usuarias a nivel mundial.

En una primera instancia, se constató que uno de los aspectos de mayor trascendencia para las jóvenes que integraron la muestra de la presente investigación, fue la importancia de “estar” en la red social y realizar constantes modificaciones y actualizaciones de “estado”. Consideran este espacio como el indicado para expresar sus actividades cotidianas, sentimientos, situaciones familiares y sociales positivas y consideradas aceptadas para compartir con la comunidad virtual. La actualización del “estado”, se podría concluir constituye el principal motivo por el cual se produce el ingreso constante y reiterado a la red social, incluso reproducido varias veces en un día.

En Facebook, el espacio para modificar el “estado”, es usado de diversas formas y con distintos recursos discursivos y visuales. La participación en la red social, reúne una gran cantidad de recursos presentes en otros medios de comunicación, y en otras esferas, como la publicidad u otras redes sociales, que convergen en una sola plataforma de socialización.

Este fenómeno que congrega a distintos recursos discursivos y visuales en una red social, y que permite al usuario y usuaria un gran abanico de formas de expresión online, es una línea de estudio de gran importancia para futuras investigaciones, favoreciendo a los estudios locales de las tecnologías con perspectiva de género.

La constante recurrencia a la red social, según los recursos narrativos recogidos, es una forma de ver y conocer que sucede en las vidas de sus amigos y amigas virtuales. El voyeurismo está presente en la intención de observar que cambios han operado en su vida cotidiana expuesta en la red social, sin realizar actividad visible online en sus propias cuentas. Este es uno de los aspectos más importantes por el que deciden recurrir a chequear el Facebook, y un aspecto importante en estudios de esta índole.

En relación a recursos visuales, el estudio nos permitió observar que las fotografías más usadas para ocupar el espacio del “perfil”, son aquellas donde las jóvenes se encuentran solas, en una toma de cuerpo entero y expresando simpatía. Las poses en las que deciden exhibirse se corresponden con posturas que resalten su belleza física, tanto del rostro como corporal.

La corporalidad en una comunidad virtual resulta un factor indispensable para consentir y lograr pertenecer a la red social. Y es también una de las variables que determinan la construcción de relaciones sociales y vínculos virtuales.

Los estereotipos de género se continúan reproduciendo en contextos virtuales, las convenciones sociales y los modelos de “ser mujer”, presentes en la vida cotidiana histórica y socialmente determinada se transforman y operan en los ambientes virtuales. La exposición de las jóvenes a través sus fotografías de perfil, denota la reproducción de la cosificación que impera sobre la mujer en un contexto “offline”. El cuerpo de la mujer en la red social también reproduce la figura de “la mujer para ser mirada”, “el cuerpo para otro”. Las jóvenes publican imágenes de sus cuerpos, mostrándolos sensuales, merecedores de ser mirados y aprobados por su perfección y sensualidad. No se registró imágenes donde las jóvenes exhiban su cuerpo de otra manera, ni en situaciones desfavorables, se representan a sí mismas felices, bellas y jóvenes.

La valoración de ciertos rasgos físicos por sobre otros es un aspecto destacable en los registros visuales recogidos, la esbeltez, la sensualidad, la delgadez son características que suponen una imagen aceptable socialmente.

La imagen de mujer que se expresa en la red social, se acopla a una concepción hegemónica, que la ubica en una posición de “objeto” para la mirada del otro, masculino, que requiere de la mujer su simpatía, su sensibilidad y su corporalidad.

En relación a la inserción a la universidad, a la facultad y en particular a la carrera de Comunicación Social, se puede concluir que las jóvenes reconocen cierto cambio en las formas de participación en la red social, impulsadas quizás por la recurrente utilización en las cátedras de la plataforma, como canal de comunicación con los y las alumnos y alumnas.

El interés por participar en la red social radica en otros elementos como discutir con sus pares sobre acontecimientos académicos u hechos de su realidad más cercana, tomar conocimiento de aspectos relevantes para el desarrollo de la carrera y/o de la vida universitaria, además de socializar con sus pares.

La relación que los alumnos y alumnas establecen con la red social en esta instancia de educación, se ve transformada en sus hábitos y consumos dentro de la red social. En este sentido es también importante la evolución que plantean las cátedras al utilizar todos los recursos tecnológicos disponibles para impartir conocimiento.

Pensar en los contextos online como entornos donde se reproducen y legitiman estereotipos de mujer es sumamente interesante. Estos entornos que cohabitan con situaciones cotidianas y “offline”, albergan presupuestos sociales, valores culturales, que intervienen en la forma de ser y pertenecer del grupo en cuestión.

La necesidad de obtener un “me gusta” en las fotografías o un comentario en un “estado” es una clave importante para pensar en la incidencia que tienen las redes

sociales y la participación en una comunidad virtual en la manera de relacionarse fuera de ese ámbito. En los registros discursivos se constató que gran parte de la actividad visible online que realizan, lo hacen con el objetivo de lograr la aprobación de sus pares, ya sean en imágenes o “estados”.

La plataforma alberga una serie de herramientas que disponen para que las jóvenes, en este estudio, las utilicen para conformar un perfil que las exhibirá al resto de la comunidad virtual. Cada joven recurre a ellos de diferente manera y en este aspecto también reside la valoración que ellas le otorgan a ciertos aspectos y no a otros.

Bibliografía

- ARDEVOL, Elisenda, PINYOL, Eva (2010) *La Domesticación de Internet*. Catálogo Exposición Doméstica. Barcelona. Disponible en castellano en: http://photographicsocialvision.org/domestic/pdf/elisenda_ardevol_y_eva_pinyol_cast.pdf
- AGÜERO, Félix Rubén (2005) *La Babel Electrónica: chat en Internet, una descripción semiótica*. Tesis de Licenciatura No publicada. Universidad Nacional de Jujuy, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Jujuy.
- BECERRA, Martín (2003) *Sociedad de la Información. Proyecto, convergencia, divergencia*. 1ra. Edición. Bogotá: Grupo. Ed. Norma.
- BOURDIEU, Pierre (2000) *La dominación masculina*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- CAGGIANO, Sergio (2009) *Apariciones y Apariencias. Disputas visuales en torno al género, la "raza" y la clase*. Tesis Doctoral. Buenos Aires. Universidad Nacional de General Sarmiento.
- CACERES, María Dolores; MORALES, Enrique (2014). *Juventud hiperconectada. Comunicación y sociabilidad virtual. Estudio de caso sobre desconexión de medios durante 24 horas en jóvenes universitarios españoles*. Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones", 7(2), Artículo 7. Disponible en: <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>
- CAUSA, Adriana (2009). *Género Pobreza y Tecnologías. Travesías complejas de las mujeres ante la apropiación de las TICs*. Revista Digital Margen. On Line. Nº 54. Disponible en: <http://www.margen.org/suscri/numante.html>. Última consulta: 30/11/12.
- COCCO, Madeline (2003) *La identidad en tiempos de globalización. Comunidades imaginadas, representaciones colectivas y comunicación*.
- DI PROSPERO, Carolina Emilia (2009). *Tecnologías infocomunicacionales. Cuerpos que importan en facebook*. Revista *Questión*. On Line, Vol. 1, No 24. Disponible en: <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/viewArticle/870>. Última consulta: 16/11/12.
- ELIZALDE, Silvia (2012). *La juventud en la mira de las ciencias sociales, los medios y las leyes. Preguntas y desafíos sobre las diferencias de género y sexualidad*", Revista *Juventudes de América Latina*. On Line. Disponible en: <http://www.caicyt.gov.ar/files/cdjuventudes/contenido.html> Última consulta: 30/11/12.
- FICOSECO, Verónica (2007). *La construcción de la imagen de la mujer en la prensa gráfica de Jujuy durante la fiesta nacional de los estudiantes*. Tesis de

Licenciatura No publicada. Universidad de Jujuy, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Jujuy.

- FRASCARA, Jorge (2006) *El poder de la imagen. Reflexiones sobre comunicación visual*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- FRUYANO, Soledad (2010). *Facebook: La comunicación virtual a través de estudiantes de colegios secundarios de S. S. de Jujuy*. Tesis de Licenciatura No publicada. Universidad Nacional de Jujuy, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Jujuy.
- HARAWAY, Donna (1991) “A *Cyborg Manifesto: Science, Technology, and Socialist-Feminism in the Late Twentieth Century*” in Simians, Cyborgs and Women: The Reinvention of Nature. New York.
- HERRERA RAMOS, María del Carmen (2009) *Figuraciones del Cuerpo Femenino en el Siglo XXI. La imagen femenina como cuerpo descarnalizado en las propuestas gráficas de una cultura light*. Tesis de Maestría.
- LASÉN, Amparo (2012) *Autofotos. Subjetividades y Medios Sociales* en García Canclini, N. y Cruces F. (Eds.) *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales. Prácticas emergentes en las artes, el campo editorial y la música*. Madrid: Ariel, (243-262)
- LEYVA HERNANDEZ, Itzel (2012) “*Pienso, posteo y luego ciber-existo*”. *La comunidad virtual inmersa en la cibercultura*. En XIV Congreso REDCOM (Red de Carreras de Comunicación), Investigación y extensión en comunicación: sujetos, políticas y contextos. Universidad Nacional de Quilmes.
- LOPEZ, Andrea Noelia (2011) *El papel de las mujeres en la Organización Social Tupaj Katari*. Tesis de Licenciatura No publicada. Universidad Nacional de Jujuy. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Jujuy.
- LOPÉZ Guadalupe y CIUFFOLI, Clara (2012) *Facebook es el mensaje. Oralidad, escritura y después*. Buenos Aires: La Crujía.
- LOPEZ VALENTI, Pablo (2002) *La Sociedad de la Información en América Latina y el Caribe: TICs y un nuevo Marco Institucional*. *Revista Iberoamericana de Ciencias, Tecnología, Sociedad e Innovación*. Número 2. Disponible en: www.oei.es/revistactsi/numero2/valenti.htm
- MARAM, Luis (2010) *¿Que son los nativos digitales? ¿Qué son los inmigrantes digitales?* En: <http://blog.luismaram.com/2010/09/07/que-son-los-nativos-digitales/>. Último acceso: 03/04/13.
- MARGULIS, Mario; URRESTI, Marcelo (2008) *La juventud es más que una palabra*. Disponible en:

- MARTIN, María Victoria (2011) *Cuestiones sobre jóvenes y juventudes, diez años después* / Mariana Chaves ...[et.al.] ; compilado por Marcos Mutuverría ; Fernando Palazzolo ; Laura Otrocki ; Edición literaria a cargo de Carlos Giordano ; María Silvina Souza ; Verónica Vidarte Asorey. 1ra ed. - La Plata : Universidad Nacional de La Plata.
- MORDUCHOWICZ, Roxana, (2008) *La generación multimedia. Significados, consumos y prácticas culturales de los jóvenes*. Buenos Aires: Paidós
- MORDUCHOWICZ, Roxana (Coord.) (2008) *Los jóvenes y las pantallas. Nuevas Formas de Sociabilidad*. Buenos Aires: Ed. Gedisa.
- NATANSOHN, Graciela (2013) Coord. *Internet en código femenino. Teorías y prácticas*. Buenos Aires: La Crujía.
- PISCITELLI, Alejandro (2002) *Ciberculturas 2.0 En la era de las máquinas inteligentes*. Buenos Aires: Ed. Paidós.
- PORTA, Paula; RACCIOPE, Bianca; ZAPATA, Natalia; POIRÉ, María Julia. (2012) *Jóvenes y TICs. Nuevos modos de socialización en Internet. Cuestiones de la sociedad de la información, sociedad de la comunicación y sociedad del conocimiento. Viejas y nuevas tecnologías*. Revista Digital *Questión*. Disponible en http://perio.unlp.edu.ar/iicom/sites/perio.unlp.edu.ar.iicom/files/cuestiones_de_la_sociedad_de_la_informacion_1.pdf. Última consulta: 30/11/12.
- PRENSKY, Marc (2010) *Nativos e Inmigrantes Digitales*. Adaptación al castellano del texto original "Digital Natives, Digital Immigrants". Cuadernos SEK 2.0. Disponible en: [http://www.marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20\(SEK\).pdf](http://www.marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20(SEK).pdf) ultima consulta: 04/03/2013
- REGUILLO CRUZ, Rossana (2000) *Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto*. 1º Ed. Bogotá: Grupo Ed. Norma.
- REGUILLO, Rossana. (2005) *Horizontes fragmentados. Comunicación, cultural, pospolítica: El (des)orden global y sus figuras*. México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente

- REGUILLO, Rossana (1995). *En la calle otra vez: Las Bandas: Identidad Urbana y Usos de la Comunicación*. México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.
- REMONDINO, Georgina (2009). *Marcas de la cultura ciber/mediática: imperativos culturales y (des)anclaje educativo*. En Cristina M. Petit (Comp.), *Medios y tecnologías de la información y la comunicación. Socialización y nuevas apropiaciones*. Córdoba: Ed. Brujas
- SABANES PLOU, Dafne (2004) *Mujeres y Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación*. Disponible en: http://www.apc.org/apps/img_upload/5ba65079e0c45cd29dfdb3e618dda731/02_Dafne_Sabane.pdf Última consulta: 16/12/12.
- SABANES PLOU, Dafne (2006) *Con tics, nuevas tácticas de abuso a las mujeres CIMAC Noticias. Periodismo con perspectiva de Género*. On Line. Disponible en: <http://www.cimacnoticias.com.mx/node/59210> Ultima consulta: 16/12/12.
- SABANES PLOU, Dafne (2011) “*Tecnologías de la información y la comunicación parta una comunicación no sexista*. Jornadas de Comunicación No Sexista. Rosario el 23, 24 y 25 de junio. Disponible en: http://www.genderit.org/sites/default/upload/tic_para_una_comunicacion_no_sexista.pdf Ultima consulta: 16/12/12.
- SAINTOUT, Florencia (2007) *Jóvenes e incertidumbres. Percepciones de un tiempo de cambio: familia, escuela, trabajo y política*. Tesis Doctoral. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. Sede Académica Argentina.
- SAINTOUT, Florencia (2012) *Contra el tutelaje, elogio del voto juvenil*. Diario Página 12 On Line, 4 de setiembre de 2012. Sección El País. Disponible en: <http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-202520-2012-09-04.html> Ultima consulta: 16/12/12.
- SANTORO, Sonia (2007). *La práctica de periodismo de género en Sandra Chaher y Sonia Santoro (Comp.), Las palabras tienen sexo. Introducción a un periodismo con perspectiva de género*. 1º.ed. Buenos Aires: Artemisa Comunicaciones Ediciones.
- SAUTU, Ruth, BONILIO Paula, DALLE, Pablo, ELBERT, Rodolfo (2005) *Manual de Metodología: Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología*. Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales- CLACSO.
- SIBILIA, Paula (2013) *La Intimidación como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

- VALCARCEL, Amelia (2000) *La memoria colectiva y los retos del feminismo*. Mujeres en Red. El periódico feminista. Disponible en: <https://www.mujiresenred.net/spip.php?article241>
- VERA, Guillermo (2011) *Plano General de la Web 2.0*. Universidad Católica de Murcia (UCAM)/Instituto de Investigaciones en Comunicación (IICOM-UNLP). Ponencia presentada en Congreso Red Com 2011. Tartagal.
- VIÑAS Rossana y JAUREGUIBERRY Laura (2012). Los jóvenes y las NTIC. La guerra de los mundos: lo real vs. el ciberespacio. *Revista Argentina de Estudios de Juventud*. On Line Numero 5 Vol. 1. Disponible en: <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/revistadejuventud/article/view/1506>. Última consulta: 30/11/12.
- WACJMAN, Judy (2006) *El Tecnofeminismo*. Madrid: Cátedra.
- WIENHAUSEN María Denise y ANDRÉS, María Elisa (2012) Uso de las redes sociales en universidades privadas y públicas en Jujuy. *Experiencias innovadoras en investigación aplicada*. Comp. Peñaranda, Noelia; Zazzarini, Susana y Bejarano Ignacio. Área Investigación y Desarrollo Científico. Jujuy: DASS-UCSE.
- WINOCUR, Rosalía. (2006). *Internet en la vida cotidiana de los jóvenes*. *Revista Mexicana de Sociología*. Disponible en <http://www.revistas.unam.mx/index.php/rms/article/view/6069> Última consulta: 30/11/2012.
- ZANONI, Leandro (2008) *El Imperio Digital*. El nuevo paradigma de la comunicación 2.0. Buenos Aires: Ediciones B.

Anexos

Los Anexos se encuentran digitalizados y presentados en un CD adjunto, organizado de la siguiente manera:

- Entrevistas: 4 entrevistas realizadas a jóvenes mujeres ingresantes a la Carrera de Comunicación Social del año 2013.
- Sistematización de Encuestas: Se presenta la sistematización de las 60 encuestas realizadas a mujeres ingresantes en el año 2013 a la carrera de Comunicación Social.
- Cuadro de Relevamiento de Perfiles Personales: Por el período de un mes se realizó la observación de 10 perfiles personales de Facebook pertenecientes a jóvenes mujeres ingresantes a la carrera de Comunicación Social en el año 2013, cuyos registros fueron asentados en el cuadro que se presenta.