



UNIVERSIDAD  
EMPRESARIAL  
SIGLO 21

# facebook

Nuevos modos de vinculación  
de los adolescentes posmodernos

---

Proyecto de Investigación Aplicada

Trabajo Final de Graduación  
Licenciatura en Psicología

## **Autora**

Giselle Cancellieri  
Legajo PSI749

## **Directores**

Álvaro Ortiz  
Teresa Reyna

---

Abril 2010



LE DOY GRACIAS...

A MIS PADRES, POR CONFIAR EN MÍ

A MIGUE, POR ACOMPAÑARME CADA DÍA EN ESTA MARAVILLOSA EXPERIENCIA

A MIS HERMANOS Y AMIGOS, POR TODA SU AYUDA Y SU CARIÑO INCONDICIONAL

A MIS PROFESORES, POR GUIARME Y COMPARTIR CONMIGO SU SABIDURÍA

GRACIAS DE TODO CORAZÓN, PORQUE ENTRE TODOS

ME AYUDARON A ALCANZAR ESTA META...



# Índice

|  |         |
|--|---------|
| I) Introducción y Justificación .....                              | Pág. 7  |
| II) Antecedentes .....   | Pág. 9  |
| III) Objetivos .....   | Pág. 11 |
| IV) Marco teórico  |         |
| A. El contexto actual .....  | Pág. 12 |
| 1) El nacimiento de las redes sociales .....                       | Pág. 14 |
| B. La adolescencia y los medios de comunicación .....              | Pág. 16 |
| C. El proceso adolescente  |         |
| 1) Trabajos del adolescente en su grupo de pares .....             | Pág. 20 |
| 2) Los grupos adolescentes en contextos virtuales .....            | Pág. 24 |
| V) Metodología   |         |
| A. Problema a resolver .....                                       | Pág. 30 |
| B. Muestreo y Muestra .....  | Pág. 30 |
| C. Instrumento y Procedimientos para la recolección de datos ..... | Pág. 31 |
| D. Método de análisis de los resultados .....                      | Pág. 33 |
| VI) Resultados .....   | Pág. 34 |
| VII) Análisis .....  | Pág. 42 |
| VIII) Conclusiones .....   | Pág. 50 |
| IX) Referencias .....  | Pág. 53 |
| X) Anexos ( <b>ver archivo Anexos</b> )                            |         |
| A. Descripción general del funcionamiento del Facebook             |         |
| B. Solicitud de Consentimiento Informado de los padres             |         |
| C. Bosquejo de entrevista  |         |
| D. Transcripción de las entrevistas                                |         |



# I. introducción y justificación

La irrupción masiva del Internet y de las llamadas tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) desde finales del siglo pasado ha generado un rotundo cambio en la manera como nos comunicamos y relacionamos hoy en día. La posibilidad casi universal, dentro del mundo occidental, de acceder a la información de forma rápida y relativamente eficiente ha revolucionado la sociedad actual. (Vallejo Pareja, 2003)

Internet se ha convertido en un espacio de marcado carácter social que trasciende a otros medios de comunicación. Gracias al surgimiento de una segunda generación de servicios llamada la web 2.0, Internet permite que los usuarios se comuniquen entre sí de manera mucho más ágil, rápida y sencilla que hace algunos años atrás. Una mayor interactividad posibilita a las personas participar, modificar y contribuir en aquellos sitios que visitan. (Cobo Romaní & Kuklinsky, 2007)

Esta transformación del Internet implica también que hoy en día los usuarios sean creadores de la red, desarrollando de manera colectiva nuevos espacios donde se comparten significados y sentidos. Tal es el caso de las redes sociales como Facebook, que rápidamente se ha convertido en un fenómeno de gran magnitud a escala global alcanzando los 400 millones de usuarios para principios del 2010. En nuestro país, según la consultora comScore, el Facebook pasó de agrupar 42 mil usuarios a un millón tan sólo entre el 2007 y el 2008. (Diario Perfil, 2008)

Por otra parte, cabe destacar que el impacto de los avances de la tecnología es mucho más significativo en la población adolescente que en cualquier otro grupo etario, puesto que los adolescentes son más sensibles a los cambios del presente, al entorno social en el que viven y la utilización de la red en la vida cotidiana. (Castellana, Sánchez-Carbonell, Graner y Beranuy, 2007) Los adolescentes pasan más tiempo en línea que la mayoría de los adultos y además se conectan más frecuentemente. (Mesch, 2008) En Inglaterra, de acuerdo a la BBC Mundo (2007) “los jóvenes de 13 a 18 años de edad pasan más de 20 horas a la semana en internet, en comparación con las seis horas que se mantenían conectados hace un año”.

Otro de los motivos por los cuales las redes sociales juegan un papel importante durante el proceso adolescente es que el mismo se despliega en el contexto social: ocurren una serie de cambios con respecto a los vínculos familiares que se ven desplazados por aquellos fuera de la familia. En consecuencia, el adolescente conforma grupos de pares que funcionan como sostén y donde encuentra nuevos modelos de identificación. Internet, y en particular las redes sociales virtuales, son algunos de los contextos actuales donde se transita el proceso adolescente.

Para finalizar, a pesar de la magnitud del fenómeno de las redes sociales son las escasas investigaciones desde el campo de la psicología que existen hasta el momento en relación a este tema. Este trabajo buscará dar cuenta de algunas de las implicancias del uso la red social Facebook en las características específicas de los vínculos que desarrollan los adolescentes a través de la misma. Investigar y comprender los nuevos escenarios donde los adolescentes se relacionan invita a repensar los conceptos y teorías sobre la construcción de la subjetividad en los tiempos actuales.



## II. antecedentes

Los estudios sobre la comunicación mediada persona a persona se iniciaron con el uso del telégrafo y del teléfono. (Peiro, Prieto-Prieto y Zornoza, 1993) Sin embargo, estos estudios se centraban en comparar grupos de trabajo que se comunicaban cara a cara con otros que lo hacían a través de algún medio de comunicación, partiendo del supuesto que la situación de interacción presencial era de mayor calidad que las que se desarrollaban a través de algún medio telemático. Mucho se ha avanzado desde entonces, tanto en el desarrollo de nuevas tecnologías de la comunicación como en las perspectivas de investigación acerca de las mismas.

Grinter y Palen (2002) llevaron a cabo una investigación sobre el papel que juegan los servicios de mensajes instantáneos tales como MSN, ICQ, AIM y Yahoo Messenger en la vida cotidiana de adolescentes de 16 años de Estados Unidos e Inglaterra. En la misma se destaca que las comunicaciones de los adolescentes son en su mayoría con personas que conocen de los contextos sociales que frecuentan, tales como la escuela o el club al que asisten. La presión de los amigos contribuyó a que un número considerable de integrantes de un grupo social participara de un mismo sistema de mensajes instantáneos y que su adopción se transformara en un uso sostenido de dicho servicio. La necesidad de crear un espacio privado para conversar es otro de los motivos para adoptar el uso de servicios de mensajes instantáneos.

Otro de los hallazgos de la misma investigación es que la posibilidad de participar de la comunicación a través de mensajes instantáneos es un factor que en cierta medida determina la pertenencia, o no, a un grupo social. Los participantes de este estudio expresaron mayores inconvenientes para ponerse en contacto con aquellos pares que no utilizaban ningún servicio de mensajes instantáneos, dificultando las relaciones entre ellos.

Este estudio señala que las tres actividades principales que caracterizan las conversaciones a través de los servicios de mensajería instantánea fueron la charla informal para socializar, la planificación de eventos y la colaboración para trabajos del colegio, temas que podían estar presentes de manera simultánea en una misma conversación.

Por otra parte, un grupo de investigadores de España llevaron a cabo un estudio comparativo entre el uso de Internet por parte de los adolescentes (entre 13 y 18 años) y de los jóvenes (entre 19 y 25 años). Los resultados encontrados señalan que el 50% de los adolescentes se conectan a diario y un 30% lo hace entre dos y tres veces por semana. En adición, la cantidad de horas dedicadas al entretenimiento y al ocio fue entre una y tres horas para el 35% de los adolescentes y un considerable 20% le dedica entre tres y seis horas. Por último, un hallazgo que sorprendió a los investigadores fue que el uso de las redes sociales era mayor en los adolescentes, quienes en un 20% lo utilizan casi siempre frente a un 0,5% de los jóvenes estudiados. Además, el uso del chat también

resultó ser superior para el grupo de los adolescentes (8%) frente a un 2,4% de los jóvenes. (Graner Jordana, Castellana Rosell, Sánchez Carbonell, Beranuy Fargues & Chamarro Lusa, 2008)

Podemos inferir de estas investigaciones que, en primer lugar, el uso del Internet por parte de los adolescentes se encuentra ostensiblemente orientado a fines sociales y lúdicos. Los estudios mencionados también destacan que es de suma importancia en el período adolescente participar de servicios como la mensajería instantánea y las redes sociales, puesto que dibuja una línea entre la pertenencia o no pertenencia a determinado grupo, con lo cual, la participación en estos contextos virtuales demuestra ser de fundamental importancia para los adolescentes en la actualidad.

## III. objetivos

### *objetivo general*

**Conocer** las características de los vínculos que establecen los adolescentes a través de la red social Facebook.

### *objetivos específicos*

- 1) **Describir** posibles factores que motiven a los adolescentes a utilizar el Facebook como red social virtual.
- 2) **Indagar** posibles diferencias entre los vínculos virtuales y presenciales de los adolescentes.
- 3) **Identificar** los elementos más valorados por los adolescentes en sus perfiles del Facebook.

## IV. marco teórico

Con el objetivo de dar cuenta de un cuerpo teórico desde el cual se encuadre la presente investigación, en primer lugar será necesario realizar un recorrido por algunas características distintivas de la época posmoderna. Se hará especial hincapié en el papel de los medios de comunicación como nuevos agentes de socialización y en particular, sobre la transformación del Internet como lo conocemos en la actualidad.

En segundo lugar, una vez mencionadas las características de la población adolescente y su relación con los medios de comunicación, se pasará a describir el proceso de la tramitación de la adolescencia desde los aportes teóricos de autores tales como Ricardo Rodolfo y Donald Meltzer. Para finalizar, se tomarán en consideración los aspectos particulares de la dinámica de las relaciones y los grupos en contextos virtuales como es el Facebook.

### A. contexto actual

En la actualidad vivimos en un mundo globalizado. Pareciera ser una afirmación muy obvia, pero tan sólo dos décadas atrás pocas fuentes bibliográficas hacían mención de este concepto. La globalización, impulsada gracias a los avances en los sistemas de comunicación, consiste en proceso dinámico que produce un incremento gradual de la comunicación e interdependencia de los países en el mundo, unificando sus mercados, sociedades y culturas. Este complejo fenómeno implica tanto una transformación a nivel económico, político, tecnológico como cultural. (Giddens, 2003)

El alcance del fenómeno de la globalización se produce cada vez de manera más acelerada y sus acarreado cambios tanto a nivel macro-social como en la vida cotidiana de cada individuo. Por ejemplo, tan solo 150 años después que se inventara el código Morse, éste desapareció de las comunicaciones marinas dando lugar a las comunicaciones a través de satélites. Tomó 40 años para que la audiencia de radio alcanzara los 50 millones de usuarios mientras que hicieron falta solo 15 para que la misma cantidad de gente utilizara una computadora. (Giddens, 2003)

Gracias al desarrollo de los medios de comunicación, en la actualidad es posible que el conocimiento sea accedido y producido por cualquier persona que se conecte a Internet, en un proceso gradual de masificación del saber. Un ejemplo muy representativo de este fenómeno es la Wikipedia, una enciclopedia libre en la que los propios usuarios crean y modifican entradas para innumerables temas. Un artículo publicado por G. Riera en el portal Universia, señala que “Por primera vez en la historia de la humanidad cualquiera de nosotros tiene la capacidad de comunicarse

masivamente. Esto es un cambio histórico, porque ya no hay pocas fuentes de información y muchos lectores. Ahora hay ilimitadas fuentes de información (de distintas calidades, claro), y un número enorme de lectores que potencialmente también son generadores de información”.

La penetración de los medios de comunicación en los hogares y su característica masividad los convierte en medios privilegiados para la transmisión del conocimiento. Con esto, la familia y las escuelas fueron perdiendo poco a poco su exclusividad como agentes subjetivantes y socializadores de los niños y adolescentes.

En relación a esta idea, el autor Ricardo Rodulfo (2008) sostiene que en el presente los medios de comunicación masivos o *mass media* deben pensarse como socializadores primarios tan importantes como la familia: éstos no son meros medios de distribución de contenidos, sino que constituyen agentes de producción de subjetividad. El autor destaca que los contenidos presentados por los *mass media* hacen difusa la línea divisoria entre lo familiar y lo no-familiar, puesto que llegan al adolescente de forma directa y no a través de la familia.

Según las autoras Rojas y Sternbach (1994), los medios masivos de comunicación son un medio privilegiado para promover un imaginario social a nivel mundial. “Imponen (...) una cultura basada en la imagen, lo que modifica hasta las mismas formas de la percepción de la realidad” (p. 39). Estas autoras relacionan el culto a la imagen con una cultura cada vez más centrada en la inmediatez de lo visible: la preponderancia del ‘envase corporal’ sería una de las expresiones de esta tendencia. Más allá de las pantallas, la imagen se atribuye como un valor social y el individuo pasa a valorarse a partir de su exterioridad. En adición, a través de la adoración de la imagen, se promueve el ideal de la juventud: las características juveniles tanto en la apariencia física como en un estilo de vida ligero y en la valoración de lo informal. Por el contrario, la vejez y la muerte son negadas con la exaltación de una temporalidad detenida en la juventud.

En la sociedad actual, uno de los ideales más importantes la tendencia a la adquisición de bienes. Este ideal se ve favorecido por la publicidad que induce a la constante renovación de objetos. La compra y descarte perpetuo que impone el consumismo constituye la base para el ideal del aquí y ahora, que concibe el presente como fugaz y eterno. Guilles Lipovetsky (1990) plantea que el presente se impone como el organizador temporal en torno al cual se construye la sociedad de hoy en día. Lo novedoso se ha convertido entonces en aquello más valorado cotidianamente mientras que las tradiciones cada vez poseen menor influencia sobre el curso de la sociedad.

La cultura mass-mediática no es indiferente a la exigencia de renovación acelerada y al éxito inmediato. La cultura de masas es fabricada para el placer inmediato de recreo del espíritu. Su capacidad de seducción radica en su simplicidad: debe ser comprensible de manera inmediata para todos. A pesar que siempre debe presentar contenidos novedosos, los mismos no deben desviarse demasiado de las expectativas del público. Por lo tanto, es necesario evitar la complejidad en las historias, presentar personajes identificables de manera rápida y que requiera una interpretación mínima. El videoclip es un ejemplo al punto extremo de esa cultura express; representa la expresión última de la creación publicitaria y del culto por lo superficial. (Lipovetsky, 1990)

En relación a la población adolescente, la cultura de los medios de comunicación ha contribuido a difundir modelos de identidad y posibilidades de elección personal. El autor Guilles Lipovetsky (1990) se pregunta por el magnetismo que tienen los ídolos para despertar entusiasmo y adoración en este segmento de la población. Los ídolos, figuras de encanto, poseen una belleza incomparable gracias al maquillaje, las fotos mejoradas, la ropa, las cirugías plásticas y toda una maquinaria de recursos para lograr una imagen ideal. Según el autor, la idolatría de personajes constituye una manera desde la ambigüedad de expresar la propia identidad y una forma de acceder a una identidad subjetiva y de grupo. Por lo tanto, plantea que los adolescentes se liberan en cierta medida de las influencias de su medio de pertenencia e imitan nuevas actitudes que les brinda un grado mínimo de autonomía. La preferencia hacia un ídolo y un estilo revelan una afirmación individualista frente al medio familiar.

### 1) El nacimiento de las redes sociales

Internet, a diferencia de otros medios de comunicación como la televisión, los diarios o la radio se ha transformado en un contexto multimedia muy similar al del 'mundo real'. En Internet las personas eligen cómo navegar a través de la misma, cómo participar, contribuir y modificar aquellos espacios que se visitan. Gracias al desarrollo de la Web 2.0, la red de redes fue ampliando gradualmente la capacidad de interacción entre los usuarios y abrió la posibilidad de creación colectiva de nuevos significados y sentidos. Este adelanto ha convertido al Internet en contexto social y psicológico que trasciende a otros medios de comunicación. (Barak, 2008)

La Web 2.0, un concepto ideado por O'Reilly en el 2004, atribuye su nacimiento a una comunidad de expertos en informática y sistemas de redes autodenominados *hackers*, que en los años 60' y 70' acordaron trabajar en cooperación y unir sus habilidades con el objetivo de crear programas informáticos o software que permitieran a los usuarios trabajar en colaboración y copiar, modificar o distribuir su contenido de manera gratuita. (Cobo Romaní & Pardo Kuklinsky, 2007)

La Web 2.0 implica la evolución de la web de un sitio de contenidos multimedia a una plataforma abierta basada en la participación de los usuarios. Por lo tanto, una característica distintiva de la Web 2.0 es su fuerte acento en lo social y su capacidad para nuevas formas de generación y distribución del conocimiento. Los servicios de la Web 2.0 permiten enviar correos, mensajes, conversar de manera instantánea, cargar fotos y videos, compartir links de manera ágil y sencilla. Este sistema de colaboración permite que los demás prueben, utilicen y mejoren los desarrollos tecnológicos elaborados colectivamente por el resto de la comunidad. Algunos de los ejemplos más conocidos de ello son Linux, la Wikipedia, las redes sociales o la propia Internet. (Cobo Romaní & Pardo Kuklinsky, 2007)

El concepto de Redes sociales o Social Networking, como lo definen los autores Romaní y Kuklinsky (2007), describe todas aquellas herramientas diseñadas para la creación de espacios que promuevan o faciliten la conformación de comunidades e instancias de intercambio social. En la actualidad existen una gran variedad de las mismas orientadas a públicos y objetivos muy diversos.

Algunos ejemplos son Youtube, Facebook, Twitter, Yahoo Answers, Hi5, Metroflog, MySpace, entre muchas otras.

Facebook es actualmente una de las redes sociales con más rápido crecimiento en el mundo, alcanzando aproximadamente los 400 millones de usuarios para febrero del 2010, mes en el que se celebra su 6to aniversario. (La Vanguardia, 2010) El nombre Facebook se traduce como 'libro de caras' y hace alusión a un libro con fotos de todos los miembros de una universidad que se le entrega a los recién ingresados para que se vayan familiarizando con sus compañeros y profesores.

Creada por Mark Zuckerberg, un estudiante de Harvard de 24 años, este servicio permite que sus usuarios creen su página personal e interactúen compartiendo fotos, videos y demás. La traducción de la red social en diversos idiomas posibilitó se expandiera de manera acelerada a nivel global. En Argentina, desde que se tradujo al idioma español a comienzos del 2008, han ido en aumento sus usuarios. Además, a diferencia de la red social Fotolog (la anterior red social más popular en el país antes), el Facebook ofrece más posibilidades de personalizar la página del perfil, compartir aplicaciones y crear otras propias que los demás usuarios también pueden usar.

El Facebook no es un lugar exclusivo para los individuos: también organizaciones políticas y grupos reunidos por diferentes causas encuentran allí un espacio para compartir sus intereses con otros. Esta versatilidad que ofrece la red para que el propio usuario configure su perfil y sus aplicaciones según sus necesidades e intereses es lo que le ha dado una ventaja crítica por encima de otras redes sociales.

Para conocer sobre el funcionamiento general del Facebook, ver Anexo A.

## B. la adolescencia y los medios de comunicación masivos

El estudio sistemático de la adolescencia se inicia a comienzos del siglo XX, momento en el cual Rosseau y Stanley Hall fundan las bases de la adolescencia como una etapa de la vida distinta de la niñez y la adultez. No obstante, en aquel entonces, era considerada el momento de preparación para la adultez, que por su breve duración (entre los 11 y 13 años), coincidía con los cambios físicos de la pubertad. A través de las décadas el período adolescente se fue extendiendo inclusive hasta después de los veinticinco años. (Griffa & Moreno, 2005) En el presente, el pasaje a la adultez es paulatino y difuso, con lo cual, para determinar el final de la adolescencia se toman en cuenta los aspectos psicológicos, económicos y sociales además de la madurez física. A medida que la adolescencia se fue prolongando, se conformó una 'subcultura adolescente', así como también características de personalidad específicas de esta etapa.

Erik Erikson (1968) ideó el término *moratoria psicosocial* para referirse a un tiempo que las sociedades occidentales le conceden al adolescente para explorar varias opciones de vida posibles postergando momentáneamente la asunción de las responsabilidades adultas. Probar varios trabajos posibles y enamorarse son experiencias que permiten a la persona conocer sus habilidades así como también lograr un mejor conocimiento de sí mismo en interacciones íntimas con otras personas. La exploración también ocurre en un nivel ideológico, como por ejemplo, probar diferentes ideas religiosas o políticas. Según el autor, estas exploraciones son las que contribuirán a conformar la identidad de la persona.

Uno de los cambios sociales más significativos que han favorecido la prolongación de la adolescencia es la exigencia por parte del mercado laboral de estudios académicos cada vez más extensos y especializados, con lo cual, los jóvenes deben esperar un período de tiempo más largo para comenzar a trabajar y ser económicamente autosuficientes.

Otro factor que ha influido en el alargamiento de esta etapa es la expansión de la esperanza de vida de las personas y el comienzo cada vez más temprano del desarrollo de cambios físicos hacia la madurez sexual. En el primer caso, dado que la adultez se extiende hasta los 45-50 años, no urge que el período adolescente sea transitado tan rápidamente como antes. Por otra parte, la mejora en la dieta alimentaria así como también el consumo de vitaminas y alimentos con hormonas influyen en que el desarrollo puberal se inicie más anticipadamente.

Considerando el contexto social actual, el tránsito de la adolescencia es muy diferente al de otras décadas, dada la mediación de los *mass media* y su acceso a este segmento de la población. La música, la televisión, el internet, las películas y revistas son parte de la vida cotidiana de casi todos los adolescentes en los países occidentales. Como se mencionó en la sección anterior, el autor Ricardo Rodulfo (2008) propone a los medios de comunicación masiva como agentes a través de los cuales los adolescentes construyen su identidad y es por eso que resulta fundamental tener en cuenta el uso que los adolescentes hacen de los mismos. Existen dos teorías tradicionales que explican cómo



los medios podrían influir sobre los adolescentes, y una tercera más reciente que reconoce una relación más compleja que la de causa-efecto entre los medios de comunicación y sus receptores.

En primer lugar, la teoría del cultivo sostiene que la televisión gradualmente va cultivando la visión del mundo de una persona, por lo que con el paso del tiempo la persona tendrá una perspectiva similar a la que se difunde en la televisión. Esta teoría considera, por ejemplo, el *síndrome del mundo malo* como una consecuencia posible de ver televisión: dado los altos contenidos de delitos, violencia y la exageración de los noticieros, las personas crean una visión del mundo como un lugar peligroso y violento. (Jensen Arnett, 2008).

En segundo lugar, la teoría del aprendizaje social planteada por Bandura (1994) sostiene que la gente imita aquellas conductas modelo que son recompensadas, que reciben el menor castigo o no son castigadas en absoluto. Se han realizado una considerable cantidad de estudios que toman como marco de referencia a esta teoría, algunos de los cuales han servido de evidencia a favor de la misma. (Jensen Arnett, 2008)

Existe una tercera mirada llamada el enfoque de usos y gratificaciones, que a diferencia de las teorías presentadas en los párrafos previos, considera que el receptor de los medios de comunicación posee un papel activo en la elección de contenidos que presentan los medios. Por lo tanto, no tendrá el mismo efecto un programa de televisión violento en una persona que le gusta dicho programa que en una que no le gusta. Por otro lado, este enfoque plantea que cada persona responderá de diferente manera a los medios de comunicación según sus características de personalidad. Por ejemplo, una investigación realizada por Brown y colaboradores halló que al leer una revista para quinceañeras, algunas adolescentes responden sintiéndose inseguras de su aspecto físico en comparación con las modelos, mientras que otras leen la misma revista sin que les afecte. (Jensen Arnett, 2008)

Para resumir, el enfoque de usos y gratificaciones sostiene que los adolescentes utilizan los medios de manera activa, en primer lugar, eligiendo los productos que presentan los medios de comunicación según su identidad. El hecho que se le preste atención a dicho producto lleva a interactuar con el mismo. Según la evaluación e interpretación que el adolescente haga del producto, aplicará el contenido del medio incorporándolo a su personalidad. Este enfoque se pregunta entonces por los posibles usos que motivan a los adolescentes a elegir cierto programa de televisión, una película o cierta música, así como también las posibles gratificaciones que esta elección genera en los adolescentes.

Una encuesta llevada a cabo por el Centro de Estudios Avanzados de la UNC a estudiantes del secundario de la ciudad de Córdoba halló que los adolescentes sostienen una postura considerablemente crítica frente a los programas de televisión que eligen. Según esta investigación, los encuestados expresaron que están disconformes con los programas que ven puesto que los mismos presentan “una visión fantasiosa de la realidad y la juventud”. (La Voz, 2009, p. 3A) Estos resultados pueden considerarse como respaldo al tercer modelo puesto que destaca la actitud crítica que los mismos sostienen frente a los contenidos que distribuye la televisión.

Ahora que se presentaron las distintas perspectivas en cuanto a los mecanismos de influencia de los medios en los adolescentes, se pasará a describir los usos más comunes que los adolescentes hacen de los medios de comunicación según el autor Jeffrey Jensen Arnet (2008). A pesar de que esta información se basa en estudios realizados en los Estados Unidos, podríamos inferir que existen puntos de coincidencia con la realidad de la población en nuestro país.

Uno de los principales usos que los adolescentes le dan a los medios de comunicación es para el entretenimiento, como una forma divertida de pasar el tiempo libre. Estudios han demostrado que ver televisión es una manera de distraerse y también de alejarse de los problemas puesto que no demanda demasiada atención. Otro ejemplo es la música, que a menudo suele acompañar el tiempo libre de los adolescentes cuando están con sus amigos, en el auto, o a solas en su habitación.

La búsqueda de las sensaciones intensas es otra de las razones por la que los adolescentes usan los medios de comunicación, y uno de los principales motivos por los que los adolescentes consumen juegos, televisión y música. Experimentar sensaciones fuertes es una característica de la personalidad que se define como el grado en que una persona disfruta la novedad y la intensidad de las sensaciones. Se han realizado estudios que demuestran que los adolescentes suelen puntuar más alto que los adultos en cuanto a esta característica.

La música es uno de los medios elegido más común en la búsqueda de sensaciones fuertes, en especial aquellos estilos más energéticos como el heavy metal y el rock. Por otra parte, otra de las razones por la que la música es el medio más elegido es que sus letras suelen ser compuestas por adolescentes y su nivel de estimulación sensorial suele ser mayor que, por ejemplo, el de la televisión. Se ha demostrado que la activación sensorial de los adolescentes cuando escuchan música es fuerte tanto por su intensidad sensorial y como emocional.

Según un estudio realizado recientemente por Oliver (2006), ver televisión o escuchar música son algunas de las estrategias más comunes que utilizan los adolescentes para afrontar sentimientos de enojo, ansiedad o infelicidad. Por ejemplo, a los adolescentes que les gusta el heavy metal escuchan esta música especialmente cuando se sienten enojados y la música tiene un efecto calmante en ellos, de acuerdo con varias investigaciones de Arnett (1991, 1996). Otra investigación que realizó Larson en 1995, encontró que los adolescentes ven la televisión para aliviar las emociones estresantes que acumulan durante el día.

Los medios de comunicación también constituyen algunos de los materiales a partir de los cuales los adolescentes construyen su identidad. “En los medios los adolescentes encuentran yos ideales y yos temidos a los cuales imitar y evitar”. (Jensen Arnett, 2008) Este uso que los adolescentes le dan a los medios se ve ejemplificado en pósters de estrellas del deporte o del espectáculo con los que decoran su habitación. Según estudios de Hust (2006) los adolescentes toman en parte ideales de lo que significa ser hombre o mujer de los medios, en los que se presentan ideales de aspecto y de comportamientos de cada género.

Por último, se podría destacar que el uso de los medios por parte de la población adolescente es una manera de sentirse conectados a una cultura o subcultura juvenil que está unida por valores e intereses específicos de los jóvenes. Por ejemplo, un adolescente podrá compartir con otro sus opiniones sobre las mismas películas, la misma música o un programa de televisión a pesar que uno viva en Santa Rosa y el otro en Resistencia, o inclusive en otro país. Según una investigación de Gregson (2006) la música en especial es un medio para la expresión de valores específicos de los adolescentes.

Por otra parte, cabe destacar algunos motivos por los cuales los adolescentes eligen el Internet para comunicarse: sus costos más reducidos y las mejoras en el servicio de Internet (banda ancha de libre acceso) permite que los jóvenes se pongan en contacto de manera ilimitada a un costo fijo y puedan hablar, compartir fotos, videos, simultáneamente con varias personas, cosa que no es posible utilizando el teléfono o el celular. (Castellana, Sánchez Carbonell, Graner & Beranuy Fargues, 2006) Además, las tecnologías de la información permiten a los adolescentes vincularse con su grupo más allá de la distancia física, lo que le brinda mayor autonomía dentro de su propio hogar.

Otra de las características del Internet que resulta de interés para los adolescentes es que les permite hablar de temas que son difíciles de tratar cara a cara: la ausencia de elementos de la comunicación no verbal facilita la interacción. Además, la ausencia de contacto visual y el anonimato también promueven la desinhibición. Finalmente, utilizar el internet como medio de comunicación permite a los adolescentes conversar las 24 horas del día sin que interrumpa las actividades del hogar, pasando desapercibido la mayor parte del tiempo. (Grinter & Palen, 2002)

Otro de los factores que hace de suma relevancia los medios de comunicación en cuanto a esta población, es que brindan a los adolescentes la posibilidad de un mayor control sobre su socialización en comparación con la familia o la escuela. Y es por eso que el mercado se ha esforzado tanto por cubrir cada espacio potencial para productos destinados a los adolescentes, como programas de televisión, revistas y música; por lo que también los adolescentes tienen la posibilidad de elegir entre una gran variedad de materiales que se ajusten a sus gustos, personalidad o estado de ánimo.

Los medios de comunicación han transformado el ambiente cultural en el que se encuentran inmersos los jóvenes, constituyendo una nueva fuente de socialización, tal como se ha escrito previamente en este trabajo. El importantísimo papel que juegan los medios de comunicación en los adolescentes se relaciona con la búsqueda de identidad, tanto en la preparación para la inserción ocupacional, como en el aprendizaje de los roles de género y en el desarrollo de valores y creencias.

## C. el proceso adolescente

### 1. Trabajos del adolescente en su grupo de pares.

La adolescencia constituye una etapa de crisis que pone en marcha una reorganización del aparato psíquico y de las relaciones del individuo con su familia y sus grupos de pertenencia, que desemboca en una mayor complejidad de sí mismo. Las crisis son constitutivas en la vida de una persona, y durante la adolescencia se produce una crisis esperable y necesaria para que el sujeto se abra a una amplia vida social, alcanzando una gradual autonomía psicológica que le permita lograr una inserción en el mundo social sin la mediatización directa del núcleo familiar.

El proceso adolescente gira en torno al desprendimiento del mundo familiar y la exploración de nuevas relaciones y lugares. Este trabajo implica una doble crisis: tanto de los vínculos familiares como la pérdida de representaciones y afectos que ponen en jaque la mayoría de los referentes infantiles. En el grupo de pares el adolescente buscará crear un espacio propio en el cual se apropiará gradualmente de nuevas significaciones, roles, lugares e irá construyendo su subjetividad. En el grupo los nuevos otros serán modelos, rivales, objetos y auxiliares. En este proceso se hace evidente la importancia que adquieren los vínculos en la transición adolescente.

El autor Isidoro Berenstein (2001) destaca el papel del vínculo como vehículo a través del cual se conforma la identidad. El vínculo, se definiría como ‘una estructura inconsciente que liga a dos o más, generando una suerte de elección inconsciente’. Inicialmente son los padres los que establecen marcas en el psiquismo y empujan a una forma de ser y hacer. Pero además, a lo largo de la vida todos los vínculos significativos producen marcas inconscientes profundas propias de la pertenencia a esa relación. Así, con el transcurso del tiempo se genera un sujeto múltiple, en el sentido de una conjugación múltiple de los vínculos de la infancia con los demás vínculos significativos de la vida del sujeto. Sin duda entonces los vínculos resultan de suma importancia durante la adolescencia puesto que dejarán sus marcas en el complejo proceso de reestructuración de la propia identidad.

Frente al interrogante de la identidad en la actualidad, cabe considerar los aportes de Sherry Turkle quien reflexiona sobre la relación entre la identidad y la cultura de la época. Explica que con el surgimiento del Internet y la cultura de la simulación, aparecen nuevos fenómenos que muestran al sujeto como múltiple y descentrado, a la vez que la identidad se caracteriza por ser dinámica y flexible. En este sentido, Patricia Palunch (Roqueta, 2004) plantea que la identidad se construye “a partir de esta nueva modalidad de ‘ser’ en el espacio cibernético, es una especie de ‘tecnocuerpo conectado’ que desdibuja de alguna manera las fronteras entre (...) lo humano y lo tecnológico” (p. 87) En adición, se podría considerar el puntero del mouse como una prolongación del propio cuerpo en el mundo virtual como un objeto transicional, en términos de Winnicott, que funciona como ese espacio intermedio entre el exterior y el interior. (Patricia Palunch, 2004)

En relación con la manera como la tecnología actual se vincula con nuevas características en la construcción de la identidad, Julio Moreno (2002) acuñó los conceptos de conexión y asociación para describir dos modos de comunicación humana. A través de la lógica de la conexión el sujeto se relaciona dentro de la realidad virtual de una manera tal que las imágenes y/o conceptos presentes en la misma no se asocian, ni producen significados que den cuenta del sujeto que las relaciona. Por ejemplo, las páginas web y los videojuegos que precisan de apretar un botón para disparar una imagen. En cambio, en la lógica asociativa propia de la realidad como tal, el sujeto podrá realizar asociaciones entre representaciones tales como palabras o imágenes, dando cuenta de su subjetividad y creando nuevos sentidos en el proceso. Estas dos lógicas tienen una implicancia directa en la manera cómo un sujeto se comunicará con otras personas así como también en los procesos de pensamiento que cada una involucra.

Volviendo al tema de la adolescencia, Marta Harris y Donald Meltzer (1998) señalan que la ésta gira en torno a dos grandes problemas: el conocimiento y la confusión. Cuando el niño entra en la pubertad cae en una gran desilusión: se derrumba su convicción de que los padres poseen todo el conocimiento y poder del mundo. Frente a esta desilusión, el adolescente es arrojado en una gran confusión dando lugar a una crisis de identidad y poniéndolo en duda de muchas cuestiones. Éste buscará liberarse de la subordinación hacia los padres a través del acceso al conocimiento, entendiendo éste como aquel derivado de la experiencia. La confusión y la búsqueda abren la posibilidad de identificarse con la comunidad adolescente.

Continuando esta idea, los autores plantean que para paliar la confusión el adolescente participa de tres comunidades: la del niño y del medio familiar, la de los adultos y la de los propios adolescentes. Cada una de estas comunidades corresponde a estados de la mente separados a través de los cuales se transitará el proceso adolescente, en un ir y venir entre el mundo de los adultos al que desea acceder, el de los niños que intenta abandonar y el de los adolescentes dentro del cual busca elaborar la confusión en la que se encuentra inmerso.

Desde la perspectiva del adolescente, el mundo de los adultos es percibido como una estructura política y de clases que tiene como objetivo conservar el poder a toda costa. Los niños se encuentran subordinados a este poder debido que conservan la ilusión que sus padres son omniscientes y omnipotentes. Por su parte, la comunidad adolescente se encuentra entre ambas y es en esencia rebelde puesto que tiene como objetivo adueñarse del poder de los adultos, a la vez que siente desprecio por las otras dos comunidades.

En la permanencia alternada entre cada una de las comunidades el adolescente tendrá la posibilidad de experimentar diversos aspectos de sí mismo: con sus pares se verá refugiado en la confusión, como niño retorna a la dependencia en la familia y como adulto lucha por conseguir el éxito y status. En las palabras del autor “intenta encontrar su camino hacia adelante haciéndose adulto – en el sentido de ser potente e independiente- y al mismo tiempo busca encontrar su camino hacia atrás – en el contacto y en la identificación con los objetos que conocía y podían hacerlo todo”. (Meltzer & Harris, p. 88) En otras palabras, en las idas y vueltas entre las diferentes comunidades, el

adolescente se identificará con su mundo infantil, con los adultos y con sus pares, hasta encontrar nuevamente un lugar para sí con los otros.

Por otra parte, Harris y Meltzer (1998) destacan que los adolescentes atraviesan dos momentos en la conformación de sus grupos que se diferencian por los fenómenos identificatorios que se desarrollan en cada uno. Al principio, cuando el púber empieza formar grupos, lo hace con pares del mismo sexo, grupo que los autores denominan 'pandilla'. Estos grupos se mantienen unidos por intensos procesos de identificación cruzada: cada miembro se identifica proyectando partes de sí en los demás miembros del grupo. La función principal de la 'pandilla' es rebelarse contra los adultos y evitar el sufrimiento derivado de la confusión en la que se encuentra sumergido el púber. El grupo entonces funciona como a manera de una armazón para defenderse de lo diferente, de lo extraño.

Gradualmente algunos miembros de este grupo comienzan a juntarse con personas del sexo opuesto y se van conformando las primeras parejas que fundan un grupo heterogéneo de mujeres y varones. Los autores caracterizan este grupo como el verdadero grupo adolescente puesto que su función pasa de ser espejo para cada miembro a un espacio de reconocimiento de las diferencias entre los mismos. Para los adolescentes, este grupo funciona como aquel lugar donde cada uno no tiene la necesidad de identificarse, pero donde vive las experiencias parte del proceso de formación de la identidad.

Ricardo Rodulfo (1992) es otro autor que ha aportado valiosas ideas para pensar el proceso adolescente y el papel de los vínculos en su desarrollo. Éste concibe la adolescencia como 'un inmenso campo transicional de ensayo' (p. 147) que se inicia con la metamorfosis corporal, y trae consigo una crisis de todas las identificaciones que servían de referencia y configuraban un 'mapa' de la identidad hasta entonces conocida.

El autor señala que frente a los numerosos cambios que experimenta el adolescente en su cuerpo, en su psiquis y en sus vínculos, se siente un extraño ante sí mismo, generándole incertidumbre, rechazo, inestabilidad y malestar. Este extrañamiento dará lugar a uno de los trabajos o tareas que el autor señala caracterizan al proceso adolescente al que denomina la transformación de los polos familiar y extrafamiliar. Este proceso implica que todo lo 'familiar' para el adolescente se vuelva extraño (su familia, su propio ser), a la vez que lo extrafamiliar pase a ser más importante que aquello conocido, en un proceso de desplazamiento de la dependencia en la familia hacia el grupo de pares.

En relación con esta idea, Rodulfo (1992) señala la importancia que puede adquirir la función del amigo durante la adolescencia. El autor plantea el amigo como una categoría simbólica, pensando la misma como una transformación de objeto transicional, (entendido éste como un objeto que se percibe tanto como ajeno como propio), que articula los mundos familiar y extrafamiliar del adolescente.

Ricardo Rodulfo también hace un interesante planteo al describir las características de los adolescentes a partir del rock, que es la música que los identifica como adolescentes y es creada por ellos. Algunas de las características que menciona en su libro son, por ejemplo, la intensificación sonora y el aumento de la velocidad. Otra de las cualidades es la invención no profesional que se produce al margen de las culturas oficiales de transmisión de lo musical. También menciona la invención de nuevos sonidos, la tendencia al pastiche, la transformación de la conducta y del cuerpo, la articulación particular entre la música y la letra y el uso de la voz como instrumento de percusión y de manera desafinada.

En adición, el autor expone que los adolescentes construyen su identidad no solo a partir de la identificación con su familia, sino además a partir de otros agentes no familiares tales como los pares, la banda, los medios de comunicación masiva y adultos relacionados con el mundo adolescente. (ver p. 120) Su hipótesis señala que en el fenómeno del recital confluyen estos agentes de subjetivación no familiares donde “la función que para los adolescentes toma allí la banda, el estar con sus pares, todos los efectos de lo tele-tecno mediático que deviene del espectáculo mismo (...) pienso que funciona como índice de construcción de una categoría intrapsíquica en el adolescente que es lo que llamo la categoría del nosotros”(p. 121). En otras palabras, el autor plantea que durante la experiencia colectiva del recital, ese espacio transicional propio de los adolescentes, toma lugar la inscripción de esta nueva categoría intrapsíquica denominada *el nosotros*.

Esta nueva categoría significa un encuentro con el otro reconocido como un ser diferente a uno mismo, sin que la esta diferenciación implique la oposición con el otro. En el proceso de la adquisición de la instancia del nosotros el adolescente buscará poder ser reconocido y admirado por sus pares. En las palabras de Rodulfo (2008) es “uno de los trabajos de la adolescencia (...) que estaba esbozada en el niño, en los hermanos, en los primeros amigos, pero que en la adolescencia-y además, contemporáneamente- toma otras proporciones.” (p. 121) Con ‘otras proporciones’ el autor se refiere a la amplificación de las posibilidades de identificación gracias a los medios de comunicación masivos, por lo que un adolescente puede identificarse con un concierto que ven en la televisión o en Youtube que ocurre en un lugar completamente remoto y desconocido para éste, trascendiendo así la presencia física.

En cuanto a esta idea del reconocimiento de la alteridad del otro, el autor Isidoro Berenstein (2001), explica que el otro (como ser) posee una cualidad de presencia que excede aquello que puede ser reconocido en el otro como propio o, dicho de otra manera, aquello del otro que no es posible traducir en la psiquis como un lenguaje o experiencia propia. *Presencia* es diferente de exterioridad, no es solo lo que diferencia lo que está fuera de lo que está adentro (juicio de realidad) es algo que no se puede inscribir como propio y permanece como desconocido. La *presencia* entonces es esa cualidad del otro que influye en uno y viceversa.

En síntesis, dentro del grupo, los adolescentes se identifican con sus pares, amplían su ámbito de influencia social y comienzan a practicar diferentes roles sociales. A diferencia de los grupos de la infancia o en la adultez, en la adolescencia el grupo permite a cada sujeto realizar un paso más hacia

la independencia e insertarse en la sociedad de manera gradual. Los adolescentes buscarán crear un espacio con una cultura propia que funcione como un marco de pertenencia y le facilite un espacio de ensayo creativo distanciado del mundo adulto. Las posibilidades de creación de este espacio serán condicionadas en buena medida por modelos de vinculación disponibles y sus contextos.

Resulta de mucho interés entonces el fenómeno de la expansión vertiginosa de las redes sociales que tienen como protagonistas a los adolescentes puesto que da cuenta de nuevas maneras de creación de espacios virtuales, y de las posibilidades que albergan para compartir y vincularse. Los aspectos relacionados con estos contextos virtuales de vinculación se abordará en la próxima sección de esta investigación.

## 2. Los grupos adolescentes en contextos virtuales.

Para abordar el tema de los contextos virtuales donde se desenvuelven los grupos adolescentes en la actualidad, se realizará en primer lugar una breve introducción sobre lo que se conoce hoy en día como la Psicología del ciberespacio, disciplina que estudia específicamente los contextos virtuales y los fenómenos psicológicos implicados en los mismos.

La Psicología del ciberespacio nace a partir del desarrollo de las computadoras y el Internet, las cuales dieron lugar a una nueva dimensión de la experiencia humana. El concepto de ciberespacio, según la definición que propone Azy Barak (p. 27), podría conceptualizarse como “contextos sociales virtuales caracterizados por comunicaciones mediadas por las computadoras” (traducción realizada por autor). A partir de investigaciones en la comunicación mediada por computadoras se observaron algunos comportamientos que no podían ser explicados por las teorías psicológicas tradicionales, por lo que se comenzó a vislumbrar la idea que los nuevos medios de comunicación no son únicamente un vehículo para que las personas interactúen sino que también introducen nuevos factores psicológicos en la naturaleza de dichas interacciones. Desde entonces, se ha reconocido el ciberespacio como un espacio psicológico en cierta medida diferente de los contextos de interacción cara a cara.

Algunas de las características específicas del ciberespacio son, por ejemplo, la trascendencia de los límites geográficos, la experiencia sensorial puede ser mayormente escrita o multimedia, combinando elementos gráficos, auditivos y textuales casi. Otra característica es que todas las actividades quedan registradas y los límites de la privacidad son mucho más complejos. Las relaciones sociales pueden ser sincrónicas, asincrónicas o combinadas. Bajo un anonimato parcial o total, las personas se sienten más desinhibidas de lo usual y pueden experimentar con diferentes aspectos de su personalidad. Lo cierto es que el ciberespacio está lejos de ser un espacio uniforme, y menos aun estático. El ciberespacio está compuesto por una multiplicidad de contextos que se encuentran en permanente cambio a un paso acelerado e impredecible.

Para los fines de esta investigación, se presentarán ciertos temas claves tomados del libro de Azy Barak (2008) ‘Aspectos psicológicos del ciberespacio’ (traducción realizada por autora) abordando ciertos aspectos de la experiencia de interactuar y participar de contextos virtuales en



Internet como son ciertas características particulares en el establecimiento de relaciones en línea y la dinámica de los grupos en contextos virtuales, tema que remite al segundo objetivo de esta investigación (Ver página 11)

En contextos virtuales ha sido investigado que las personas brindan información más sensible, en mayor cantidad y más rápido que en contextos cara a cara para reducir la incertidumbre que caracteriza a los contextos virtuales debido a la ausencia (o clara reducción) de claves externas para interactuar con otras personas. (Azy Barak, 2008) Revelar información en Internet también constituye un factor para que las personas establezcan un vínculo de confianza en sus interacciones en línea. A través de preguntas más directas y más atrevidas, las personas brindan una gran cantidad de información. El uso de perfiles y en especial las fotografías también están diseñados para incrementar el nivel de confianza a nivel interpersonal. Por lo tanto, podría decirse que la confianza se encuentra en íntima relación con la disposición de la gente de revelar información en la red.

Este tema resulta de importancia con respecto a los adolescentes puesto que una de las tareas durante esta etapa consiste en establecer una distinción entre la vida privada y la pública, lo que implica un trabajo de filtrado de información. Esta tarea se complejiza en los contextos virtuales puesto que los límites entre lo privado y lo público se hacen más difusos. En primera instancia, la experiencia de navegar a través de una multiplicidad de sitios y páginas desde la comodidad del hogar crea una sensación de familiaridad con todo lo relacionado al mundo virtual. Por otro lado, como se escribió anteriormente, en Internet existe una fuerte necesidad de revelar información personal para facilitar el establecimiento de vínculos de confianza con otras personas dada la ausencia de claves físicas y contextuales definidas.

McKenna y Bargh (2000) describen que los sitios en el ciberespacio tienen diferentes propiedades de 'apertura' que los lugares físicos y presentan menores barreras para la interacción. En Internet las personas pueden conocer otras personas y luego decidir si desean encontrarse o no, al contrario de lo que pasa en el mundo fuera de línea. El interés por entablar una relación comienza en línea generalmente a través de la palabra escrita combinada con representaciones gráficas en vez de solo la presencia física. El 'click' de compatibilidad aparece a través de la conexión en un 'espacio' en línea y luego comunicarse a través del texto y la voz antes de conocerse cara a cara. El autor Azy Barak (2008) compara las dimensiones de la atracción física, la proximidad y los intereses comunes en según las características de los contextos virtuales y presenciales.

Antes que se popularizara el uso de Internet, las teorías sobre la atracción ponían un fuerte acento en la apariencia física y la proximidad geográfica como factores fundamentales a la hora de que dos personas se involucraran en una relación. Su hipótesis señala que generalmente las relaciones en línea no ponen mucho énfasis en la apariencia física sino más bien se fundan sobre la base de la apertura mutua y una buena relación basada en las semejanzas de los individuos. Aun cuando las redes sociales o sitios de socialización muestran fotos en los perfiles de los usuarios, los intereses personales, lugar de residencia y estilo de escritura pueden ser factores tan importantes como la apariencia física. Las primeras conexiones con la otra persona nacen de la intimidad

emocional más que de una atracción lujuriosa, aunque la atracción física debe estar necesariamente presente en una relación. (Azy Barak, 2008)

En cuanto a la proximidad geográfica, en los contextos virtuales puede ser equivalente a frecuentar los mismos sitios web sin necesidad de una cercanía espacial. Por ejemplo, si dos personas participan frecuentemente de un foro de discusión, a pesar de que publiquen opiniones en diferentes momentos (comunicación asincrónica), cada uno tendrá una expectativa de encontrar una publicación del otro de manera regular, tal como sucedería con un vecino o un compañero de trabajo. La proximidad espacial también parece ser mucho menos importante a la hora de forjar relaciones a través de Internet, dado que la posibilidad del uso de la red, el email y otros servicios en línea permite la comunicación con gente alrededor del mundo.

La proximidad en línea significa que dos personas se encuentran en un mismo sitio web, ambas se han propuesto un mismo objetivo, sea para socializar, jugar, encontrar información o entretenimiento. Si dos personas se encuentran en un club de fútbol, se puede asumir que ambos tienen un interés en común. Esta idea también se aplica en línea, por ejemplo, en un sitio de personas de más de 60 años que discuten sobre películas. En internet, la ventaja es que los sitios son más fáciles de acceder usando un buscador o a través de emails de personas conocidas.

En una investigación de Wright (2004) concluyó que los intereses comunes son equivalentes a la proximidad en encuentros fuera de línea. Wright teoriza que los intereses comunes son más visibles en línea puesto que a través de comunidades virtuales, email o chats las otras variables como edad y apariencia no están presentes al menos en una primera instancia.

Por otra parte, los grupos dentro del mundo electrónico comparten muchas características con los grupos que comparten y funcionan en espacios físicos comunes. Ambos tipos de grupos pueden ser muy diversos en su composición y las características en la personalidad de sus miembros, el objetivo del grupo y el contexto en el que el grupo funciona. Existe una serie de factores que influencia la estructura y el funcionamiento de los grupos, sea en línea o cara a cara. No obstante, existen otros factores en cuanto al contexto de comunicación electrónico y el físico que influyen de manera única la dinámica de los grupos en sus respectivos contextos.

Las características de personalidad de los miembros de un grupo pueden influir de manera considerable en el funcionamiento de un grupo tanto en línea como cara a cara. La ansiedad social y la agresividad son dos características de personalidad que han demostrado diferencias en estos dos contextos. Por lo tanto, si en un grupo alguno o varios de sus miembros poseen estas características, es esperable que la dinámica y estructura del grupo cambie dependiendo si la interacción sucede en línea o si el grupo se reúne físicamente.

En los grupos tradicionales cara a cara, las personas que experimentan ansiedad social generalmente toman un rol menos activo que sus compañeros, tienden a responder con más demora y de manera más inconsistente que los miembros que no poseen ansiedad social. En otra investigación, se encontró que los miembros más tímidos suelen ser los que demuestran mayor

indecisión y más frecuentes cambios de opinión. En contraste, el comportamiento en las interacciones en línea de las personas con rasgos de ansiedad social suele ser más similar a los demás miembros. Esto podría explicarse a partir de los factores situacionales que pueden incrementar los sentimientos de ansiedad social, como son tener que responder al instante y hablar con alguien cara a cara, están ausentes en las interacciones en línea. Entonces se podría decir que el contexto virtual permite a estas personas interactuar más cómodamente y con menor reticencia que en una situación cara a cara.

Como sustento de esta hipótesis, un estudio de laboratorio a individuos que puntuaban alto en la Escala de ansiedad social fueron observados en grupos con personas con bajas puntuaciones en ansiedad social. Esta investigación demostró que las personas más introvertidas se sentía significativamente menos ansiosas, tímidas e incómodas en las interacciones en línea que en aquellas cara a cara, mientras que los puntajes de las personas más extrovertidas se mantenían estables en ambos contextos. Por lo tanto, el contexto de la comunicación demostró ser un factor de importancia en relación a la ansiedad social.

Otro rasgo de personalidad que puede tener una influencia importante en los grupos en línea es la agresividad. En las interacciones cara a cara suele haber numerosas presiones sociales que moderan el rasgo agresivo o dominante de una persona. Las condiciones más individuales en las que ocurren las interacciones en línea pueden ser un factor que disminuye las presiones sociales sobre los miembros del grupo y por lo tanto, incrementa su deseo de participar en comportamientos poco amistosos o antisociales dentro del grupo. Como resultado, los roces entre los miembros del grupo pueden exacerbarse dentro de los grupos en línea.

No obstante, la agresividad no se demuestra necesariamente a través de comportamientos antisociales. En las interacciones en contextos físicos ciertos miembros pueden actuar siguiendo una agenda personal mientras que al mismo tiempo toman un rol dominante y activo dentro del grupo, ejerciendo una influencia significativa sobre el mismo. En un contexto donde no existen muchos puntos de referencia más que la palabra escrita, es posible que la tendencia de las personas a revelar mayor información sobre sí mismas tenga como resultado que la influencia sobre el grupo de un miembro con un rol activo sea mayor que en contextos físicos compartidos.

Cada grupo posee características y metas que tendrá diferentes efectos en los miembros de un grupo. Para esta investigación resulta de interés los grupos a los que McKenna denomina 'variados' (*garden variety*, traducido por autor), como un grupo de amigos o un club del café y para los cuales escasas investigaciones se han llevado a cabo.

Una línea de investigación que se enfoca en este tipo de grupos los clasifica en dos categorías: los grupos de lazos comunes y los grupos de identidad común (*common bond groups and common identity groups*, traducido por autor). En el caso del primer tipo de grupo, se basa en lazos que existen entre los miembros del grupo, por ejemplo, un grupo de amigos del barrio. El segundo, por su parte se basa en la identificación del grupo como un todo en sus metas y objetivos, más que en los lazos entre los miembros individuales. Tal sería el caso de un equipo de fútbol. Prentice y sus

colegas investigaron estas dos categorías de grupo en contextos físicos mientras que Sassenberg examinó grupos equivalente en internet. En ambos contextos, las investigaciones encontraron que en los grupos de identidad común existe una mayor adherencia a las normas del grupo. Por lo tanto, dentro de los grupos de identidad común se ha encontrado que existe una mayor influencia sobre el comportamiento de sus miembros.

En relación a la dinámica interna de los grupos, son numerosos los factores que afectan la cohesión grupal, es decir, el grado en que los miembros de un grupo se influyen entre sí. Lo mismo ocurre con el grado las normas del grupo pueden influir sobre sus miembros. Spears (2002) argumenta que el anonimato en la comunicación dentro de los grupos conlleva a una sensación de despersonalización en sus miembros. Esto significa que cuando los miembros del grupo sienten una disminución en las presiones sociales e identidad personal, la identidad del grupo toma mayor relevancia. Cuando se destaca la identidad grupal, entonces las normas del grupo parecen tener una mayor influencia sobre sus miembros que en grupos cara a cara. Entonces, en los grupos en línea el anonimato es de particular relevancia en promover la cohesión e influencia.

Según investigaciones de McClendon, cuando los miembros de un grupo y dos grupos diferentes poseen un status similar se incrementan las posibilidades de que se establezca una buena relación entre ambos. En encuentros cara a cara, tan solo sutiles diferencias en la forma de vestir, el lenguaje corporal, el uso del espacio personal, dan cuenta de las diferencias tanto reales o como percibidas del status. Como demuestran las investigaciones de Hog, dentro de las interacciones grupales, las personas tienden a ser mucho más sensibles a la hora de distinguir pequeñas diferencias que pueden ser indicadoras de status. (Azy Barak, 2008)

Las interacciones en línea poseen cierta ventaja puesto que aunque no todas, las claves individuales que típicamente indican el status de los demás no están en evidencia. A pesar de esto, las diferencias en status también se manifiestan en grupos en línea. Por ejemplo, cuando se reúnen dos miembros de grupos diferentes, aunque no conozcan la jerarquía establecida dentro del grupo del otro, ambos están muy conscientes de las diferencias internas dentro de su propio grupo. En las interacciones cara a cara, tal distinción dentro de los grupos es rápidamente percibida por todos, de manera que aquellos que están más abajo tienden a hablar menos frecuentemente, siendo las señales obvias y sutiles como dar más lugar a aquellos que están en un status superior dentro del grupo.

En el caso de las interacciones en línea, no sucede lo mismo. Un aspecto de las comunicaciones que ha sido subestimada es la tendencia, a reducirse las inhibiciones que suelen operar cuando se interactúa con los superiores. En otras palabras, el status interno no tiene tanto peso ni afecta tanto el comportamiento de los miembros del grupo como las claves de status externo. Las interacciones en línea entonces hacen que el poder sea de menor relevancia durante una discusión entre los miembros de un grupo, resultando en que todos contribuyan más a la discusión.

En adición, cuando los participantes se involucran en contacto grupal desde la privacidad de sus casas suelen sentirse más cómodos y menos ansiosos, similar a lo que ocurre en un contexto familiar. Las investigaciones han demostrado que espacios públicos, a diferencia de los privados, pueden exacerbar la activación y el uso de estereotipos. En contraste, cuando los participantes interactúan en lugares electrónicos públicos, pero desde la privacidad de su hogar, tienden a sentirse que están en un asunto privado. Por lo tanto, las interacciones desde casa sirven para inhibir la activación de estereotipos comparado con un espacio público en un contexto físico en un nuevo ambiente.

# v.metodología

El objetivo central de este trabajo consiste en identificar las características de los vínculos de los adolescentes mediados por la red social del Facebook. Para llevar a cabo dicho objetivo se eligió un diseño de campo tipo exploratorio-descriptivo, no experimental de corte transversal. La metodología implementada fue un análisis cualitativo de las entrevistas a partir de los temas presentados en el marco teórico.

En base a lo antedicho, los objetivos planteados en esta investigación se formularon a manera de interrogantes a resolver teniendo en cuenta el diseño e instrumentos escogidos.

## A. problema a resolver

⇒ ¿Qué características presentan los vínculos de los adolescentes a través del Facebook?

Cuestiones específicas a investigar:

- ✓ ¿Qué motiva a los adolescentes entrevistados a ingresar y formar parte de la red social Facebook?
- ✓ ¿Qué diferencias y/o similitudes podrían existir entre los vínculos de los adolescentes de manera presencial y a través del Facebook?
- ✓ ¿Cuáles son los elementos más valorados en los perfiles del Facebook?

## B. muestreo y muestra

Para esta investigación se tomó como muestra 13 estudiantes de un instituto secundario privado de la ciudad de Córdoba, que se ofrecieron voluntariamente para ser entrevistados y que se encontraban registrados en el Facebook previo al momento de la entrevista, por lo tanto, el muestreo fue de tipo accidental. Las edades de los entrevistados rondaron entre 15 y 16 años a excepción de dos de ellos de 17 y 18 años. La muestra se compuso de 9 mujeres y 4 varones. Un dato importante a tener en cuenta es que todos los entrevistados ingresaron al instituto en el 2009 puesto que el mismo ofrece un programa académico para los últimos tres años del secundario (4to, 5to y 6to año).

La selección del lugar se basó en el hecho que es una institución privada, con lo cual se presume los estudiantes pertenecen a familias en una posición socio-económica media-alta, condición necesaria para el acceso a Internet desde el hogar.

## C. instrumento y procedimiento de recolección de datos

La técnica de recolección de datos fue una sola entrevista que se realizó a cada participante. La entrevista fue semi-estructurada, compuesta por preguntas cerradas y abiertas, y confeccionada *ad hoc* para esta investigación. (Anexo C)

Se procedió en primera instancia a contactar a la directora de la institución educativa, quien solicitó la aprobación de la responsable legal de la institución para poder acceder a la muestra ya descrita. Una vez que se informó debidamente sobre los propósitos de la investigación, se invitó a los estudiantes a ser entrevistados. Puesto que los entrevistados eran menores de edad, en base al Código de Ética del Colegio de Psicólogos de la Provincia de Córdoba, se solicitó el consentimiento de los padres y/o tutores a cargo de los mismos, comunicándoles sobre el propósito de la investigación de la que sus hijos serían partícipes (Anexo B). Asimismo, previo a iniciar la entrevista, cada estudiante fue informado sobre los objetivos de la investigación y del compromiso del investigador a respetar la confidencialidad, el anonimato y el carácter voluntario de la información que desee aportar.

Las entrevistas se llevaron a cabo durante la jornada escolar, en un espacio provisto por el instituto que sea privado y silencioso, de manera que se realizara la entrevista de forma confidencial y fluida. La duración de las mismas fue entre 40 minutos y 1 hora y media, según la disposición del entrevistado. Durante la entrevista se utilizó una grabadora para facilitar el registro preciso de información recogida.

En cuanto a la técnica de recolección de datos, se describirá a continuación la elección de las preguntas que componen la entrevista diseñada con su respectiva fundamentación.

En principio, las primeras dos preguntas apuntan a conocer sobre el tiempo que el entrevistado ha tenido para explorar la red social, ponerse en contacto con otras personas e involucrarse en la misma. También se le interroga sobre los motivos por los que el adolescente ingresó al Facebook, dando cuenta implícitamente sobre el sentido y significado personal de ser parte del Facebook ¿qué busca el adolescente al ingresar a la red social?

Las preguntas que le siguen se refieren a la frecuencia y tiempo de conexión a la red y el tiempo dedicado al Facebook. A partir de las mismas se podría inferir la importancia que tiene para el adolescente el pertenecer a la red social del Facebook. Hay que tener en cuenta que la muestra también estará sesgada por el interés que tengan los entrevistados sobre esta temática, que en primera instancia los motivó a ser voluntarios para la investigación. Todas estas primeras preguntas

buscan conocer el espacio que ocupa el Facebook en la vida del entrevistado, y también sirven para que el entrevistado tenga oportunidad de bajar su nivel de ansiedad y que paulatinamente se vaya estableciendo una relación de mayor confianza con el entrevistador.

Las preguntas n°7, n°8 y n°9 tienen como objeto indagar la manera cómo el adolescente se muestra en la red social y cómo construye una imagen de sí mismo para los demás. Asimismo, estas preguntas pueden dar cuenta sobre aspectos valorados que los entrevistados escogen para mostrar en su perfil y que también serán importantes a la hora de elegir los contactos y aceptarlos o rechazarlos.

Las siguientes preguntas (n°10 a la n°13) tienen como objetivo profundizar sobre el significado de ser parte del Facebook tratando de descubrir cómo el adolescente elige a sus contactos, con quiénes busca relacionarse y las características de estos vínculos ¿Qué comparte con sus contactos? ¿Cómo es que se siente dentro de los grupos a los que pertenece? ¿Qué es lo que le brindan estos grupos para sí? La pregunta n° 13 en especial apunta a conocer sobre la forma en que la persona se comunica con los otros miembros de la red, qué hacen para compartir contenidos y las características de dichas interacciones (si son gráficas o escritas, si son comentarios de valoración sobre los contenidos publicados o son a través de las diferentes aplicaciones).

La pregunta n° 14 busca dilucidar si el adolescente percibe una diferencia entre cómo se presenta (y por ende como lo perciben) en el Facebook y en su vida cotidiana. Esta pregunta sirve también como hilo conductor para pasar a investigar sobre la vida cotidiana del adolescente y la forma en que se desenvuelve en estos grupos de pertenencia virtuales. La pregunta n° 17 indaga sobre los gustos y preferencias del entrevistado, mientras que la n°18 sobre las actividades que realiza junto con sus amigos.

Preguntas n°20, 21 y 22 indagan sobre posibles diferencias entre la elección de la comunicación cara a cara o a través del Facebook para abordar situaciones difíciles como expresar emociones hacia un amigo(a) y también para conversar sobre problemas con otra persona.

Finalmente, la pregunta n° 23 tienen como objetivo es que de manera indirecta el adolescente cuente qué papel juega dentro de su grupo a través de una anécdota, que con anterioridad se le preguntó directamente. Además esta pregunta sirve como cierre de la entrevista, en la cual el entrevistado tiene mayor libertad de contar lo que desee.

Por otra parte, al final será posible comparar las respuestas del adolescente en cuanto a sus vínculos en el Facebook y en su red social cara a cara. Otra fuente muy rica de información serán las observaciones que se puedan hacer del entrevistado durante la entrevista, que podrán corroborar o no lo que dice, teniendo en cuenta que será una situación moderadamente ansiógena frente a un interlocutor que no es un par-compañero.



## D. método de análisis de los resultados

En primer lugar, se transcribieron las entrevistas para poder llevar a cabo el proceso de análisis de los resultados. Se tomaron en consideración algunos datos cuantitativos de la muestra tales como edad, horas de navegación en Internet y tiempo dedicado a participar del Facebook.

Se realizó un análisis individual de cada entrevista articulando el marco teórico con los resultados hallados. Una vez concluido este paso se consideró cada entrevista individual en relación con el resto, para así encontrar las semejanzas y diferencias entre las mismas de manera que se pueda dar respuesta a los interrogantes de esta investigación.

## VI. resultados

En relación a los hábitos del uso del Internet, aproximadamente el 60% de los encuestados se conecta a diario, mientras que otro 30% lo hace entre dos y cuatro veces a la semana. Con respecto a las horas que se mantienen conectados, casi el 40% lo hace entre dos y cuatro horas, mientras que el resto se conecta aproximadamente una o dos horas. Únicamente una entrevistada dijo conectarse diariamente entre seis y siete horas. Un dato interesante a rescatar es que varios de los entrevistados comunicaron que incrementan las horas de conexión durante los fines de semana, en especial los días que no organizan encuentros con sus amigos.

Con respecto a los sitios o páginas que los entrevistados suelen frecuentar cuando se conectan, la respuesta común a todos los entrevistados fue el servicio de mensajería instantánea Messenger, el cual es utilizado durante la totalidad del tiempo que la persona se encuentra conectada. Otros sitios visitados por los adolescentes son las páginas de videos, como el caso de Youtube, y páginas para descargar y escuchar música. Varios de los entrevistados también respondieron que poseen cuentas en otras redes sociales como Metroflog, Fotolog, Badoo, MySpace aunque en la mayoría de los casos éstas han quedado relegadas frente al uso del Facebook.

Por otra parte, los adolescentes respondieron que ingresan a Facebook desde el primer momento que se conectan, esto en simultáneo con el uso del Messenger. La gran mayoría de los entrevistados hace aproximadamente ocho meses que ingresó a Facebook (al momento de la entrevista), mientras que solamente dos personas lo usan hace un año, y uno solo hace tan sólo dos meses. Cabe destacar entonces que la gran mayoría de los casos, el ingreso a la red social coincide con el inicio del año académico. Este dato podría estar relacionado con el hecho que la mayor parte de los adolescentes conocieron Facebook a través de un mejor amigo(a), quién utilizaba el servicio e invitó o sugirió al entrevistado que también se registrara. En otros casos, fue un familiar hermano(a) mayor (en etapa universitaria) quien comentó sobre las ventajas de la red social, motivando a los adolescentes para comenzar a usarla.

Tomando en cuenta estos primeros datos, podría inferirse que Internet ocupa un tiempo considerable en el día a día de los adolescentes y que es importante para ellos conectarse con frecuencia durante varias horas. En adición con esta idea, esta actividad tiene una función fundamentalmente social en el cotidiano de los adolescentes basado en el hecho que desde el primer momento que se conectan, los mismos ingresan a Facebook y al Messenger y se mantienen simultáneamente en ambos sitios atentos a las novedades que van surgiendo en cada uno.

En cuanto a los motivos principales por los cuales los entrevistados ingresaron a Facebook, uno de los más importantes es el poder participar de las conversaciones con sus compañeros y amigos referidas a las actividades dentro de la red social. Otro de los motivos por los que los

adolescentes crearon su perfil en Facebook es para compartir con los demás amigos y/o compañeros los contenidos que se publican allí. Una de las entrevistadas cuenta que sus amigas cargaban fotos del grupo en la red social y por eso se registró: para poder ver las fotos y también publicar las suyas. Estos motivos parecieron ser más importantes que la dificultad que los adolescentes comunicaron a la hora de entender el sistema de Facebook y aprender a usar sus diversas aplicaciones.

Por otro lado, una de las razones más importantes por las que los adolescentes dijeron utilizar el Facebook fue como una forma de entretenimiento y diversión. Facebook tiene la cualidad de renovarse constantemente y ese uno de los aspectos más relevantes por el cual la mayoría de los adolescentes se ven atraídos a utilizarlo prácticamente a diario. Esta red social está diseñada de manera que cada publicación que hace un usuario se multiplica por el número de contactos que éste posee, de forma que constantemente se producen cambios dentro de la red. Estas constantes modificaciones que los mismos adolescentes generan cargando fotos, comentarios y demás, provoca en ellos curiosidad y nuevas sensaciones frente a lo novedoso. A través de esta red social, los adolescentes también se sienten que forman parte de un fenómeno actual y del que ellos son protagonistas.

Otro de los usos que le dan a la red es para organizar encuentros y salidas y para reencontrar personas del pasado. Algunos entrevistados comentaron que a diferencia de los mensajes de texto y el teléfono, Facebook es una manera gratuita de comunicarse con varios amigos en simultáneo, así como también un medio para comunicarse con amigos o familiares que viven en otras localidades o provincias y con quienes resulta bastante costoso contactarse por teléfono.

En cuanto a la importancia de pertenecer al Facebook, los adolescentes reconocieron que a medida que los amigos cercanos comenzaron a registrarse y utilizarlo se vieron apremiados en registrarse también para no sentirse en desventaja con el resto. Curiosidad, deseo de inclusión, moda, algunas de las razones por las que pertenecer a Facebook se volvió importante. Uno de los entrevistados lo resume muy acertadamente en la siguiente exclamación “¡todos lo tenían!”. Otra de las respuestas que sustenta esta idea es este comentario de uno de los entrevistados: “tenía mis fotos en el mi espacio (MySpace) pero nadie lo usaba”, pudiéndose inferir entonces que la importancia de ingresar a una red social radica en la posibilidad de interactuar con personas significativas para el usuario. Si los amigos no se encuentran en la red social, entonces no existe razón para estar allí.

Abordando el tema de los contactos, en casi todos los casos van de 200 en adelante el número que compone la red de amigos de los encuestados. Los contactos podrían definirse en tres categorías: los más allegados o aquellas personas de importancia en la vida del adolescente. Luego están los conocidos, con quienes se comparte algún contexto que frecuenta el adolescente o aquellas personas con quienes existe un amigo en común. Finalmente están los contactos desconocidos.

En cuanto al grupo de los más allegados están los amigos, familiares, así como también personas del pasado con quienes aun se mantiene una amistad a pesar de no compartir los mismos

contextos (colegio, club, barrio). Entre el grupo de los conocidos están aquellas personas con quienes existe un allegado común tales como una persona con quien en algún momento se encontró en una reunión, amigos de amigos, personas con quienes se compartió unas vacaciones, etc. Por último están aquellos contactos desconocidos con quienes no se comparte ni amigos ni contextos físicos de pertenencia y con quienes se han puesto en contacto exclusivamente a través de la red social.

¿Y cómo eligen los adolescentes los miembros de su red de amigos? Lo que se encontró a partir de las respuestas obtenidas es que la selección de los contactos varía según éste sea allegado, conocido o desconocido. Por lo general, los adolescentes comunicaron que aceptan a todas las personas allegadas y conocidas de contextos fuera de línea, por ejemplo, alguien que pertenezca a algún colegio conocido por el adolescente. No obstante, algunos también respondieron que la afinidad que se mantenga con la persona en cuestión puede influir en una negativa a la invitación. En el caso de aquellos con quienes ‘no se lleva bien’ prefieren ignorarlos, o eliminarlos tras una pelea si es que ya forman parte de su red.

En cuanto a los contactos desconocidos, en primer lugar los entrevistados dijeron que se fijaban en el nombre, el número de amigos en común y la foto del perfil de la persona que invita, los cuales son los únicos datos que provee Facebook antes de aceptar a un contacto para formar parte de su red. El nombre de la persona debe ser de preferencia un nombre real. Además, varios entrevistados dijeron haber aceptado contactos a su red por poseer su mismo apellido. Los amigos en común es el número de amigos que coinciden en ambos perfiles. Si existen amigos en común, entonces la mayoría de los adolescentes aceptan la invitación.

En relación con la foto del perfil, en primer lugar es de importancia que el contacto tenga una foto de una persona real. Si el perfil no muestra una foto, y a esto se le agrega un nombre ficticio, para los adolescentes es motivo de desconfianza y lo interpretan como un ocultamiento por parte del otro usuario. La foto también brinda un dato importante sobre el nuevo contacto: la edad. Casi la totalidad de los contactos que forman la red de amigos de los adolescentes entrevistados son también adolescentes igual que ellos a excepción de algunos familiares como tíos o amigos de la familia.

Otro de los aspectos considerados por los adolescentes en cuanto a la foto es el atractivo físico de los pares del sexo opuesto. En tanto el contacto sea desconocido para el adolescente, aquellos quienes se consideren con un buen atractivo físico serán quienes tengan las mayores posibilidades de ser aceptados. Con lo cual, se puede inferir que uno de los motivos de aceptar nuevos miembros a la red personal tiene como finalidad ponerse en contacto con personas del sexo opuesto. Por lo tanto, se podría decir que tener una foto, el atractivo físico y el número de contactos en común son datos que se evalúan a la hora de aceptar o no a un nuevo contacto a la red de amigos.

Por otra parte, una vez aceptada una nueva persona en la red de amigos, casi todos los entrevistados expresaron no estar interesados en conocer personas de que viven en otros países, provincias y/o localidades distintas a Córdoba. Tal es el caso de una de las entrevistadas que comenta

sobre los factores de los que dependen el aceptar a un contacto desconocido dentro de su red “depende del nombre del lugar, si es uno qué se yo, está re lejos, nada que ver” (Anexo D, p. 64). Este dato da a entender que la proximidad geográfica también es un elemento que influye en el establecimiento de una relación a través de Facebook. Si los adolescentes saben que no será factible encontrarse con la otra persona en un espacio físico común, entonces no encuentran sentido a entablar una relación con esa persona. Con lo cual, se refuerza la idea que los contactos con los cuales las adolescentes se interesan son aquellos que fundamentalmente pertenecen a contextos físicos compartidos y no así con aquellos que estén por fuera de los mismos.

En relación con la foto que los adolescentes publican en sus perfiles, comparten una característica básica en todos los casos: que ellos se encuentran presentes en la foto. La mayoría publica fotos en la que salen solos y en primer plano o de medio cuerpo. En el caso de las chicas, suelen elegir fotos en las que salen maquilladas y arregladas, sugiriendo también mayor edad. Por ejemplo, una de las entrevistadas tiene una foto de su fiesta de 15 y otra eligió una foto tomada antes de salir a bailar. En el caso de dos de los varones, se observó que eligen fotos tomadas en momentos espontáneos, sin pose ni arreglos en el vestuario.

Otras de las elecciones más frecuentes para la foto del perfil son aquellas que salen con algún(os) amigos(as) allegados del colegio o con amigos del barrio. Dos de las entrevistadas que mantienen una relación de noviazgo de más de un año eligen fotos con sus respectivos novios para publicar en su perfil. También se encontró que muchos de los adolescentes eligieron más de una foto para el perfil, y con el paso del tiempo fueron agregando nuevas más actuales. Algunos adolescentes también mencionaron tener fotos en su perfil con compañeros del colegio anterior o de amigos de la infancia.

Aproximadamente la mitad de los adolescentes respondió que cambia la foto de su perfil frecuentemente, cuando encuentra una foto nueva que le gusta mucho y más o menos reúne las características descritas previamente. Las razones con las que fundamentan el deseo de cambio fueron, por ejemplo ‘para mostrar algo diferente’ o para no caer en la monotonía de tener siempre la misma. El resto de los entrevistados dijo mantener la misma foto prácticamente desde que ingresaron al Facebook o que no la suelen cambiar muy a menudo. Cabe considerar en el caso de aquellos a quienes les gusta variar su foto, este cambio es publicado en los muros de toda su red de amigos.

Con respecto a los datos personales publicados en el perfil, la gran mayoría se mostró precavido a la hora de incluir datos personales que ser muy específicos para localizarlos personalmente, como por ejemplo, datos como la dirección, el barrio, dirección del colegio, teléfono celular en su gran mayoría son omitidos por los entrevistados. Por otra parte, los datos personales que los entrevistados publican más comúnmente en el perfil son el nombre, fecha de nacimiento, el colegio, país y ciudad. Algunos han publicado sus mejores amigos en la categoría de ‘hermanos’ y en el caso de quienes están de novio publicaron su estado civil. También varios adolescentes dijeron que tienen publicado su mail, para que los puedan agregar al Messenger y otros han publicado su página

en las otras redes sociales a las que pertenecen como el Metroflog, en la mayoría de los casos, o el espacio de Windows Live.

En relación con las fotos que muestran los entrevistados en sus álbumes, en la mayoría de los casos van de 200 fotos en adelante. Las mismas se encuentran organizadas según las personas que acompañan al adolescente y los contextos en los que se encuentran. Cada álbum habla sobre diferentes grupos a los que pertenece el adolescente y los lugares que frecuenta con cada uno. En todos los casos tienen publicadas fotos de salidas con sus amigos. También una gran mayoría subió fotos junto con sus compañeros de colegio, en particular, sobre el Día de la Primavera que se celebró con números de baile y canto organizados por cada curso. Aproximadamente la mitad de los adolescentes eligen publicar fotos solos tomadas por ellos mismos en primer plano. Varias chicas contaron que han publicado fotos de su fiesta de 15. Otros entrevistados comunicaron tener publicadas fotos de cuando eran pequeños y también fotos con miembros de su familia.

En adición, ver y cargar las fotos representan las actividades centrales a la que se avocan los adolescentes dentro del Facebook. La dedicación de un tiempo considerable a las mismas radica en el interés de los entrevistados por conocer sobre las novedades en los perfiles de su red de amigos que se transmiten en gran medida a través de las imágenes. Otro dato que sustenta la importancia de las fotos en Facebook es que los comentarios que se publican en los muros también giran en torno a las mismas. Además, existe una aplicación para las fotos que se llama 'etiqueta' que sirve para colocar un nombre encima de quienes aparecen en las fotos, y de esta manera, los usuarios también pueden conocer nuevos contactos buscando sus perfiles en el buscador de amigos.

En igual importancia están los tests, en especial los que describen ciertos aspectos de la personalidad y los sentimentales, que son los favoritos de las chicas. También el horóscopo, la galletita de la suerte son actividades bastante frecuentes para los entrevistados. A pesar que la mayoría confiesa sentir una gran atracción para realizar numerosos tests de los más variados temas, los mismos comunican que 'son una tontería' dado que los resultados que generan son aleatorios y muchas veces no suelen coincidir con la manera como ellos se describirían. De igual manera, los entrevistados dicen que lo interesante de los tests está en ver 'qué sale', pasar el tiempo y divertirse con las respuestas.

Además, es frecuente que los adolescentes publiquen 'Notas', que son contenidos que van desde listas de preguntas sobre gustos de la persona, hasta publicaciones propias de poemas o letras de canciones. En las publicaciones de las Notas se destaca que a través de las mismas, los adolescentes buscan comunicar sobre lo que sienten en ese momento. Pero esta no es una característica única de las Notas: también con las fotos los entrevistados esperan evocar sentimientos o reacciones en sus contactos, por ejemplo, publicando fotos graciosas, o fotos románticas con la pareja.

En cuanto a los grupos en los que se han agregado los adolescentes dentro del Facebook, tienen como característica definir situaciones cotidianas, gustos personales o momentos graciosos. Por ejemplo, un entrevistado mencionó el grupo '¿a quién no le gusta el Gancia con Sprite y limón?' u

otra chica que se unió a grupos como ‘¿quién no se ríe cuando...?’. Estos grupos han sido creados por adolescentes y representan elementos de la cultura de la que forman parte. Después están aquellos que se unen a grupos de algún cantante como Shakira y también otros que representan contenidos de la televisión como la telenovela Doña Bárbara y el personaje Mony Argenta. Tan sólo dos entrevistados mencionaron haber ingresado a grupos sobre causas ecológicas o sobre los niños de África.

Agregarse a estos grupos implica que los mismos aparecen como parte del perfil del usuario, sin embargo, los adolescentes contestaron que no interactúan con otros miembros de los grupos ni tampoco conocen cómo hacerlo. El unirse a los grupos de Facebook para los entrevistados significa que éstos describen sus gustos e intereses, no así sirven para conocer otros miembros ni participar de los mismos.

Por otra parte, los grupos presenciales a los que pertenecen los adolescentes se caracterizan por ser mixtos y por estar integrados por 3 a 5 miembros en la mayoría de los casos, y en menor medida entre 7 y 10 miembros. Los entrevistados contaron que forman parte de varios grupos que por lo general corresponden a un grupo dentro del colegio, otro del barrio o compañeros de otros colegios y en algunos casos un grupo dentro del equipo deportivo del que forma parte.

La mayoría de los entrevistados comunicaron que en su curso hay muchos grupos porque no hay buenas relaciones entre sus compañeros. También un común denominador en las respuestas de los adolescentes es que su grupo del colegio se ha visto modificado en sus integrantes desde inicios de año, cuando todos ingresaron a la institución. Se podría pensar entonces que estos grupos aún se encuentran en proceso de formación.

Frente a la pregunta de aquello que une a los adolescentes en su grupo, un común denominador en las respuestas de los entrevistados fue que la música es el elemento compartido que los hace sentir identificados como grupo, sea por preferir el mismo estilo de música o porque a pesar de tener estilos diferentes, el grupo reconoce y acepta estas diferencias individuales.

En cuanto a los grupos fuera del colegio, se caracterizan por ser un grupo de amigos más antiguo compuesto por compañeros de un colegio anterior o del barrio. Estos grupos son los que los adolescentes consideran su grupo de amigos más importante. Los entrevistados describieron que dentro de este grupo sentían que los conocían mejor y que eran más comprendidos puesto que permanecen juntos desde aproximadamente primer año del secundario.

En el caso de dos de los chicos entrevistados que pertenecen a club de deportes, sus compañeros de equipo son con los que se juntan casi a diario. Leandro, por ejemplo, expresa ‘somos más unidos’ refiriéndose a su grupo del club de rugby, con quienes comparte casi todos los días varias horas de entrenamiento y además se reúnen fuera del club.

Pasando a otro tema, los adolescentes brindaron respuestas variadas a la hora de elegir el Facebook o la comunicación cara a cara para expresar sus sentimientos a otras personas según situaciones bastante específicas. Por ejemplo, en aquellas situaciones que generan mucha ansiedad

para los adolescentes, la mayoría respondió que prefería hablar a través del Facebook, el Messenger o por mensajito de texto. Estas situaciones comprenden, entre otras, cuando se entabla una conversación por primera vez con alguien conocido del medio. El ‘¿qué dirán?’ y la reacción que pueda tener la otra persona son cuestiones que inhiben a los adolescentes y a través de contextos virtuales estas conversaciones son mucho más sencillas de sobrellevar. El fundamento de los entrevistados para esta elección está en la ausencia de contacto visual con la otra persona y el hecho que a través del lenguaje escrito hay más tiempo para pensar mejor lo que se dice. También otra razón es que es más fácil tolerar un fracaso en el encuentro ya que la conversación no sucede a los ojos de otras personas y con sólo cerrar la ventana se puede concluir la conversación.

Otra de las situaciones en la que los adolescentes expresaron preferencia por la comunicación a través de Facebook es cuando desean abordar un problema o tema difícil con la persona que salen. A través del chat los adolescentes sienten cierta ‘protección’ frente a la posibilidad de una reacción negativa de la otra persona, sea de bronca o de dolor. “No sentís tanta culpa” confiesa uno de los entrevistados, dado que la ausencia de contacto visual y del lenguaje corporal, las expresiones emotivas de la otra persona no resuenan tanto a través de las palabras escritas. No obstante, los entrevistados dijeron que fundamentalmente el Facebook sirve para tocar un tema complicado por primera vez y para luego volverlo a conversar en persona.

El Facebook también es el medio elegido a la hora de coquetear con otra persona y expresar intenciones más allá de una amistad. Uno de los adolescentes que utiliza el Facebook para ponerse en contacto con chicas expresa que gracias a la ambigüedad característica del contexto virtual y el lenguaje escrito es más sencillo ‘zafar’ si es que la otra persona demuestra que no está interesada. En una conversación cara a cara, en cambio, resulta mucho más evidente a través del lenguaje corporal las frases de doble sentido y las intenciones de lo que se dice.

Cabe destacar una diferencia en cuanto a la experiencia de interactuar y compartir con otros en el Facebook entre aquellos que expresaron ser más tímidos y los más extrovertidos. Los primeros, reconocieron en el Facebook es un espacio que les facilita sentirse más seguros a la hora de ponerse en contacto con personas con quienes no tienen una relación de confianza. En cambio, los adolescentes que se describieron como más extrovertidos fueron los que recalcaron las limitaciones que presenta el Facebook a la hora de poder expresarse emotivamente con los amigos de la red social. La imposibilidad de compartir los gestos, la risa, o el contacto físico como un abrazo o una palmada en la espalda para ellos significa una menor calidad en la experiencia de relacionarse con otros. Más allá de estas diferencias, todos los entrevistados dejaron entrever que a la hora de conversar temas importantes posee mucho más valor sentimental y de veracidad hacerlo cara a cara que a través de cualquier otro medio.

En resumen, las actividades que realizan los adolescentes en el Facebook reflejan en gran medida su vida cotidiana. En primer lugar, los contactos con quienes interactúan con mayor frecuencia y los perfiles que les generan mayor interés son aquellas personas con las que se reúne a diario como son compañeros del colegio, amigos del barrio, novios, o del club donde asisten. En



segundo lugar, los comentarios y fotos que muestran en su mayoría son de aquellos lugares que frecuentan y las actividades que realizan en el colegio, durante su tiempo libre y los fines de semana. Esto también se ve reflejado en el hecho que, por ejemplo, los adolescentes rechacen las invitaciones de personas con quienes hayan discutido o no mantengan una buena relación. Cuando el adolescente no se reúne con sus amigos el fin de semana, incrementa la cantidad de horas que dedica a navegar en Internet. Es posible inferir a partir de este dato que la interacción con los pares se desplaza a los contextos virtuales a través de la red social y el chat. A partir de estos datos podemos decir entonces que las actividades dentro del Facebook están orientadas según los vínculos más significativos del adolescente en sus contextos presenciales.

## VII. análisis

Una de las razones más importantes que comunicaron los adolescentes para ingresar a Facebook fue que en la medida que sus allegados comenzaron a utilizarlo, éstos también se vieron interesados en ingresar. Otro dato que sustenta esta idea es que en la mayoría de los casos fue un amigo quien invitó a registrarse y que además coincidió con el inicio del ciclo escolar, donde los adolescentes pasan 6 horas de su día reunidos. Por último, la actividad de los adolescentes dentro del Facebook refleja en gran medida su vida cotidiana, frecuentándose en los perfiles de aquellos con los que comparte contextos presenciales comunes como amigos, compañeros de colegio, amigos del barrio, novios, etc.

A partir de estos datos, se podría pensar el interés por parte de los adolescentes de ingresar y utilizar la red social en relación al planteo de Rodolfo (1992) sobre la transformación de los polos 'familiar' y 'extrafamiliar' durante la adolescencia; transformación en la que el grupo de amigos se torna más importante que la propia familia. Podría considerarse que esta transformación se ve reflejada en el hecho que el Facebook se volvió cada vez más importante para los adolescentes en la medida que involucró a sus vínculos más significativos dentro de sus grupos de pertenencia.

Otra idea que considerada con respecto a los motivos por los cuales los adolescentes se ven atraídos por el Facebook se relaciona con algunas semejanzas halladas entre la experiencia de los mismos dentro de la red social y las características que Rodolfo (2008) utiliza para describir los adolescentes y el rock; por ejemplo, en la aceleración del tiempo, la intensificación de las sensaciones, el pastiche y creación constantes, la transformación del cuerpo y el protagonismo de los adolescentes en el crecimiento de la red social.

En relación con la aceleración del tiempo, es una de las características más distintivas de Facebook puesto que todo ocurre rápidamente y de manera simultánea: se puede comentar una foto, saludar a alguien en el chat, hacerse fan de un grupo de música y al instante realizar un nuevo test que publicó un contacto en su muro. La aceleración del tiempo también puede verse reflejada en el hecho que los adolescentes utilizan varios programas en simultáneo tales como el Facebook, el Messenger, a la vez que realizan alguna actividad escolar o visitan páginas de música, por lo que esta experiencia es buscada por los propios adolescentes.

La intensificación sonora con la que Rodolfo (2008) describe la música del rock también puede compararse con la constante generación de novedades que caracteriza la red social. Las novedades intensifican la experiencia a través de nuevas sensaciones, sea a partir de lo que otros publican o de aquello que cada uno va creando y agregando a sus perfiles. Por ejemplo, una de las entrevistadas comenta sobre este tema diciendo "cuando entrás al Facebook, tenés tantas cosas, uno empieza a ver lo suyo primero, quiénes te agregaron, los mensajes que te dejan, todo eso.

Cuando terminás de hacer eso, ves el Facebook de una amiga o sino ves este que es conocido y si no lo tenés agregado, lo agregás, o si se conectó un amigo, te ponés a chatear” (Anexo D, p. 159). Otro de los adolescentes responde sobre el tiempo que se mantiene conectado diciendo “cuando veo que no hay nada, agarro y me voy, pero cuando veo que están mis amigos o hacen algún comentario o conversación, sí me quedo”. (Anexo D, p. 36) Puede vislumbrarse en estas respuestas cómo la búsqueda de sensaciones frente a lo novedoso constituye en esencia una de las características más destacadas de la red social y es un factor que influye sobre el tiempo de permanencia dentro de la misma.

En cuanto a la transformación del cuerpo, Rodulfo (2008) plantea esta idea considerando el cuerpo real a través del cual se vive la experiencia del recital de rock con saltos, gritos y movimientos agitados. Por otra parte, podría decirse que Facebook posibilita la transformación del cuerpo ‘virtual’ de los adolescentes a través de las imágenes que eligen publicar, mostrando o destacando aquellos ángulos o aspectos de sus cuerpos con los que se sienten más conformes, mientras que evitan mostrar otros que les disgustan. Inclusive algunos adolescentes utilizan programas para mejorar las imágenes transformando así su cuerpo virtual. Por ejemplo, una de las entrevistadas comenta “sí, pongo una foto nueva que me gusta, la subo y después la pongo en mi perfil, y me fijo, le hago retoques, todo eso...” (Anexo D, p. 52) Y otra de las adolescentes también se refiere a la foto de su perfil diciendo “tengo una-una foto como todos, bueno, una foto entera, salgo entera (...) pero... no me gusta focalizar mucho en mi cara”. (Anexo D, p. 23)

Por otra parte, el ‘pastiche’ y la creación constante que Ricardo Rodulfo (2008) destaca como característicos de la música rock también son elementos recurrentes dentro de la red social, por ejemplo, cuando alguien publica una ‘nota’ con frases de una canción o con sus gustos y preferencias y otra persona la copia y la publica como propia. Una de las entrevistadas comenta sobre este tema diciendo “me gusta leer letras (...) leo algo que me guste mucho, agarro, corto y lo pego así. Si me entra toda la canción, la pego y sino pego la frase que más... digamos, la que más se destaque”. (Anexo D, p. 172) A la vez, se van creando nuevas versiones y se multiplican entre aquellos dentro de la red de amigos. Lo mismo ocurre con las fotos, que frecuentemente se copian de un perfil para publicarlas dentro del propio.

Facebook también representa un fenómeno impulsado en gran medida por los adolescentes y que paulatinamente se fue extendiendo a través del mundo comercial, político, y entre los adultos, pero que continúa siendo de manera predominante un espacio de los adolescentes. Esta idea se puede inferir de alguno de los comentarios de los adolescentes sobre la importancia de estar en el Facebook tales como “no como una necesidad básica pertenecer al Facebook, pero... siendo joven tenés que estar ahí adentro...”. (Anexo D, p. 17)

Facebook podría considerarse como un espacio transicional en tanto es espacio de encuentro con amigos donde los padres no tienen cabida y al que se accede en gran medida desde el interior del hogar, que es un espacio exclusivamente familiar. También esta idea está relacionada con un hecho muy llamativo en las respuestas de los adolescentes: sus actividades dentro de la red social

giran en torno a aquellas personas de confianza con quienes comparte contextos presenciales (amigos, compañeros del colegio, novios), mientras que los desconocidos son prácticamente ignorados. Ricardo Rodulfo (1992) hipotetiza sobre la función del amigo para el adolescente como 'objeto transicional' en tanto es una persona familiar, con la que existe una intimidad recíproca pero que a la vez es diferente y está fuera de la familia. Dentro del Facebook podría considerarse que el adolescente se 'frecuenta' en los perfiles y actividades con sus más allegados siendo éstos un lugar intermedio de pertenencia entre la familia y la sociedad.

En este sentido, el papel de la red social durante el proceso adolescente puede pensarse como un espacio donde tiene lugar la construcción de la categoría del nosotros en un encuentro con el otro desde la telepresencia, un espacio donde confluyen los adolescentes en las redes que cada uno va formando. Esta idea se ve ejemplificada, por ejemplo, en la respuesta de uno de los adolescentes en relación a su interés por usar la red social "y... al ser tantos y no poder estar todos juntos, el poder estar juntos en un mismo momento, y no- o sea, no personalmente pero a través del Facebook". (Anexo D, p. 36) En este encuentro lo mediático posee un papel primordial, por ejemplo, a través de los videos, la música, en especial las imágenes, y todo aquello lo relacionado con el multimedia, idea que se desarrollará en los próximos párrafos.

Ahora bien, cabe el interrogante ¿cómo podemos caracterizar ese encuentro telepresencial a través de Facebook? Uno de los comentarios de los entrevistados puede acercarnos a una respuesta "yo conocí una persona y por el Facebook te relacionás mejor, y después vos lo ves de vuelta... sos más amigo". (Anexo D p. 10) Se puede inferir que este encuentro en el reconocimiento de la diferencia se transita de manera mucho más automática: con un click 'ya sos amigo'.

En relación a esta idea, los aportes de Julio Moreno (2002) en cuanto a las características de la lógica conectiva también ayudan a comprender la naturaleza del encuentro entre los adolescentes y sus pares a través de Facebook. Allí, los usuarios no se 'conocen' sino que se 'agregan' a través de una invitación. Algo similar ocurre frecuentemente cuando se comentan las fotos de los perfiles con un 'me gusta' o 'no me gusta'. Por otra parte, el reconocimiento del otro ocurre predominantemente a través de las fotos publicadas, imagen que es sintética, inmediata y ambigua a la vez, puesto que su interpretación depende de la perspectiva del espectador.

No obstante lo antedicho, cabe hacer una distinción. Los adolescentes dentro de la red se comunican en gran medida con sus allegados de sus contextos presenciales, vínculos que podrían considerarse con cualidades más bien de tipo asociativas, puesto que agregar estas personas en la red implica la existencia de un vínculo de confianza, así también en las fotos probablemente el adolescente reconocerá momentos compartidos, dando cuenta de las subjetividades de cada uno. En cambio, el encuentro con cualidades semejantes a la lógica conectiva que plantea Julio Moreno (2002) podría describir mejor la relación de los adolescentes con aquellas personas con las cuales no existe un vínculo de confianza y a las que se accede a través de un click sin que medie algún sentido compartido entre ambos.

En cuanto a las características de los grupos presenciales a los que pertenecen los adolescentes, en su gran mayoría son grupos mixtos dentro de los cuales sus miembros son

reconocidos como distintos. Estas características remiten a la descripción del genuino grupo adolescente de Harris y Meltzer (1998). Por ejemplo, una de las entrevistadas describe su grupo de la siguiente manera “¡hay una mezcla! a mí me gusta el cuarteto, a otra la electrónica, otra el rock, pero ¡nos llevamos bien!”. (Anexo D p. 69) En este sentido, la música representa un elemento que permite distinguir cada miembro de los demás pero a la vez formando parte de un grupo diverso al que la entrevistada se refiere como ‘una mezcla’.

Además, en el fragmento previamente mencionado, donde la entrevistada enfatiza en la frase ‘nos llevamos bien’, se podría vislumbrar la idea de Rodolfo (2008) en cuanto al reconocimiento de la diferencia sin necesidad de oposición. También en otra entrevista, un adolescente expresa “(...) con algunos no nos llevamos bien pero, eso no significa que tengamos que estar peleando (...) con los que no hay mucho feeling, se deja ahí. No hay que estar tirando palos y buscando problemas” (Anexo D p. 27). Nuevamente en este comentario se puede dilucidar la referencia del adolescente a la diferencia no oposicional en relación con aquellos compañeros que no tiene una buena relación.

En cuanto a la música es preciso destacar que representa un medio al que frecuentemente recurren los adolescentes para poner palabras a lo que sienten y así poder compartirlo con sus amigos en el Facebook, en especial los sentimientos de tristeza, sufrimiento y soledad. “Cuando me siento mal no pongo ‘me siento mal por esto, esto y esto’ en realidad pongo esa canción o esa letra para que indirectamente exprese lo que yo siento”. (Anexo D, p. 172) Esta respuesta de un adolescente ejemplifica claramente el uso de las letras como medio para expresar y compartir sus emociones en la red social. También los adolescentes se toman fotos para subirlas y/o escribir notas que de manera expresen su estado de ánimo en ese momento. Con frecuencia, amigos y allegados del usuario se muestran interesados en los sentimientos que se publican, muchas veces escribiendo notas que simpatizan con la persona que las escribe. Por ejemplo, una de las entrevistadas cuenta sobre el apoyo emocional que le brindan sus amigas en Facebook “mayormente cuando hablamos así me dejan notas en el Facebook... me dicen ‘gorda, levánta el ánimo...’ ‘ya todo va a pasar’”. (Anexo D, p. 29) En adición, el reconocimiento y expresión de los sentimientos negativos tales como el sufrimiento y la tristeza también puede considerarse como una característica del grupo adolescente genuino, a diferencia de la ‘pandilla’ que tiene como función evitar este sufrimiento.

Cabe mencionar que una de las adolescentes entrevistadas describió su grupo con varias de las características propias de la ‘pandilla’ que plantean los autores Harris y Meltzer (1998). Por ejemplo, ella comenta que con los del curso se lleva pésimo, y lo compara con el grupo de su barrio diciendo “y... en mi grupo de barrio son **totalmente** distintos... son... por así decirlo personas que se quieren llevar el mundo por delante (...) les gusta estar peleando con otras personas, como que... como que no quieren que nadie le diga nada (...)”. (Anexo D p. 122) Y frente a la pregunta cómo hacen para llevarse bien siendo un grupo de entre 20 y 30 personas con esas características, ella responde “y bien ¡porque somos todos iguales!”. De estos dos comentarios sustraídos de la entrevista se puede destacar el contraste tan radical que la entrevistada hace entre su grupo del barrio y el del colegio. Además es notable la esencia rebelde del grupo que funciona como un todo que se defiende del

resto del mundo. Podría decirse entonces que la entrevistada vive su grupo como un lugar donde no hay diferenciación entre sus miembros y que le brinda protección de los otros que son diferentes.

En relación con los grupos a los que pertenecen los adolescentes dentro de Facebook, en las entrevistas se encontró que no existe una interacción entre ellos y el resto de los miembros. Los entrevistados confesaron que desconocen cómo participar en los mismos, e inclusive no se sienten interesados por hacerlo. Un adolescente cuenta sobre el proceso de unirse a los grupos de la siguiente manera: “al costado de la pantalla te salen como carteles y que te van informando para que te vayas uniendo, vas clickeando y te dicen ‘¿te querés unir...?’” (Anexo D, p. 106); por lo que unirse a estos grupos podría representar una de las muchas ofertas de elección personal inmediatas que brinda la red social y que los adolescentes aceptan con frecuencia. Podría pensarse entonces que estos grupos funcionan como una ‘etiqueta’ que caracteriza al adolescente en sus gustos a la manera de identificaciones inmediatas, en esencia de la lógica conectiva. Además, resulta interesante considerar la naturaleza de muchos de los grupos a los que se unieron los adolescentes que remiten a situaciones cotidianas, tales como “¿quién no se ríe cuando...?” que podría entenderse como el interés de los adolescentes por identificarse con aquellos otros semejantes que a su vez validan la experiencia cotidiana, como una forma de decir ‘yo soy como ellos’.

En cuanto al establecimiento de las relaciones a través de Facebook, en esta investigación se encontró una gran preponderancia del atractivo físico tanto a la hora de seleccionar las invitaciones para agregar nuevos amigos, como en las fotos que los adolescentes publican en sus álbumes y en la foto de su perfil. También se encontró que el atractivo físico influye en el interés para entablar una conversación con un nuevo contacto, revisar el perfil de la persona o intentar concretar un encuentro personal. Por ejemplo, cuando se le interroga a una adolescente sobre los contactos que no aceptaría en su red, responde “los que son muy feos no”, en tono de broma. (Anexo D, p. 64) Estos hallazgos discrepan con los presentados por el autor Azy Barak (2008), quien sustenta que el atractivo físico en el establecimiento de relaciones a través de Internet se traslada a aspectos como la apertura mutua y los intereses comunes de los individuos. Esta notable diferencia entre los resultados de esta investigación con las llevadas a cabo por el autor citado podría pensarse a partir de distintas hipótesis.

Por un lado, una de las características más distintivas de Facebook es el fuerte énfasis que pone en las imágenes en comparación con los espacios disponibles para el texto escrito. Su mismo nombre lo indica: ‘libro de caras’, en otras palabras, libro de imágenes. Por ejemplo, cuando se recibe una invitación para ingresar a la red de una persona, lo primero que figura es una imagen, seguido de un nombre y la cantidad de amigos en común. Por lo tanto, la imagen se vuelve el elemento primordial en la experiencia de relacionarse con los demás contactos dentro de la red. Esta idea puede verse ejemplificada en la respuesta que brinda una de las adolescentes en relación a aquello que le interesa conocer del perfil de un nuevo contacto “más que nada, todo pasa por las fotos más que nada, todo pasa por las fotos”. (Anexo D, p. 90) En cambio, en los sitios de citas como aquellos en los que Azy Barak (2008) realizó su investigación, cuando una persona busca entablar un contacto

con alguien lo hace seleccionando un rango de edad, intereses, el tipo de relación buscada, etc. aspectos que en el Facebook se consideran pero con menor importancia.

Otra hipótesis que podría explicar esta diferencia entre los resultados de esta investigación y los del autor citado puede radicar en el hecho que la conflictiva adolescente se asienta en el reconocimiento del cuerpo, cuerpo que se percibe como extraño y cambiante. Por lo tanto, los adolescentes constantemente se evalúan a sí mismos y a los miembros del sexo opuesto comparándose con los demás, por lo que la imagen se torna un aspecto muy importante en el establecimiento de las relaciones dentro de la red. Otra idea que puede sustentar los resultados se relaciona con los elementos más valorados por los adolescentes en el Facebook abordados en los siguientes párrafos.

La proximidad geográfica resultó ser otro factor que dieron a conocer las respuestas de los adolescentes en relación su interés por conocer y contactar a un nuevo amigo de su red. Este dato también se contrasta con el planteo del autor Azy Barak (2008) señala que en los contextos virtuales los intereses compartidos equivalen a la proximidad geográfica en los contextos presenciales. Tal vez esta diferencia podría explicarse a partir del hecho que los adolescentes no encuentran en Facebook un lugar donde entablar conversaciones de manera sincrónica que den lugar al establecimiento de una relación en función de los intereses comunes. Tal puede ser el caso de uno de los entrevistados, quien expresa “empezamos a chatear por el Facebook, y después nos pasamos el mail. No es muy fácil chatear por el Messenger del Facebook, no me gusta mucho el Facebook”. (Anexo D, p. 126) Por lo tanto, Facebook sirve como un espacio para que los adolescentes establezcan un primer encuentro con un nuevo contacto y cuando se interesan por conocerlo más íntimamente, intercambian correos electrónicos para utilizar el servicio de mensajería instantánea Messenger que resulta más cómodo para conversar en tiempo real que Facebook.

En adición, otra idea que podría explicar este hallazgo podría relacionarse con el hecho que los adolescentes se interesaron por participar de la red social en la medida que se tornó importante dentro de su círculo de pares y que sus actividades dentro de la misma se centran fundamentalmente en su vida cotidiana, por lo que el contacto con personas desconocidas queda relegado a un segundo plano.

Otra de las características distintivas de la manera cómo se vinculan los adolescentes en Facebook yace en el hecho que proporciona un medio para entablar un primer contacto con personas conocidas del medio pero con quienes no se ha mantenido ningún contacto personal. En este caso, tanto los adolescentes que se describen más tímidos como los extrovertidos (aunque de prevalencia los primeros), se inclinan por la comunicación en el contexto virtual de Facebook en situaciones que les provoca mayor ansiedad. Esta idea se puede ver ejemplificada en una de las respuestas de los entrevistados, que relata “no tenés miedo a decir lo que sentís y no sabés cómo va a reaccionar la otra persona, o sea, si reacciona mal, capaz que no te habla pero no te quedás con el cargo de conciencia ‘me mandó a la mierda’ y todo eso”. (Anexo D, p. 19) La ausencia de contacto visual y la ambigüedad característica de la comunicación escrita se ofrecen como elementos que

colaboran con reducir la ansiedad de los adolescentes al enfrentar estas situaciones a la vez sintiéndose más resguardados de un posible rechazo o un momento vergonzoso. Este hecho se relaciona con el planteo de Azy Barak (2008) con respecto a las características de los contextos virtuales que reducen la inhibición en aquellas personas que poseen una ansiedad social más acentuada, posibilitando una interacción más activa dentro de los grupos.

También otra de las respuestas compartidas por varios de los entrevistados fue que utilizan Facebook como medio para comunicarle a otros miembros de su grupo de amigos cosas que le molestan sobre ellos o sobre alguna situación de discordia, puesto que sienten una gran dificultad para poder entablar estas conversaciones cara a cara. Por ejemplo, frente a la pregunta sobre cómo prefiere abordar un problema que tiene con un amigo(a), una de las entrevistadas expresa “sí, me cuesta muchísimo más porque nunca encuentro el momento indicado (...) hay temas que sí, prefiero hablarlos de frente pero no puedo y bueno, siempre termino hablando por chat (...) siempre me pasó que no estaba con la persona cuando dije ‘BASTA’” (Anexo D, p. 59) Podría pensarse que esta dificultad que expresaron los adolescentes se origina en el temor de ser rechazados o excluidos por su grupo de pares, considerando que la pertenencia al mismo es fundamental en esta etapa.

En relación con este tema, cabe el interrogante en cuanto a la elección de afrontar situaciones conflictivas a través de la red social pudiera ser para los adolescentes una forma de evadir la responsabilidad frente a lo que comunican, obstaculizando la posibilidad de obtener un conocimiento experiencial de las mismas (en el sentido de Meltzer) y que en el futuro pueda adquirir mejores herramientas para abordarlas. En otras palabras, Facebook podría funcionar para los adolescentes como una salida fácil que a futuro podría convertirse en un hándicap para lidiar con situaciones que generen ansiedad en los adolescentes.

Por otra parte, está la posibilidad que los adolescentes utilicen la red social como una primera instancia para enfrentar estas situaciones y luego gradualmente adquirir una experiencia que les posibilite enfrentarse a las mismas en contextos presenciales. En mi opinión, dada las autocríticas de los adolescentes frente a la elección de la red social para conversar con temas delicados que ameritan una conversación cara a cara, me inclinaría a considerar esta segunda hipótesis.

En relación con el tercer objetivo de la investigación, ser sociable y popular a través de una extensa red de amigos constituyen algunos de los elementos más valorados dentro del Facebook. Esto se ve reflejado en cierta competencia de los adolescentes para ver quién posee la mayor cantidad de contactos y de comentarios en las fotos publicadas. Un adolescente expresa en relación a esto “yo tengo creo que 66 (contactos), pero yo tengo los que los considero... digamos, como mis amigos, no cualquiera, porque muchos agregan cualquiera porque compiten quién tiene más amigos que otro” (Anexo D, p. 107) Este dato se contrasta con el hecho que las actividades dentro de la red suelen circunscribirse en gran medida a los perfiles de aquellas personas conocidas.

También la valoración de la popularidad y sociabilidad se observa en los numerosos álbumes que los adolescentes publican en los que suelen mostrarse con distintos grupos de amigos en salidas, fiestas y reuniones, idea se ve reflejada, por ejemplo, en el comentario de uno de los entrevistados



“fotos... tengo bastantes, debo tener... 11 álbumes y por cada álbum 60 fotos más o menos. (...) el último álbum que subí fue este fin de semana, cuando salimos nos juntamos con los chicos y... (...) tengo fotos con amigos, todo eso... de los partidos, de la fiesta allá del colegio para la primavera que me disfracé de 70/80, estuvo muy bueno...”. (Anexo D, p. 14)

En adición, la exaltación de las emociones positivas es una constante en las imágenes que se muestran en los perfiles y álbumes, por lo que ‘estar feliz’ y divertirse en grupo también podrían destacarse como una de las cualidades más valoradas por los adolescentes y que constantemente buscan demostrar en sus publicaciones. Por ejemplo, uno de los adolescentes describe la foto de su perfil de la siguiente manera “salgo con la bandera del cole que hicimos nosotros, estoy **re** feliz” (Anexo D, p. 107), frase en la cual el entrevistado hace especial énfasis sobre su expresión de felicidad.

Por otra parte, cabe destacar que a través de las fotos los adolescentes buscan proyectar una imagen que luzcan atractivos y con una actitud segura de sí mismos. Una de las entrevistadas destaca la importancia del atractivo diciendo “porque la mayoría se fija siempre en el físico, por ejemplo, si fuera un hombre, todos se fijan en el físico”. (Anexo D, p. 91) En mayor medida para las mujeres es visible el deseo de destacar el atractivo físico a través del maquillaje y un vestuario seductor para el sexo opuesto. En el caso de los varones, buscan destacar la virilidad, ‘ser malo’ y fornido. Además, con las respuestas positivas de los tests como ser ‘100% sexy’, las notas y los grupos a los que se agregan, los adolescentes buscan acentuar las cualidades de belleza, popularidad y sociabilidad. Tal es el caso de uno de los entrevistados que se unió al grupo ‘¿quién va a ir al 15/18?’ (una fiesta llamada 15/18). (Anexo D, p. 45) Con esto, podría pensarse que los adolescentes intentan asemejarse al ideal que proponen los medios de comunicación encarnado en las superestrellas del espectáculo. También este hecho se puede relacionar con el planteo de de las autoras Rojas y Sternbach (1994) sobre la cultura actual difundida por los medios de comunicación masivos, cultura que se centra en la preponderancia de la imagen como un valor social a través del cual los individuos se valoran a sí mismos.

## VIII. conclusiones

La revolución en las tecnologías de la comunicación y la información (TIC) ha posibilitado el alcance masivo de los medios en los hogares, pasando de ser meros vehículos de la información a agentes que difunden modelos de identidad y posibilidades de elección personal. Esta transformación impacta de lleno en la adolescencia puesto que durante esta etapa los adolescentes se vuelcan hacia nuevos contextos sociales de pertenencia tales como las redes sociales virtuales donde transitarán el proceso de reestructuración de su identidad. Surgen allí nuevos interrogantes en relación a aspectos intrínsecos de los vínculos que se desarrollan en los contextos virtuales.

El objetivo central planteado para esta investigación fue conocer las características de los vínculos que se establecen entre los adolescentes a través de la red social Facebook, para lo cual se realizó una única entrevista a 13 usuarios de la red social entre 15 y 18 años de edad, provenientes de un instituto secundario privado que se ofrecieron voluntariamente como participantes. Luego de haberse presentado los resultados y el correspondiente análisis de los mismos, se presentarán a continuación algunas conclusiones a las que se ha podido arribar.

En primer lugar, en relación a los motivos de los adolescentes por ingresar a la red social, puede decirse que éstos se sintieron interesados en registrarse en el Facebook en la medida que su uso comenzó a poner en juego su pertenencia dentro de su grupo de pares. Se encontró que aun cuando los adolescentes posean cientos de contactos en su red de amigos, en gran medida las actividades que éstos realizan en Facebook giran en torno a aquellas personas que forman parte de su cotidiano, como compañeros del colegio, de su grupo de amigos, vecinos, etc. Facebook se podría considerar entonces como un espacio virtual de participación dentro de aquellos grupos pertenecientes a los contextos presenciales del adolescente. Este hecho se sustenta en el papel fundamental que posee el grupo de pares para el adolescente puesto que allí encontrará un espacio de pertenencia, contención y sostén alternativo al contexto familiar. En adición, Facebook se ofrece como un espacio transicional puesto que extiende los espacios de socialización del adolescente con sus pares hasta la intimidad de su propio hogar

Además, los adolescentes utilizan esta red social por su permanente renovación, generando en ellos nuevas sensaciones frente a lo novedoso. La aceleración del tiempo a través de la simultaneidad y rapidez de las actividades dentro de la red también resultan elementos de atractivo para utilizarla. La versatilidad que ofrece el Facebook es aprovechada por los adolescentes para personalizar sus perfiles, crear y compartir notas, tests, fotos y aplicaciones a través de las cuales se comunican, encuentran nuevas personas, y se divierten. En la red social los adolescentes se sienten protagonistas de un fenómeno actual identificándose con una cultura adolescente global.

Con respecto a las posibles diferencias entre los vínculos presenciales y aquellos que se desarrollan en el contexto virtual del Facebook, se halló que ser parte de la red de amigos de personas con las que el adolescente comparte algún contexto de pertenencia presencial, introduce en el encuentro cara a cara un elemento común que favorece el establecimiento de una amistad. El 'ser amigo' dentro de la red social también habilita a los adolescentes a conocer sobre la vida de otras personas a través de los contenidos publicados en los perfiles sin la necesidad de entablar un contacto directo, dando cuenta de un encuentro con el otro de una manera mucho más automático y con menor compromiso emocional que en los contextos presenciales.

En adición, los adolescentes eligen el Facebook para afrontar situaciones que les generan importantes montos de ansiedad, a pesar de reconocer las dificultades que presenta este espacio para lograr una comunicación eficaz y sincera. Se destaca entonces la elección de la red social por parte de los adolescentes para comunicar un problema o malestar que sientan frente a su grupo de pares, puesto que encuentran muchísima dificultad para poder hacerlo de manera presencial. Este hecho se podría pensar como un intento de evasión del compromiso emocional que implica abordar dichas situaciones o bien, como una exposición gradual de los adolescentes a dichas situaciones y que a futuro puede traducirse en un mejor manejo de las mismas cara a cara.

Además, los grupos a los que pertenecen dentro de Facebook representan contenidos de la televisión o la industria musical que los identifican en sus intereses y gustos personales. No obstante, los adolescentes no participan dentro de estos grupos ni conocen a los demás miembros, por lo que los mismos podrían considerarse únicamente como etiquetas que sirven para identificar a los adolescentes en su perfil.

Cabe señalar además la proximidad geográfica y la apariencia física como dos factores que influyen en el establecimiento de las relaciones dentro de Facebook con aquellos contactos desconocidos por el adolescente. Por un lado, el compartir contextos de pertenencia conocidos por el adolescente demarca una línea entre aquellas personas que se interesa en contactar y las que no. Este hecho se puede relacionar con la motivación de los adolescentes de ingresar a Facebook para participar dentro de su grupo de pares, dejando en segundo lugar los desconocidos. Por otra parte, el atractivo físico se podría relacionar con una de las características de la cultura actual que propone la imagen personal como uno de los elementos más importantes en la valoración social de los individuos y que se traduce como uno de los elementos más valorados en la red social que a continuación se detallan.

Con respecto al tercer objetivo propuesto para esta investigación, se halló que la popularidad, la sociabilidad, la diversión y el atractivo físico son algunos de los elementos más valorados dentro de Facebook. En cuanto a la sociabilidad y popularidad, se ven reflejadas en el afán de los adolescentes por poseer una red de contactos muy numerosa y lograr una importante cantidad de comentarios en sus fotos. En adición, en las fotos que publican los entrevistados buscan mostrar una activa vida social con los diversos grupos de amigos que poseen. En las mismas también se busca destacar los sentimientos de alegría y diversión en los momentos que retratan. Por último, el demostrar una imagen atractiva para el sexo opuesto es un elemento constante tanto en las fotos

de los perfiles como en los álbumes de los adolescentes: en el caso de las mujeres lo hacen a través de una imagen sexy, mientras que los varones es través de una imagen de virilidad y fuerza.

En esta primera aproximación a un fenómeno actual y complejo como es el uso de las redes sociales virtuales y sus implicancias en las características de los vínculos entre los adolescentes, podría argumentarse que la participación dentro de las mismas influye en ciertos aspectos de los vínculos de los adolescentes pertenecientes a sus contextos presenciales, así como también se observan ciertos rasgos específicos en aquellos vínculos que se establecen inicialmente a través del encuentro en el espacio virtual.

En base al análisis y las conclusiones a las que se arribaron, nacen en este sentido nuevos interrogantes en relación a la preponderancia de la imagen y el atractivo físico en el establecimiento de los vínculos de los adolescentes tanto en contextos virtuales como en los presenciales. Así también cabe la pregunta sobre la determinación del espacio privado y público en relación con la selección de los contactos y de la información que los adolescentes comparten (y aquella que no) dentro de las redes sociales.

En las palabras introductorias se planteó que investigar sobre las diversas formas que los adolescentes eligen para vincularse con sus pares en los contextos virtuales conlleva a considerar su implicancia en las formas de pensamiento y de identificación que constituyen elementos de importancia en el proceso de reestructuración de su identidad. En este sentido, queda pendiente para futuras investigaciones la pregunta de fondo en relación a la funcionalidad de las redes sociales virtuales (en el sentido de propósito ¿para qué?) en el tránsito de este proceso ¿en qué sentidos pueden contribuir las redes sociales con los trabajos propios de la adolescencia, si es que hubiere? ¿en qué aspectos podrían estos contextos virtuales dificultarlas?

Esta investigación constituye una modesta contribución para comprender el fenómeno de las redes sociales como contextos de participación y pertenencia de los adolescentes, en un intento por enriquecer, desde el campo de lo vincular, el cuerpo teórico sobre la adolescencia.

## IX. referencias

- Barak, A. (2008) *Psychological Aspects of Cyberspace*. Cambridge University Press. E-book.
- Berenstein, I. y Puget, J. (1997). *Lo vincular. Clínica y técnica psicoanalítica*. Buenos Aires. Paidós.
- Bertino, R. (2009) El 78% de los adolescentes ve al menos tres horas de tele por día. *Diario La Voz del Interior*, 3 de diciembre, p. 3A.
- Bracero, F. (2010) Facebook tiene ya 400 millones de usuarios. *Diario La Vanguardia*. Tomado el día 06 de Marzo del sitio <http://www.lavanguardia.es/free/edicionimpresa/res/20100206/53884907646.html?urlback=http://www.lavanguardia.es/premium/edicionimpresa/20100206/53884907646.html>
- Castellana Rosell, M. Sánchez-Carbonell, X. Graner Jordana, C. Beranuy Fargues, M. (2007) El adolescente ante las tecnologías de la comunicación y la información: internet, móvil y videojuegos. *Papeles del Psicólogo*, 28(3), pp. 196-204.
- Cobo Romaní, C. Pardo Kuklinsky, H. (2007) *Planeta 2.0. Inteligencia Colectiva o medios fast food*. Flacso México (libro virtual).
- Cuen, D. (2008). La generación que se mudó a internet. *BBC Mundo*. Tomado el día 19 de Abril del 2008 del sitio [http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/science/newsid\\_7316000/7316995.stm](http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/science/newsid_7316000/7316995.stm)
- Diario La Voz del Interior. (21/07/2009) Rey de redes Facebook. Suplemento *Punto Web Encontrate con Internet*.
- Focas, B. (2008) Ya hay redes sociales solo para lindos. *Perfil.com* Año III, Publicación 0287, Recuperado el día 24 de octubre del sitio <http://www.diarioperfil.com.ar/edimp/0287/articulo.php?art=9182&ed=0287>
- Graner Jordana, C. Castellana Rosell, M. Sánchez Carbonell, X. Beranuy Fargues, M. Chamarro Luser, A. *Comparación entre el uso de Internet por parte de los adolescentes y jóvenes*. Universidad de

la Rioja. Descargado el día 02 de Noviembre del sitio

<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2648887>

Giddens, A. (2003) *Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas*. Buenos

Aires: Editorial Taurus.

Griffa, M. C., Moreno, J. E. (2005) *Claves para una psicología del desarrollo*. Buenos Aires: Lugar

Editorial.

Grinter, R. Palen, L. (2002) Instant Messagging in Teen Life. CSCW, November, pp. 16-20.

Harris, M. Meltzer, D. (1998). *Adolescentes*. Spatia Editorial

Jensen Arnett, J. (2008) *Adolescencia y adultez emergente. Un enfoque cultural*. México: Prentice Hall.

3era edición.

Lipovetsky, G. (1990) *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. 7ma.

Edición. Barcelona: Editorial Anagrama.

Mesch, G.S. (2008). Social context and communication channels choice among adolescents.

*Computers in Human Behavior*, 25, pág. 244-255.

Moreno, J. (2002) *Ser humano. La inconsistencia, los vínculos, la crianza*. 2da. Edición. Buenos Aires:

Libros del Zorzal.

Rojas, M.C. Sternbach, S. (1994) *Entre dos siglos. Una lectura psicoanalítica de la posmodernidad*.

Buenos Aires: Lugar editorial.

Rodulfo, R. (1992) *Estudios clínicos. Del significante al pictograma a través de la práctica psicoanalítica*.

Buenos Aires: Editorial Paidós.

Rodulfo, R. (2008) *El psicoanálisis de nuevo*. Buenos Aires: Eudeba.

Roqueta, C. (2004) *Identidad y lazo social*. Buenos Aires: Grama Ediciones.

Santana, J. (2009) *Imagen Carátula*. Descargado el día 30 de agosto del 2009 del sitio [http-](http://javersantana.files.wordpress.com-2009-06-redes.jpg)

[javersantana.files.wordpress.com-2009-06-redes.jpg](http://javersantana.files.wordpress.com-2009-06-redes.jpg)

Universia Knowledge-Wharton. (2008) *El vertiginoso crecimiento de las redes sociales en*

Latinoamérica. *Universia Uruguay*. Tomado el día 19 de Abril del 2009 del sitio web

<http://www.universia.edu.uy/Noticia-Principal/El-vertiginoso-crecimiento-de-las-redes-sociales-en-Latinoamerica-3.html>.

Vallejo Pareja, M. (2003) Nuevas Tecnologías, Internet y la Psicología Clínica. *Infocop*, n° 86.

Descargado el día 09 de octubre del 2008 del sitio

<http://www.cop.es/infocop/vernumero.asp?ID=1116>