



UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA

Diversión y entretenimiento en las ciberculturas de Facebook: Representaciones sociales en adolescentes de San Cristóbal

Edwin Gerardo Guzmán Molina

Universidad Nacional de Colombia

Centro de Estudios Sociales

Facultad de Ciencias Humanas

Maestría en Estudios Culturales

Bogotá, Colombia

2012

Diversión y entretenimiento en las ciberculturas de Facebook: Representaciones sociales en adolescentes de San Cristóbal

Edwin Gerardo Guzmán Molina

Código: 489543

Tesis de investigación presentada como requisito parcial para optar al título de:
Magister en Estudios Culturales

Director:
Jaime Eduardo Jaramillo
Ph. D. en Sociología y Ciencias de la Comunicación

Línea de investigación: comunicación, cultura y poder

Universidad Nacional de Colombia
Centro de Estudios Sociales
Facultad de Ciencias Humanas
Maestría en Estudios Culturales
Bogotá, Colombia

2012

A mi familia e incondicional Nancy por su paciencia y apoyo durante este tiempo. A Loma Sur y Desde Abajo, una escuela de organización en comunicación alternativa como experiencias comprometidas con el cambio social.

Resumen

Investigación sobre adolescentes escolares en San Cristóbal y los usos que hacen de Facebook como oferta recreativa, también las implicaciones que tiene la red en la dinamización de su vida social, la presentación de su personalidad y la relación con los demás. A través de la aplicación de una encuesta y entrevista grupales con interacciones virtuales por medio de la etnografía virtual se explora el gusto por actividades, pasatiempos y consumos culturales relacionados con la diversión y el entretenimiento. Con el análisis factorial se extrae la idea de estar y sentirse bien como núcleo de la representación. Se explora las nuevas implicaciones en las formas de interacción mediadas por computador, el manejo de la imagen virtual, las prácticas de observar en la red y los dispositivos de disciplinamiento que configuran una subjetividad ciborg.

Palabras clave: Sociedad de la información, Internet, Consumo cultural, Representaciones visuales, Interacción Social

Abstract

Research on adolescent students in San Cristóbal and their uses Facebook as recreation offer, also the implications of the network in boosting your social life, presenting yourself and relationships with others. Through the implementation of a survey and group interviews with virtual interaction through virtual ethnography explores the like for activities, hobbies and cultural consumption related to fun and entertainment. With factor analysis extracted the idea of being and feeling good as core representation. It explores the implications of new forms of computer-mediated interaction, the virtual image management, practices observed in the network and disciplining devices that form a cyborg subjectivity.

Keywords: Information society, internet, cultural consumption, visual representations, social interaction

Contenido

	Pág.
Resumen	VII
Introducción	1
1. Elaboraciones teóricas	5
1.1 Ciberculturas en la sociedad informacional	5
1.1.1 Era de la información	8
1.1.2 Nuevos escenarios de la subjetividad virtual	11
1.1.3 Redes sociales en lo virtual	11
1.1.4 Una triada en las industrias del entretenimiento.	12
1.2 Mundo juvenil: Tránsitos por las expresiones culturales	19
1.2.1 La adolescencia en la condición del joven	19
1.2.2 construcción juvenil de la cultura construcción social de la juventud	21
1.2.3 Construcción social de la juventud	24
1.2.4 Joven del campo urbano popular	26
1.3 El acento cultural en la construcción compartida del significado.	29
1.3.1 Cultura: dos caras de una misma moneda	30
1.3.2 Representaciones sociales	31
1.3.3 Prácticas culturales de representación	34
1. Convergencias metodológicas	35
2.1 Un modelo para la recolección y análisis de la información	35
2.1.1 Tensiones entre lo cuantitativo y cualitativo	35
2.1.2 De una encuesta de un sector juvenil a grupo focal	35
2.1.3 Rutas metodológicas en la navegación por la plataforma de internet	37
2.1.4 Proceso para establecer el núcleo de representación	39
2.1.5 Etnografía virtual	41
2. Resultados encontrados	45
3.1 Núcleo de la representación social de diversión y entretenimiento	45
3.1.1 Lo aburrido de la institución adulto céntrica	47
3.1.2 Sinónimos: las combinaciones entre diversión y entretenimiento	47
3.1.3 Lo divertido de estar en compañía y lo entretenido de estar concentrado en el medio	50
3.2 Tiempo libre y necesidades recreativas de la localidad	53
3.2.1 Ofertas recreativas y usos del tiempo libre en San Cristóbal	54
3.2.2 Aldea global conexiones a un nuevo escenario de encuentro	55

3.3 Facebook en el entretenimiento de la vida social juvenil	60
3.3.1 Espectáculo y farándula: mediatización de la presentación del yo	67
3.3.2 El chat y la imagen digital en la interacción mediada por el computador	70
3.4 Narcisismo virtual y el dispositivo panóptico del espectáculo	76
3.4.1 La felicidad de la vivencia emocionante y el mensaje emotivo	81
3. Conclusiones	83
Anexos	87
Bibliografía	89

Introducción

Durante el proceso de indagar un estado de arte en estudios sobre jóvenes se evidenció una gran concentración de investigaciones con un enfoque en las historias de vida o trabajos exclusivos con grupos bien determinados (Perea, 2000) y (ATI, 2003). Se reconoce que estas elaboraciones proporcionan una profundidad sobre los sujetos, pero carecen de elementos para caracterizar tendencias más generales de sectores sociales. Así hablar de los jóvenes de sectores populares con estudios muy particulares puede opacar la complejidad que implica la diversa de identidades y expresiones culturales. Éste trabajo no quiera abordar la representatividad de toda una población, sino acceder a una mayor información para establecer núcleos de representación en el tiempo libre de un sector social.

Investigar con adolescentes en San Cristóbal era una opción por una población muy cercana a las actividades que realizo como profesional, interactúo diariamente con jóvenes en distintos escenarios desde los más formales como talleres en formación hasta las más informales como conversaciones durante eventos o en la calle. Es un sector social que vive como generación entre la agudización de la globalización al estar sintonizada con internet como ciberespacio, pero también sufrir las condiciones sociales y económicas que implica vivir en la periferia dentro del sistema mundo. Los jóvenes en la investigación son en realidad adolescentes, personas que por su momento vital están atravesando un periodo psicológico de formación personal donde hay prevalencia para la exploración y experimentación. Por otra parte, se trata de avanzar en sectores de jóvenes que no están vinculados a los clásicos estudios sobre pandillas, ni a los grupos de trabajo comunitario, sino a jóvenes que se podían denominar independientes (Perea, 2000:339), que son la amplia mayoría anónima de población.

El tema de diversión y entretenimiento se utilizó para darle alguna caracterización a esos intereses juveniles de estar todo el tiempo en un plan de alegría y regocijo, una actitud que veía incluso como conflictiva y problemática para adultos e instituciones escolares.

Los llamados de atención y las sanciones ya no tienen el mismo efecto, y el interés por parte de jóvenes en ciertas actividades oficiales y temas formativos va mermando hasta la apatía. Esto me llevó a preguntar sobre los intereses, qué llama más la atención a los jóvenes en este tiempo. Así entre los gustos, actividades o consumos culturales, se devela la importancia que tiene los modos colectivos de comunicación social dinamizados por la plataforma virtual y una actitud propia del ritmo contemporáneo: estar en la dispersión por el constante fluir de información. Una generación que nació con nuevas formas de subjetividades en la era digital. Al rastrear en todo tipo de actividad y acción que apuntara a la lógica de ser considerado divertido o entretenido, se tenía una inmensa información que desbordaba cualquier intento de materializarla en una tesis de grado. Las nuevas tecnologías y el ciberespacio aparecieron como un elemento innovador poco investigado por ser reciente, y Facebook como una práctica que se repetía en gran parte de los estudiantes que le dedican un tiempo considerable. Esta plataforma es decisiva en la dinamización de la vida social entre adolescentes que incide a su vez en la presentación social de la persona cada vez más mediatizada y en sintonizada con la sociedad del espectáculo. El tiempo dedicado a estar conectado en la red desplaza otras actividades que pueden ser divertidas y entretenidas, limitando aún más la oferta recreativa que estos jóvenes tienen en San Cristóbal.

Nueve años pasaron para que Facebook se convirtiera en la red social virtual más grande del planeta y una de las páginas más visitadas por los cibernautas, con alrededor de 400 millones de usuarios registrados en el mundo. Es el tercer lugar más visitado con 647.5 millones de visitantes únicos en el mes de noviembre de 2010, es decir el hecho de dar un vínculo desde una sola dirección IP durante un tiempo determinado una sola persona desde una computadora (El Espectador, 29 de diciembre de 2010). Incluso ocupa el primer lugar en términos de duración, más de cuatro horas en promedio. Un crecimiento fuerte en América Latina con 800 millones de usuarios donde sobresalen países como Brasil que ocupa el cuarto lugar a nivel mundial, México el quinto, Argentina con duodécimo puesto (El Espectador, Febrero 2 de 2012). Su creador, Mark Elliot Zuckerberg uno de los jóvenes más ricos del mundo, pues la acción de Facebook en la bolsa comenzó a cotizarse en 38 dólares (Portafolio, 17 de mayo de 2012).

Un reflexión personal hace referencia a la etnóloga Germaine Tillion que sufrió en los campos de concentración, ella llegó a la conclusión que la identidad del sabio no es menos decisiva que el saber por él acumulado (Todorou, 2009:37). Le da una importancia

a la vivencia personal en la calidad del estudio, así la experiencia cognitiva está limitada por su corporalidad. Esta sensación fue más clara y precisa por otra referencia sobre la antropóloga Margaret Mead donde el pensamiento nos ata al pasado, al mundo tal como existía en la época de nuestra infancia y juventud (Barbero, 1998:26). Puede ser que la manera de comprender las ideas y marcos lógicos de la diversión y el entretenimiento por jóvenes pueden ser reflejos distorsionados por lo que fue mi propia experiencia como joven, que me lleven a sesgos pesimistas ante periodos vitales de turbulencia y cambios sin control, o catalogar a los sujetos como integrados al sistema con vidas triviales determinadas por el ocio y la sociedad de consumo. (Serrano, 1998:243). Sin embargo, la relación con el núcleo de la representación social denota la misma condición juvenil pues da aquellos sujetos un plus en el tiempo libre; una moratoria social para usos y consumos orientados por lo que se considera como diversión y el entretenimiento.

1.Elaboraciones teóricas

1.1. Ciberculturas juveniles en la era de la información

Sin duda vivimos en tiempos atravesados por el marcado impacto de las nuevas tecnologías que se cristalizan fuertemente en el establecimiento del orden social de estas sociedades. Este nuevo sistema necesariamente hace surgir una estructura social (Castells, 1997:52). Ya sea modificando procesos productivos, formas de comunicación y fuentes de información. A la vez estos cambios inciden en el proceso de la constitución de subjetividades, desplazando lugares de enunciación por otros más centrales para estas nuevas generaciones. Una sociedad global interconectada por el desarrollo acelerado en tecnologías. En un momento histórico donde la información es fundamental en los modelos de producción de las sociedades que se denomina la Era de la información.

1.1.1 Era de la información

Las tecnologías de la información y la comunicación influyen fuertemente en los procesos de socialización entre jóvenes. La población joven adolescente que participó en el proceso de investigación pertenece a una generación que nació dentro de la Era de la Información, un momento histórico que tomó varias décadas desde el ochenta hasta el momento actual y básicamente podemos caracterizar como la instauración de un modelo de sociedad que produce cambios sociales por modelos productivos flexibles interconectados en grandes engranajes mundiales, el desarrollo acelerado de tecnologías y la incursión de artefactos tecnológicos al mundo de la vida cotidiana que facilitan los procesos de información y comunicación. Estos elementos definen la sociedad en red (Castells, 1996). Expresión de organización social donde los individuos tienen la posibilidad de estar conectados, acortando las distancias y donde la información es instantánea. La base de esta nueva era donde el mundo es percibido como estrecho, se fundamenta en el conocimiento y la información.

Internet aparece así como la gran plataforma de comunicación mundial donde circula información y conocimiento nunca antes acumulado en un solo medio, que posibilita la articulación de personas y colectivos en redes sociales por medio de artefactos tecnológicos en conexión. Internet como plataforma otorga nuevas estrategias y herramientas que transformó los modos de hacer en el trabajo, el estudio e incluso aspectos personales de la vida cotidiana. Internet tiene su origen en 1969 en Arpanet (Red de la Agencia para los Proyectos de Investigación Avanzada de los Estados Unidos), una red de conexión entre computadores de tres universidades de los estados de California y Utah. Pero que en el contexto de guerra fría también fue aprovechado por el Departamento de Defensa de los Estados Unidos.

En el proceso histórico de las representaciones sociales sobre internet; entiéndase cómo las personas comprendían qué implicaba usar esta tecnología informacional, siempre se presentó dentro de una dualidad entre la utopía e ideología (Flichy, 2001:12). Concretamente entre la posibilidad de aumentar la libertad y ampliar la posibilidad de opinión, o ser un mecanismo avanzado tecnológico de cooptación y manipulación de las mentes para el establecimiento de la hegemonía. Quienes impulsaban internet con el ideal, se gestó el movimiento contracultural que tuvo mucho que ver con el desarrollo mismo de internet, sus consignas: tener un ordenador personal para todo el mundo y que todos puedan acceder a la red de comunicación como iguales. (Flichy, 2001:96). Consignas que encuentro como necesidades actuales de los jóvenes de sectores urbanos como en la localidad de San Cristóbal.

Con el inicio del milenio internet no sólo se masificó, sino que también diversificó las posibilidades de uso, ya no se limitaba a textos, las bases de datos también incluían sonidos e imágenes, y a su vez la velocidad en la transmisión y recepción de información le dieron un vuelco a la manera ver a internet como una simple herramienta sino como el nuevo escenario para estar conectado en el mundo globalizado. Internet en términos tecnológicos es una plataforma global que por medio de conexiones permite compartir información. Una aldea global se alardea de incluyente y progresista pero el tiempo demuestra que no todos pueden acceder, y que no existe igualdad de condiciones para pertenecer a ella. El ciberespacio ha tenido cada vez mayores adelantos y avances debido a la creación de empresas económicas dedicadas al negocio de la web, sus dueños son ingenieros jóvenes que por su innovación tecnológica, se convirtieron en

multimillonarios empresarios de edades entre 19 y 30 años dueños de Yuo Tube, My Space y Facebook.

Muchas críticas y apoyos, miedos y esperanzas, contradictores y apologistas se entre mezclan al momento de hablar sobre el uso de internet entre jóvenes. En el plano cultural podemos señalar que son muchas las posibilidades de construcción de sentido. Internet es ante todo un atributo cultural, esto es el mundo de signos como expresión cultural. Hay una necesidad de identificación simbólica predeterminada que realiza la gran mayoría, una influencia a organizarse en torno a una *identidad primaria*, es decir, una identidad que enmarca al resto (Castells, 1997:29). Un esquema identitario que a pesar de la diversidad de formas, determina con una misma lógica esos procesos de identificación. Pero la tendencia de construir una determinada manera de ver el mundo establecido por el mercado, pretendiendo ser naturalizado entre los cibernautas, establece limitaciones a las rutas de navegación entre el mar de información además de las desigualdades al acceso, también a las diferencias culturales educativas que serán decisivas para utilizar las tecnologías en provecho de cada usuario. Hay importantes características que tiene el uso de la red como medio para el usuario, que son implicaciones para el análisis cultural: hipertextualidad que permite la unidad en el mensaje de contenidos visuales, sonoros y escritos como informaciones disponibles por medio de dispositivos no secuenciales, es decir que no están determinados por el tiempo en la emisión. La digitalización refiere a los procesos en el cual la imagen es editada, alterada y creada de manera virtual conllevando varias implicaciones en el manejo de información visual, pero en el fondo la fusión semiótica entre referente y significante. El multimedia que es la programación de contenidos para una experiencia por parte del usuario al recibirla como unidad de medios y lenguajes. Y por último la interactividad como aquella participación mediada entre los usuarios y el computador para poder establecer rutas más autónomas y activas en la consulta de información.

En una relación donde el soporte tecnológico además de ser expresión cultural, su uso en la vida diaria configura modos de vivir y comprender el mundo generando nuevos procesos de significación. Ese acelerado desarrollo tecnológico ha impactado fuertemente la vida cotidiana incursionando la presencia de infinidad de artefactos y aparatos que la gente utiliza para acceder a la información colgada en la web y para comunicarse instantáneamente entre sí. Aunque el potencial de internet puede ser

aprovechado en procesos de aprendizaje y enseñanza, ha contribuido de sobremanera al enriquecimiento de la industria del entretenimiento. Basta con relacionar las industrias culturales y la publicidad que utilizan en la web para percatarse de la dinamización del capital económico del entretenimiento en el ciberespacio.

1.1.2 Nuevos escenarios de la subjetividad virtual

Las subjetividades de los actuales jóvenes adolescentes son desplegadas por aplicaciones y usos de técnicas para el desarrollo de habilidades particulares, o de tecnologías como marcos de conocimientos y condiciones necesarias para el desarrollo y utilización de dichas habilidades (Williams, 1992:184). Es decir el sólo conocer su uso de las aplicaciones en las plataformas tecnológicas, sino qué uso social le asignan dentro de la vida cotidiana. Insistiendo sobre la génesis de este nuevo escenario de grandes cambios y revoluciones, podemos también señalar que la actual generación de adolescentes no experimentó la transición de los artefactos tecnológicos como quizás sí las anteriores, el cambio de la máquina de escribir al computador por ejemplo es un hecho fehaciente al respecto. Esta serie de cambios en el proceso de constitución del sujeto hace que el elemento tecnológico no sea una construcción nueva para los jóvenes actuales, sino que nacen con ella. Con mayor capacidad al acceso para la tecnología que sus padres, la generación @, aquella con el chip incorporado como decía una profesora con respecto a sus estudiantes (Rueda, 2004:72), es una generación que constituye identidades e identificaciones con las actuales tecnologías como un elemento fundamental.

La Era de la Información no sólo ha incidido en los modelos de desarrollo, sino que ha generado un nuevo lugar de comunicación e interacción virtual por medio de artefactos tecnológicos, ese lugar se llama ciberespacio. Ya desde la génesis de la connotación del término, la expresión cultural artística y tecnología se funden en un solo relato, pues el nombre proviene de la novela de ficción de William Gibson "Neuromante" una sociedad que funciona a partir de la navegación por rutas que conducen a comunidades virtuales, que hacen parte de la vida de los personas estableciendo sus redes como agregados sociales en una sociedad futurista. En la esfera del mundo de lo simbólico, la cibercultura es la posible forma de comprender las transformaciones culturales ligadas a la introducción de nuevas tecnologías digitales (Rueda, 2008:8). En el mundo juvenil el uso de la tecnología como forma cultural se expande a otras generaciones, ya sea en el

proceso de enseñanza a los sucesores y motivando al uso a sus antecesores. Estos son los cambios culturales establecidos en las relaciones sociales que recrean usos de las tecnologías, generan nuevas necesidades y se condensan en expresiones sociales innovadoras.

La referencia ciber como raíz matriz viene del griego que significa navegar en el mar, y sirve para definir la relación cultura-tecnología-relaciones sociales, incluso llegando a permear categorías académicas como el concepto de cibernética que refiere al estudio de procesos de mando. En el centro de la definición de todas las palabras derivadas está la **orden comando**, más precisamente órdenes que gobiernan un sistema-estructura que dirigen el movimiento de un aparato (Martínez, 2006:44). Lo que establece la relación cuerpo-máquina como herramienta desarrollada, va desde la técnica en su uso hasta implicaciones sobre el cuerpo sometido al artefacto. También cibercultura refiere a la expresión del poder de la imagen y del goce inútil (Maffesoli, 2009:10). Un cuerpo que desarrolla habilidades por medio del artefacto tecnológico pero limitando otras capacidades. La orden comando también construye nuevas relaciones entre lo virtual-real y la experiencia-simulación. La primera remitiría a la capacidad de la imagen digital de no sólo retratar con precisión al referente material sino que incluso llegar a reemplazarlo. La segunda relación plantea que la experiencia no sólo es transmitida por medio de la tecnología sino que quiere constituirse en ella misma por medio de la simulación. El ejemplo más claro y concreto estaría en el desarrollo de la industria de videojuegos que ahora incursiona en formas de entrenamiento deportivos y ejercicios militares para capacitar a las personas en prácticas reales.

La mixtura de definiciones entre ficción y ciencia nos lleva a la enunciación de un nuevo sujeto fruto de estos cambios tecnológicos sociales. Aparece el **sujeto ciborg**, este término tal vez nos lleva a imágenes acústicas de películas de ficción relacionadas con la robótica de hombres y mujeres con implantes de aleaciones metálicas con chips y procesadores incorporados en sus cuerpos. Pero no tiene que ser tan extremo su significado, sino que dicho concepto permite construir una representación social con respecto a las nuevas generaciones a partir del uso de las nuevas tecnologías (Rueda, 2004:72). Una forma de concebir las identidades o identificaciones por medio de la forma del consumo cultural de bienes simbólicos proporcionados por artefactos y puestos en circulación por los sistemas tecnológicos. El cyborg, no reconoce la diferencia entre cultura-naturaleza, argumenta la razón como fruto de la producción social de la

naturaleza y la naturalización del orden social. (Rueda, 2004:80) Entre las designaciones de nativos digitales a jóvenes de sectores populares se genera un motor de nuevos lenguajes para comunicarse entre sí y expresar sentimientos o pensamientos en una heteroglosa propia de la intersubjetividad múltiple, donde lo propio y el otro se diluyen en lo virtual para generar muchas posibilidades de interacción y construcción de subjetividad. Podemos hablar en lo fundamental del sujeto ciborg cuando se establecen relaciones e interacciones en procesos de comunicación mediados por el ordenador, en tanto el otro me aparece como una conexión y mi presencia se da por la extensión tecnológica. Este mundo contemporáneo donde cultura, ciencia y tecnología se articulan redefiniendo una forma inédita de los modos de ser y estar de los seres humanos (Martínez, 2006:42). Sujeto de la posmodernidad está fragmentado, en conflicto, internamente dividido, incapaz de criticar su experiencia, descentrada, fragmentada, que comparte múltiples y contradictorios tiempos. Un sujeto diluido y fragmentado que tiene su expresión en internet, allí todo vale porque nada perdura debido al constante cambio que proporciona el movimiento de la información. Para los adolescentes, el sujeto ciborg también señala la relación que en el uso del tiempo libre como en los consumos culturales tiene el uso de las nuevas tecnologías donde están esos bienes simbólicos apreciados (Urresti, 2008:44). Para desglosar el análisis de estos dos aspectos del sujeto ciborg juvenil, no debemos limitar la concepción de internet como plataforma tecnológica, sino percibirla también como medio de comunicación masiva que concentra cada vez más la atención de los tiempos libres en jóvenes, internet se ha convertido en el espacio de disputa para grandes conglomerados de industrias culturales que quieren ampliar el mercado. Industrias culturales y medios de comunicación masiva se convierten en empresas que se fusionan entre sí generando disqueras interesadas en canales televisivos y empresas de televisión incursionando en el cine. Si queremos entender la construcción de sentido sobre entretenimiento y diversión en internet, desde una perspectiva de estudio cultural debemos entenderla desde una triada: tecnología-medios de comunicación e industrias culturales.

Siempre habrá una tensión para cualquier estudio mediar los polos de análisis tecnopocalípticos que establece la conexión a la matriz en una realidad simulada o tecnopologistas que celebran las posibilidades de acceso de información global y el desarrollo de las capacidades comunicativas para un agenciamiento comunicativo.

1.1.3 Redes sociales en lo virtual

Entre las redes virtuales que se conocen entre jóvenes las preferidas son Hi5, Sónico, Qué pasa, pero sobre sale el uso de Facebook por ser la más popular y conocida, en diciembre del año pasado reportó ser el tercer sitio más visitado (AFP, 29 de diciembre 2010), a pesar del crecimiento de Tivtter lanzado en 2006 por Jack Dursey, todavía no es un fuerte rival por lo menos en el campo urbano popular del suroriente en la actualidad. Sin embargo, ha sido noticia los varios intentos de Facebook por comprar Tivtter. Algunas personas como la doctora Nina Cabra señala la posibilidad que en un futuro reciente Tivtter reemplace a Facebook, es significativa la diferencia entre las dos porque Facebook es una red social de amigos y Twitter es un servicio de mensajería con cierto número máximo de caracteres para seguidores de un usuario. Facebook es una plataforma para la circulación de información especialmente personal, para establecer canales de comunicación e interacción y la conformación de posibles redes sociales y comunidades virtuales. Por aclaración se entiende que redes sociales hay en toda esfera humana y constituyen el tejido social, otra cosa que sean dinamizadas por plataformas tecnológicas. Alrededor de las comunidades virtuales, existen personas que podemos identificar como aldeanos digitales en tanto que se han ubicado de manera permanentemente en internet. Y por otro lado transeúntes o exploradores a quienes están en un proceso de entrar y salir del espacio virtual (Martínez, 2006:46).

Facebook dice tener como misión facilitar a las personas que se conocen personalmente se conecten a la comunidad virtual y se comuniquen entre sí. En el principio esta comunidad se basó en la exclusividad de los integrantes de las fraternidades estudiantiles en las universidades norteamericanas como lo muestra la película recientemente Red Social "**The Social Network**" dirigida por **David Fincher** en 2010 sobre la historia de Marck Zuckenberg. Al verla me facilitó entender que el uso de Facebook también pasa por el interés potencial de conocer gente.

Pero Facebook no sólo es un medio para dinamizar redes sociales de una comunidad virtual o una aplicación tecnológica por circular información como expresión cultural expresa una manera de ver el mundo, constituye cultura misma. Las redes sociales virtuales son redes interactivas con intereses compartidos donde la comunicación mediada por el artefacto se vuelve fundamental. La posibilidad de conectividad permite

acortar distancias, acceder a una mayor información y navegar por portales interactivos de quienes la integran.

Para el análisis cultural la realidad virtual se da por medio de dispositivos informativos para la reconstrucción de lo real con ayuda de sonidos e imágenes donde su efecto directo es la simulación (Flichy, 2003:173). Poner al sujeto a interactuar con esa plataforma de simulación. Esta red es un conjunto de nodos interconectados donde circula comunicación e información entre personas interactivamente en torno a un interés compartido, a veces este tipo de comunicación se convierte en la meta (Martínez, 2005:42). Estar conectado no es un medio para poder estar con los demás, sino una actividad necesaria cuando estoy en la red social Facebook. Para estas personas hay una experiencia del yo como múltiple, fluido y constituido en interacción con conexiones por medio de una máquina (Turkle, 1997:23). Estas conexiones son con las que se presenta el sujeto socialmente y el relación que establece con los demás.

1.1.4 Una triada en las industrias del entretenimiento

La necesidad de estar conectado a las TIC's crea todo un mercado para la adquisición de aparatos que son reemplazados con mayor frecuencia por su corta vida útil que los convierte en obsoletos o la introducción de nuevos con innovaciones tecnológicas. En toda esta demanda de internet para las sociedades, el desarrollo de esas tecnologías tan ha servido la consolidación de unas empresas de capital transnacional que monopolizaron grandes mercados al crecimiento de las industrias de entretenimiento (Castells, 1997:390). No es que falten ofertas en internet donde una persona puede aprender o realizar actividades alternativas en beneficio propio, sino que hay al conjunto de prácticas y gustos relacionados al computador conectado en la red ya no es una herramienta para el trabajo y el estudio sino que es un artefacto más cercano al entretenimiento o al ocio. También porque cada vez más la industria cultural relacionada con el tiempo libre, responde a un conglomerado global de oferta de entretenimiento integradas. Es decir que existe una dirección más directa entre diferentes productos ofertados en el mercado que responden a un mismo público consumidor, por ejemplo la producción de video juegos y la industria cinematográfica.

Una de las características que privilegian el uso de internet como medio masivo de comunicación es el Hipertexto, que por intermedio de la tecnología vincula información

con un acelerado desarrollo para un metalenguaje (Castells, 1997:360). Imágenes, textos y sonidos disponibles en el mismo medio que permiten la interactividad con los usuarios. En ese sentido internet puede ser entendido como medio de comunicación masiva *mass media* en la medida que la propagación de esa comunicación tiene un medio técnico que se reproduce masivamente (Luhman, 2000:2). Siguiendo al autor los medios masivos de comunicación son un sistema autopoiético como forma cerrada organizada por una estructura flexible autoreferente compuesta por noticias-publicidad-entretenimiento que representan una forma de ver la sociedad. Los límites entre las tres esferas que la componen tienden a perderse cada vez con mayor fuerza. Así hay noticias motivadas por la publicidad y el entretenimiento, ésta última ocupará mayor atención en tanto objeto de representación a investigar.

En el análisis de los medios de comunicación existe un péndulo que marca el acento investigativo en corrientes que le dan mayor importancia al medio y el mensaje, con respecto a otras que centran su análisis en la lectura y la audiencia. Pero entre ambas posturas existe una relación compleja porque como recuerda Sunkel citando a Stuart Hall en los productores y las audiencias existe una comunicación sistemáticamente distorsionada, pero con algún grado de reciprocidad (Sunkel, 1991:xii). En tanto el mercado de producciones culturales y mediáticas responde a las expectativas de la gente, pero en donde los contenidos y bienes simbólicos son inducidos con cierta efectividad.

En los estudios sobre medios de comunicación han existido fuertes momentos y debates generados a partir del énfasis entre alguno de las dos posturas académicas. Inicialmente se daba un papel todopoderoso al medio que imprimía en la pasiva audiencia la totalidad del mensaje unilineal, posteriormente se tomaron unas posturas menos apocalípticas donde la audiencia tenían un grado de reflexión. Desde estudios que tenían una concepción mecanicista del estímulo-respuesta con una masa homogénea de individuos anónimos, a estudios que comenzaron a preguntarse en vez de ¿Qué hace el medio con la persona? Ir a ¿Qué hace la persona con el medio? Así encontramos quienes hicieron desplazamientos del proceso de decodificación del mensaje al análisis del consumo, del mensaje como estructura ideológica a la recepción crítica (Barbero, 2000). La lección entre la tensión medio mensaje y lectura audiencia no está tanto en la postura definitiva sino en los tránsitos que pueden darse en un contexto particular. Tal vez en la consolidación del cibermedio recaigamos en la posición de omnipotencia del medio sobre

la audiencia, ignorando procesos de negociación y mediación que se mantengan o recreen entre los jóvenes; pero no podemos ser ingenuos en pensar que la libertad reflexiva no disminuya en aras de consolidar un modelo hegemónico.

La eficacia en los medios masivos de la comunicación, más allá de la acción hipnótica que le atribuimos o la dinamización comercial que se impone en la producción, se debe a su capacidad de estar a tono con una cultura somática, de sintonizar la tendencia de culto al cuerpo que prosperó a la sombra del debilitamiento de las instituciones adultocéntricas (Gómez y González, 2003:20). Lo corporal como centro de atención tiene expresión en la web, tanto medios masivos e industrias culturales, presentan el cuerpo con cierta estética, imágenes que determinan una forma de entender lo corporal desde lo cibernético, un cuerpo moldeado por la cultura light y el culto a los fitness.

Por otro lado mientras la escuela pide atención completa, internet como medio de comunicación masivo tiene gran capacidad de seducción, por la simulación sensorial de la realidad y comunicación sin algún tipo de esfuerzo (Castells, 1997:365). La mediación tecnológica frente al ordenador pone al cuerpo en una actitud de simulación y de interconexión con un constante flujo de informaciones. Pero a pesar de la inmensidad de contenidos y mensajes, dentro las prácticas de entretenimiento en la web se induce un modelo cognitivo común (Castells, 1997:404). Las limitaciones nuevamente no las establece el medio sino el mismo usuario. Tener acceso a la información no significa que su consulta sea efectiva o que no sea superficial. En la inmensidad de la información, se navega en aguas poco profundas porque se desconocen nuevas rutas. En la web se ofrece la posibilidad de establecer una propia programación, junto con el multitasking (Fernandez, 2008:93) entendido como capacidad de navegación diversa simultánea, estar en un mismo momento haciendo varias actividades desplegando diferentes páginas.

Esta posibilidad de unir los contenidos de medios de comunicación, con la posibilidad de establecer lecturas o programaciones propias, Construye una nueva relación medio – audiencia. Así en la actualidad aparece el “prosumidor” un prototipo de relación que establecen los usuarios con los productos mediáticos con creciente autonomía y capacidad de adoptar la oferta a la demanda (Urresti, 2008:54). Es una audiencia que puede ser pasiva en la producción y activa en la recepción de información en la medida que escoge no sólo qué sino cuando. Sin desconocer que también el usuario tenga

pequeños pinitos en la producción de piezas comunicativas que comienzan a colgar en la web.

Desde otra perspectiva, nuestras sociedades atraviesan por formas de producción económica donde la industria cultural viene en aumento respaldada por un mayor crecimiento económico. Como esfera económica globalizada su producción en el proceso de elaboraciones cada vez más automatizada e informatizada, con más rentabilidad pero implica prescindir de una cantidad mayor de mano de obra. El desarrollo del entretenimiento ha motivado la acumulación del capital en grandes conglomerados como empresas multinacionales. La triada industria cultural, medios masivos y nuevas tecnologías recomponen las ofertas recreativas y de esparcimiento del entretenimiento.

La unión entre industria cultural y medio de comunicación tiene una misma historia: la sociedad de masas. Dentro de las ciencias sociales las investigaciones sobre las industrias culturales han analizado varias dimensiones como su estructura empresarial, el poder ideológico, el impacto sobre el consumo y los cambios relacionados con la conciencia social. La historia de este término está relacionada con las producciones teóricas de la Escuela de Frankfurt, en especial los grandes filósofos Adorno y Horkheimer vieron en su época como aquello artístico cultural ya no era un bien simbólico bajo control político y religioso, sino que tenía un mayor dinamismo con el mercado y al tiempo era percibido como un mecanismo eficaz de control social de la sociedad de masas. Su determinación por la estructura manifestaba una preocupación por el otro fenómeno que asociaban a la masa: el nazismo. Sin embargo los procesos de subjetivación de los individuos y las relaciones que ellos establecen hacen que la masa no sea un estado constante sino que se dé en determinadas situaciones. Pero incluso para quien aboga por tener en cuenta siempre la mediación, reconoce la existencia de la masa como fenómeno psicológico donde el individuo está atado a un alma colectiva que lo lleva a comportarse de manera diferente como lo hiciera cada individuo (Barbero, 1987:35). La raíz de este planteamiento se fundamenta en el pensamiento clásico de Durkheim de la conciencia colectiva como una cosa que no es la sumatoria de las conciencias individuales.

La definición de industria cultural indica los procesos donde la cultura como bien simbólico se transforma en mercancía, y se produce como otra mercancía más en el mundo de mercado. Desde entonces no se puede hablar de la creación cultural, sin tener

en cuenta las lógicas de producción (Barbero, 2000:14). La misma UNESCO entiende la industria cultural como un proceso donde la materia prima es una creación protegida por el derecho de autor. El acelerado crecimiento económico de la industria cultural hace que se configure con mayor fuerza una cadena monopólica cada vez fruto de la compra de sus franquicias, donde se le ofrece a la vez al consumidor la relación directa entre productos, pro ejemplo que el artista musical tenga una cadena de perfumes o ropa. Pero a pesar del acelerado desarrollo tecnológico y el impacto mundial, por más globales que sean la rentabilidad de las industrias del entretenimiento como industria cultural dependen del consumo local (Yúdice, 1999:124). El consumo cultural es entendido como el conjunto de procesos sociales donde se realizan apropiación y usos de productos (Canclini, 1995:42-43). Ese acceso a la producción de bienes simbólicos son a la vez signos sociales de status social, también es una comunicación como consumo que denota la imposibilidad que otros tengan acceso a ese consumo cultural o la exclusividad del original. En el ritmo del mercado cultural se debe reconocer que la dinámica de compra va más allá de la satisfacción de necesidades (Muñoz, 2000:59). Dentro de la esfera del consumo también hay bienes simbólicos considerados de lujo ya sea por su edición o porque en eventos y servicios demarcan preferencia respecto a los demás. Además de construir una distinción de la que muchos están excluidos, hay que advertir que el lujo más que significar poseer lo escaso, es un espíritu de gasto que históricamente se vinculó con la fabricación de bienes de elevado coste (Lipovetsky y Roux, 2004:23). Así en las industrias culturales el lujo está relacionado independiente de una gran producción de bienes simbólicos, en el exagerado costo que puede implicar su uso o apropiación. Es interesante observar que el crecimiento de la industria cultural ha estado ligado el surgimiento de los fenómenos de piratería, quizás la manera en que los sectores populares pueden acceder a esa producción de bienes simbólicos de la industria cultural. Una gran paradoja, el mismo desarrollo tecnológico que permitió fortalecer los oligopolios de la industria cultural, también permite la fabricación de piezas sin pagar a su creador o productor en un mercado negro dentro de la informalidad.

Dentro del análisis cultural del consumo como lenguaje, la perspectiva del estructuralismo semiótico de unificar fenómenos en textos, reglas generales, una suerte de sintaxis inconsciente subyacente, encontramos a Baudrillard que ve en la actual forma capitalista un sistema dominante que monopoliza los sentidos de lo social, llegando incluso a señalar que el impulso del consumo está en la manipulación de signos

promovida por la publicidad (Baudrillard, 2009:13). Aunque descuidó el análisis materialista de necesidades y funcionalidad que tienen los objetos mismos como lo son las tecnologías por ejemplo. Señala como la publicidad es promotora de necesidades imaginarias para el consumidor, la misma oferta y demanda centra su mensaje en la marca y crea un mercado de consumidores de marca. También la industria cultural tiene una íntima relación con la moda que es el ritmo del consumo que establece los límites de lo que está en boga y goza de popularidad. Estos ritmos son impulsados por la publicidad, otra esfera de la realidad de los medios de masa, donde su finalidad es clara pero oculta los medios que utiliza.

Las industrias culturales están relacionadas directamente con la construcción de identidad, en anteriores décadas generaron la construcción de nación y de sentimiento de identidad latinoamericana entre los pueblos. Hoy tienden en un proceso totalmente contrario a desnacionalizar y deslatinoamericanizar (Barbero, 2000:19). Esa dinámica se debe a que las identidades no deben ser entendidas como procesos definitivos y estáticos sino siempre continuos y permanentes.

En primer lugar hay que decir que Facebook se globalizó rápidamente llegando a muchos partes del mundo, generando prácticas similares hasta en los rincones urbanos como el suroriente de la ciudad de Bogotá. Cada vez más el lazo social está entrelazado por las redes comunicacionales y los flujos informacionales (Barbero, 1998:47). Quizás somos subdesarrollados en la producción endógena para los medios electrónicos, pero no en el consumo de los mismos (Canclini, 1995:26). Claro que todo consumo se hace desde un contexto cultural, y por lo tanto tiene sus particularidades. En este sentido la globalización corre pareja a la localización, la gente quiere ver desde lo mundial hasta la vida del barrio o el colegio. A pesar que las redes sociales han permitido la posibilidad de lograr una conexión en una misma página a una infinidad de posibilidades de relaciones sociales para aumentar el capital social de los jóvenes, estas están determinadas por unos conocimientos previos o referenciados por terceros cercanos para que haya una interacción constante. Entre la gran cantidad de amigos y amigas, solo con un grupo me comunico frecuentemente, una cosa es la posibilidad que el artefacto proporciona su conexión tecnológica y otra muy distinta su apropiación.

Conviene señalar que los cambios del proceso globalizador no son iguales en todas las latitudes, la relación con los contextos locales también incide en procesos de

resginificación o creación de significados. La glocalidad es la forma como esta tensión cobra forma para condensarse en una expresión cultural. ¿Qué tan ciborg podemos señalar a esa subjetividad juvenil del campo urbano popular del suroriente? Acertado o no llamar nativos digitales, no dice mucho de los procesos de cristalización cultural. Ante las actuales identidades transterritoriales y multilingüísticas (Canclini, 1995:14) atenúa más la hibridación ontológica entre máquina y organismo, pues el primer hecho a constatar en el tiempo libre, navegar por medio de un computador es una actividad frecuente y prolongada.

Estos mismos jóvenes que identificamos como generación @ viven en condiciones sociales desfavorables que inciden por ejemplo que sean excluidos del acceso pleno a las nuevas tecnologías, al existir una estratificación que restringe la elección y acceso del multimedia. Ser de la periferia es una realidad en las lomas de la localidad de San Cristóbal, lo vivo cada día que atraviesa mi ser y estar. La globalización corre pareja con un escenario desigual, el lugar dado por el actual orden ubican a los jóvenes del suroriente en una condición marginal y de exclusión. La paradoja para este sector juvenil que navega en el máximo escenario del proceso globalizador cultural que es internet, pero viven al mismo tiempo la exclusión como la gran mayoría de personas ubicadas en la periferia en un orden social que establece el sistema mundo capitalista.

La carencia de un computador o su acceso a la red determina que sean limitadas las navegaciones por Internet, así como el capital cultural que se posea catalogaría dos tipos de clasificaciones entre los cibernautas: interactuantes quienes pueden seleccionar sus propios circuitos multidireccionales, e interactuados que no salen de paquetes previamente conformados. (Castells, 1997:404). Precisamente el uso de Facebook nos permite evidenciar ese tipo de clasificaciones en la actividad de tiempo libre entre los jóvenes del campo urbano popular de San Cristóbal.

La construcción del ciborg, está relacionada como cualquier construcción de identidad juvenil anterior, al sector social que pertenece. No se desconoce el impacto de las nuevas tecnologías, pero éste se hace dentro de un orden social globalizado, luego no se puede señalar que la diferencia sólo es generacional o etaria también es económica. Las particularidades de los usos que desde San Cristóbal se generan contribuyen a develar la tensionalidad entre lo global y lo local. Hay muchas singularidades en el que a partir de Facebook se expresan las condiciones sociales propias de la localidad entre jóvenes como las barras bravas y el uso masificado del microfútbol en los barrios populares.

1.2 Mundo juvenil: tránsitos por las expresiones culturales

1.2.1 La adolescencia en la condición del joven

La noción de adolescencia en su sentido más biológico implica el ciclo vital de un período de cambios físicos y psicológicos de la persona que inciden en la personalidad y un mayor desarrollo en su vida social, una etapa en la actualidad se inicia más tempranamente. Con la noción de joven ya no sólo es una atribución a las personas en el tiempo sino una manera de representarlas en la historia.

El término tal como lo conocemos surge históricamente hacia los siglos XVIII y XIX, es importante aclarar que es una construcción cultural de occidente. En el campo de las ciencias sociales a comienzos del siglo XX dos eran las discusiones que determinarían la forma epistemológica de abordar los iníciales estudios sobre jóvenes. La primera establecía la relación entre naturaleza y cultura en las sociedades primitivas que influían a su vez en formas de comprensión de la sociabilidad de nuevas generaciones consideradas en un proceso de maduración civilizatorio. Seguida por otra que buscaba explicar aquellas conductas y comportamientos desviados en las sociedades urbanas. Estas primeras investigaciones fuertemente influenciadas por el estructuralismo y positivismo, derivaron rápidamente en la concepción del joven como prematuro, primitivo y potencialmente delincuencial. Estas ideas siguen todavía rondando entre las políticas públicas y los programas institucionales permeados por ciertos discursos que hacían énfasis en los sujetos juveniles como potencialmente anómicos. A pesar de ser válida la denotación para calificar las formas colectivas y las actitudes de los jóvenes como nativos del presente (Margulis y Urresti, 1998:4-5) para describir la actitud de las nuevas generaciones en estos tiempos, ella no deja de estar cargada ideológicamente por el sesgo civilizador con respecto al subalterno etario. Todos somos nativos del tiempo, donde nuestro ser y la manera de estar también se orienta sobre un pasado que aconteció y el futuro que se proyecta. Vivir el presente es una actitud que no se limita al sector juvenil, cómo se asuma determina la condición entre las generaciones y a su vez las situaciones que se vivan expresaría los sectores de clase a las que pertenecen.

Con el nacimiento de los Cultural Studies en la Escuela de Birmingham, constituida por una corriente heterodoxa frente al marxismo británico, profesores e investigadores de la

talla de Raymond Williams y Edward Thompson se interesaron por expresiones culturales que se podían denominar popular. Se diferenciaba de las demás corrientes porque comprendían las culturas utilizando el interaccionismo simbólico, el estructuralismo, la semiótica, la literatura, la contracultura y el marxismo cultural (Feixa, 1998:72-73) permitiéndonos nuevos análisis acordes a los procesos culturales que vivían principalmente con el crecimiento de las ciudades modernas. La Escuela Birmingham descubrió en el surgimiento de expresiones juveniles en la Gran Bretaña de los años cincuenta, modos de ser y comunicar que no se orientaban por factores etarios sino condicionados a la clase social como factor explicativo del surgimiento de las subculturas juveniles. Y en considerar que era el tiempo libre y no la delincuencia el ámbito expresivo de las mismas (Cubides, 1998:87). Así las identificaciones grupales entre jóvenes de sectores populares por los usos de las tecnologías para interacciones mediadas por el computador pasan por actividades enmarcadas en el tiempo libre. Fueron estos estudios sobre jóvenes lo que impulsó y dinamizó los estudios culturales como posible disciplina no disciplinar, en ese sentido los estudios sobre jóvenes están históricamente en el campo de los estudios culturales. Uno de los estudios clásicos de esta corriente comprende que la cultura de la fábrica en la industria británica de los años 70's descansa en la misma unidad organizacional fundamental que la cultura contraescolar (Willis, 1998:68). Su enseñanza nos lleva al planteamiento que las identidades juveniles por ende sus formas de comprender lo que es divertido o entretenido parte de las condiciones sociales en que viven.

Los estudios culturales de corrientes más latinoamericanas comenzaron a enfrentarse con el arraigo de tendencias académicas que simplemente catalogaban a las jóvenes entre consumistas, contestatarios y delincuentes. Y trazaron una ruta de estudios sin enmarcarlos con un campo transdisciplinar de investigación cultural. La disputa contra el paradigma eurocéntrico que sometía el conocimiento de la otredad a unas relaciones de colonialidad en visiones totalizantes, hizo que se profundizará sobre el giro epistemológico permitiendo sensibilizar a la academia de la existencia de múltiples subalternidades como las étnicas contra afros e indígenas, en las relaciones de género por el sometimiento del poder patriarcal. También hay una subalternidad desde el mundo adulto institucionalizado contra el construido por los jóvenes. Al otro se le dice qué hacer, se construyen discursos disciplinarios dirigidos para castigar, moldear o construir mentes y cuerpos. La diferencia con respecto a las demás subalternidades, ésta es

evidentemente transitoria por la edad (Feixa, 1998:85). Al transcurrir el tiempo, las generaciones al envejecer catalogan a sus predecesores ejerciendo poder y sometiendo al mundo disciplinar adultocéntrico institucionalizado. ¿Quién puede hablar por el subalterno? Es una reflexión sobre la construcción de sentido entre jóvenes que quiere escapar de una catalogación impuesta por incapacidad reflexiva de los mismos, al contrario tienen mucho que decir sobre nuevos fenómenos sociales que como adultos desconocemos. Por ejemplo navegar en internet no puede estar bajo la percepción de los padres como una actividad pasiva de entretenimiento al creer que sólo se está sentado solo frente a un computador encerrado en el cuarto.

1.2.2 Construcción juvenil de la cultura

Hasta donde se conoce es común encontrar una asociación entre adolescencia y juventud, algunos tienden a asumir la primera más como una parte de la segunda; de cierto modo, juventud tendería a ser una noción más amplia e integraría otros aspectos más allá de los cambios físicos y psíquicos (Serrano, 1998:283), pero es necesario reconocer que en la adolescencia hay un desarrollo inicial de la personalidad y agenciamiento social. Se define adolescencia como un período de transición entre la infancia y la adultez que implica cambios biológicos, cognitivos y socioemocionales (Santrock, 2004:14). Estos niños jóvenes y futuros jóvenes adultos son población que dejará ver las tendencias de este nuevo milenio en cuanto a procesos de comunicación tecnológica se refiere.

Conceptualmente al momento de acercarse al mundo juvenil se pueden ubicar en dos grandes conjuntos clasificatorios que abordan elementos bien distintos (Feixa, 1998:11). Uno relacionado con aquellos sujetos sociales identificados como jóvenes que construyen cultura, y por otro lado aquellas imágenes culturales que asigna la sociedad sobre esos sujetos sociales. Ambas están íntimamente ligadas, marcan los movimientos de las identidades que son procesos nunca estáticos cuyos ritmos surgen de las tensiones que se van conformando, entre interrelación de las fuerzas por el control ejercidas por instituciones del poder adulto y las resistencias por parte de las nuevas generaciones resignificando o subvirtiendo un orden simbólico. Inicialmente se había establecido tres distinciones vigentes, identificar jóvenes como sujetos sociales, juventudes como las identidades que construyen o se les asignan a esos sujetos y la juvenilización como estética mediática que busca borrar el paso del tiempo sobre los

cuerpos (Serrano, 1998:250). Sin embargo dado que la juvenalización también es la construcción de juventud, para los no jóvenes, ésta se incluye en el conjunto de las imágenes culturales de las dos clasificaciones señalado por Feixa como lo que quiere parecer y se identifica como juvenil.

La construcción juvenil de la cultura se refiere al mundo de significados y significaciones construido por y entre jóvenes, múltiples formas mediante los cuales participan en los procesos de creación y circulación cultural en un campo social. Construcciones de sentido que surgen a partir de condiciones de vida expresadas colectivamente (Feixa, 1998:11). En el mundo de la vida, el sujeto comienza a construir significados compartidos, especialmente con aquellos a quienes considera como pares. Esa expresión de signos y símbolos cambia conforme al tiempo, sus tránsitos y transiciones implican para el sujeto un estar envejeciendo juntos, compartir con otros sujetos esa experiencia de envejecer, construye un nosotros con respecto a las referencias de unos sucesores y antecesores. Allí se desprenden las generaciones como comunidades etarias y cristalizaciones de periodos históricos. Ser joven desde esta óptica partiría de la experiencia en un momento de la vida determinado por un transcurrir del tiempo. Toda esta propuesta comprensiva sería criticada por culturalista, si no fuera por contemplar que ese mundo cultural tiene un sustento en las condiciones materiales en las que se viven. Así se permite entender que las relaciones entre cultura y condiciones sociales de los jóvenes tienen un sustrato en los modos de producción económica de sus familias en el proceso histórico de conformación de los barrios populares para nuestra investigación. Para algunos referirse a condiciones sociales va más ligado al conjunto de normas e instituciones de comportamiento (Feixa, 1998:15) que sumados a las condiciones de existencia determinan el modo de vivir de las personas. Pero lo importante además de aclarar que hay unas condiciones materiales que inciden en los procesos de significación y expresión cultural, es señalar que desde esta óptica se ven a los jóvenes como sujetos portadores y productores de cultura (Serrano, 1998:296). Aunque arrojar rangos de edades poco sirve en la noción juvenil ya que por la cultura y su expresión en la historia, la determinación de la edad como joven puede verse expandida o estrecha según la sociedad y el tiempo donde viva. En general si tomamos la experiencia del sujeto junto con las condiciones sociales en donde vive, podríamos decir que la juventud sería el período de tiempo o lapso que media la madurez física y la madurez social (Margulis y Urresti, 1998:6). En el caso particular es un periodo que por el sector social

es truncado a temprana edad, la necesidad de trabajar o asumir el cuidado de hijos impide prolongar una condición juvenil.

Si la identidad es un proceso móvil y lleno de mixturas, es conveniente entonces hablar de identificaciones que como seres humanos tenemos con respecto al mundo cultural que constituye nuestra personalidad y el modo de significar la vida. En el caso de la juventud contemplar la identidad en relación con las condiciones sociales implica entender las identidades como elementos estructurales por ejemplo desde el género, la clase, etnia, el territorio y la generación. (Feixa, 1998). Dimensiones que nos aterrizan porque hablar de jóvenes sólo se puede hacer en contextos particulares, así el contenido que implica a primera vista aquella que es tan solo una palabra, para reconocer el significado del ser joven está ligado a una época y un contexto social.

Dentro de los factores estructurales tenemos al género en dos sentidos: en el plano de las identidades y orientaciones sexuales que así con un sustrato biológico, tienen un desarrollo en lo cultural no sólo en su conformación sino en los marcos de definición entre femenino y masculino, o homosexual y heterosexualidad. Pero también porque las estructuras patriarcales que aún se mantienen, establecen determinados tipos de relaciones entre mujeres y hombres. En lo indagado sobre estudios en jóvenes con perspectiva de género es innegable la alta condición de maternidad entre las clases populares de las mujeres jóvenes (Margulis y Urresti, 1998:13). En indicadores, San Cristóbal es una de las cinco localidades con mayor número de madres entre los 10 y 14 años y con mayor número de nacimientos con madres adolescentes. Está entre las tres localidades con tasas más altas de fecundidad entre mujeres de 15 a 19 años, donde se presentaron más de 100 nacimientos por cada mil mujeres en ese rango de edad (Alcaldía, 2003:77). También lo confirma la alta demanda que tiene proyectos como *Madres gestantes* de la Secretaria de Distrital de Integración Social que en la localidad atiende a esta población en el proceso de gestación y lactancia materna en adolescentes. Este crecimiento acelerado puede llevar a pensar como una mentalidad o visión de mundo que naturalice la maternidad como una realización personal.

Uno de los factores estructurales en las identidades de jóvenes es pertenecer a una generación, la construcción de insignias que van predisponer el cuerpo y aquellas que porto, como formas de comunicar mi personalidad, pero por más diversidad de significaciones que haya en un sector, habrá un perfil hegemónico (Feixa, 1998:88). La

cultura está muy vinculada a lo juvenil, se recrea fuertemente en las formas de expresión, procesos de resignificación o nuevos significados que las generaciones van aportando al campo cultural. El vínculo entre cultura y juventud está ligado en la identidad, ésta se construye en una época en que se socializa con los demás lo cual configura, una forma de entender la realidad a partir de la experiencia histórica. Las generaciones suponen determinados momentos de mayor identificación, estableciendo diferencias con los antecesores y predecesores, esta cierta memoria social supone vivencias que conceden a cada grupo un matiz especial estableciendo el cambio de generaciones por el envejecimiento como experiencia vital de los sujetos.

1.2.3 Construcción social de la juventud

Este proceso se da en un tiempo y un espacio determinado con los actores sociales que allí intervienen. Al construir sentido colectivamente también el sujeto se deja permear de ciertas imágenes que se le imponen como opciones válidas o deseables para ser y estar en el mundo, tipificaciones y estereotipos con que clasifica la sociedad. Estos signos visibles de identificación y diferenciación recaen en la ropa, el cuerpo, expresiones por el territorio y modos de expresar. Es el peso de estas imágenes que hace de la condición juvenil también una representación (Valenzuela, 1998:43), es decir formas mediante las cuales cada sociedad moldea la manera de ser joven. También son imágenes culturales de valores, atributos y ritos que designan sobre lo juvenil (Feixa, 1998:18) ellos constituyen atributos expresados por medio de símbolos y estilos. Se convierten en referentes claves para guiar los movimientos de identidad llegando a conjugarse en estilos determinados. Los estilos son organizaciones activas de objetos con actividades y valores que producen y organizan una identidad de grupo (Feixa, 1998:96). Entonces los estilos además de construir identidad del grupo y dar elementos que los diferencian de los demás, por elaboraciones de la cultura pueden convertirse en imágenes paradigmáticas o esquemas mentales con las que se clasifica la diversidad de los jóvenes. Sin embargo vivimos en una época cultural de hibridez, no existen solamente identidades puras, las misturas hacen de las generalidades de las constelaciones culturales, en las mismas expresiones culturales del campo juvenil del suroriente, se evidencia en el gusto por diferentes géneros musicales fusión, este eclecticismo del consumo cultural masivo proporciona diferentes exploraciones de la personalidad y su imagen social, una moda plural pero como de consumo masivo cultural sigue determinada por el mercado.

Qué tan exacta puede ser la descripción de la imagen cultural construida por los jóvenes, eso depende de las particularidades del campo urbano popular. Un complejo panorama donde las identidades móviles, efímeras y cambiantes se sintonizan con las condiciones actuales de pertenecer a barrios populares, pero cuyas expectativas juveniles responden a las sociedades contemporáneas dadas por la fugacidad de estilos y estéticas movidas por el capitalismo moderno. La conformación de las industrias culturales generó este ritmo acelerado del mercado de signos que por moda de estilos y estéticas tienen un tiempo corto al presentarse como exclusividad y morir al masificarse. La novedad se hace cada vez más breve acompañada por una inestabilidad de las formas. A pesar de las condiciones de marginalidad, jóvenes buscan alternativas para el consumo cultural sea mercancías de segunda como pueden ser celulares o la imitación de las prendas de vestir de marca.

En la construcción cultural de juventud, la dinámica del mercado de los signos que promueven las industrias culturales; vía en el *arte de persuadir* que se convierte la publicidad, tiene un nicho de lo que debe ser joven independiente de la edad. Los adultos y hasta los ancianos imitan y sueñan obsesivamente en ser como, parecerse a, los jóvenes (Cubides, 1998:31). En ese mercado cultural lo juvenil, aquello con lo que se identifican los mismos jóvenes y a lo que aspiran los no jóvenes genera imágenes y formas de ser (Serrano, 1998:282). Estas imágenes culturales que se ponen de moda se conocen como juvenilización (Feixa, 1998:41-42). Constituyen una cultura donde predomina la imagen a través de lenguajes hegemónicos de la sociedad de consumo (Margulis y Urresti, 1998:15). En el mercado actual del capitalismo contemporáneo que compra y vende signos que denotan un cuerpo y espíritu juvenil, que generaciones de adultos adquieren para portar un signo de juventud. Así la sociedad configura nuevos lugares de culto al cuerpo como los gimnasios o a la imagen personal como en las redes sociales.

Los procesos de identificación que influyen fuertemente en jóvenes están en el tiempo libre, o espacios intersticiales de la vida institucional (Feixa, 1998:84). De hecho se puede definir como jóvenes aquellos sujetos que gozan de un plus de tiempo, un excedente temporal mayor a las generaciones mayores coexistentes. (Margulis y Urresti, 1998:10). Esta estética mass mediática se cruza con formas de diversión y entretenimiento que se ofrece para todo el mundo, ofertas para el tiempo libre y formas de ocio en sectores sociales no exclusivamente de jóvenes. Claro ejemplo puede ser la

gran demanda de videojuegos, pero para nuestro interés el uso de Facebook donde son coincidentes algunas formas de utilización por parte de adultos jóvenes y niños.

1.2.4 Joven del campo urbano popular

Una variable entre identidad y clase en el mundo juvenil es la relación con la cultura parental, entendida como conjunto de interacciones cotidianas entre miembros de distintas generaciones, un espacio de encuentro con otredades que comparten un mismo territorio y unas condiciones sociales similares. Expresa el sector de clase al que pertenecen, en las que al interior se desarrollan culturas de edad que constituyen subconjuntos (Feixa, 2000:79). Es decir que es una población que pertenece al **campo urbano popular**, este desarrollo conceptual a partir de la definición teórica del sociólogo francés Pierre Bourdieu sobre su concepto de campo como red de relaciones objetivas entre personas, acompañada por dos adjetivos de procesos uno histórico y otro cultural. La cultura urbano popular es definida como el espacio social construido desde las zonas urbanas mayoritariamente subalternas, pero donde la condición de clase tiene mixturas debido al proceso de desproletarización o inexistencia de la misma, que da paso al sincretismo cultural (Jaramillo, 1998). Entre lo folklórico, marginal, periférico, mediático y masivo es un contexto en donde el joven urbano popular se adscribe a ese campo conflictivo (Jaramillo, 1998:149). Lo popular llega a ser una condición difícil de tipificar en una sola categoría, más bien lo que se puede señalar es qué tan marginal, folklórico, subalterno, masivo es ese contexto popular que queremos analizar. En el mundo cultural el sincretismo hace significativo estar con el parche y parchar con los demás (Jaramillo, 1998:202). Estas coordenadas de cómo definir lo popular nos lleva a un caleidoscopio de expresiones sociales de estos sectores que además de diversos llegan a ser contradictorios. Sin embargo la utilidad del concepto está en precisar cómo puede ser ese escenario social que el joven tiene como contexto inmediato.

El territorio es otro factor importante en la construcción de identidad local, en el caso de San Cristóbal significa para dos terceras partes de la localidad vivir en la loma. No es sólo el hecho de las empinadas calles sino la percepción de la ciudad lejana céntrica. Para el análisis sobre el territorio es más afortunado hablar de suroriente ya que no se limita a la distribución administrativa por localidades ni UPZ's, sino la construcción de significaciones y relaciones con los espacios y lugares. La concentración y expansión geográfica de la ciudad hace surgir una relación centro-periferia (Harvey, 2007:265) que

también se expresa una relación de orden mundial. Así el suroriente de la ciudad en su ubicación más extrema periférica se encuentra San Cristóbal.

La historia de los sectores urbanos populares del suroriente comienza con el inicio del siglo XX. A pesar de tener asentamientos casi urbanos hacia 1890, el proceso de urbanización se dio aceleradamente desde 1940, con la llegada de poblaciones de origen campesino procedente de Tolima, Boyacá, Santander y municipios de todo Cundinamarca. Esa identidad campesina hizo posible la convivencia en los cerros surorientales a pesar de las adversidades climáticas, así como la ausencia de equipamientos urbanísticos y servicios públicos. Lograr la satisfacción de esas necesidades movilizó las comunidades y organizó la vida del barrio, junto con las jornadas de autoconstrucción o acciones conjuntas se creó un sentimiento de cuadra y vecindario que aún todavía se mantiene en las generaciones fundadoras. Nuevos habitantes ya urbanos han crecido en el territorio, han resignificado los espacios y la manera de habitar en ellos. Historia de la localidad es la historia de las diferentes generaciones que la habitan. Lo innovador que se introduce actualmente es que se hace marcada una desterritorialización por el desarrollo de las nuevas tecnologías como espacio de interacción y construcción de identidad. Los procesos de construcción de subjetividad en el presente siglo de las nuevas generaciones marcan diferencias generacionales, en este escenario globalizado el uso de las tecnologías traza entre quienes acceden y aquellas que no, una brecha digital ya sea por desconocimiento del uso o carencia en el acceso.

Los hombres y mujeres jóvenes que viven en San Cristóbal, lo hacen en condiciones desfavorables como en la mayoría de barrios populares de la ciudad de Bogotá. Los indicadores sociales que se tienen más recientes a partir de cifras recogidas y proyecciones señalan que el universo total juvenil en San Cristóbal representa el 5,3 del distrito y dentro de la localidad compone el 26% (Alcaldía, 2004:11). Cantidad que no va a disminuir si se tiene en cuenta la población menor de 15 años creciente que desbordan la oferta institucional para la inclusión social. Desde hace más de cuatro años laboro como funcionario de la Secretaría de Integración Social con poblaciones juveniles, puedo constatar de primera mano las dificultades que se viven en todos los barrios. El hacinamiento de las familias en la localidad es el indicador que más pesa en índice NBI, que sirve para medir la pobreza estructural, es decir que será muy difícil salir de ella. Junto con la localidad de Usme, San Cristóbal tiene los mayores índices de pobreza y miseria

entre los jóvenes de todo el Distrito. A pesar de las medidas de restitución de derechos de las últimas administraciones especialmente promoción en educación y seguridad alimentaria, en el proyecto de comedores el total de población atendida es de 10.000 personas mayoritariamente niños y jóvenes en los 37 comedores. Es probable que las cifras ya no sean el 70% bajo línea de pobreza y un 40% del total en miseria, pero sin el asistencialismo estatal éste sería más creciente. En todo caso la tasa de desempleo juvenil local sigue siendo mucho más alta que la tasa general de desempleo de la ciudad. Oferta laboral es muy escasa, incluso para quienes tienen formación técnica y tecnológica.

Culturalmente hablando esa situación significa que la adscripción a un sector de lo popular marginal se expone al cuerpo a condiciones adversas. La corporalidad es importante no sólo porque implica ser el primer territorio del sujeto, sino porque es una de las condiciones a partir de las que se construye un imperante de un moldeamiento mediático del ser. Esa situación señala un desgaste del cuerpo más acelerado en los sectores populares a diferencia de la estilización de sectores medios o altos. También significa al mismo tiempo que la imposibilidad de un trabajo estable influye en la capacidad de compra de las ofertas de consumo. Si el cuerpo es lo importante para representar la vitalidad, la manera de como éste se disponga y los accesorios que porte, hacen que el look se asocie con sectores que tienen acceso a ciertas ofertas del mercado (Serrano, 1998:281). Eso impacta las expectativas de los jóvenes respecto a sus formas de vestir o presentarse ante los demás.

El escenario por excelencia de socialización juvenil es la calle, allí hay una ausencia del mundo adulto y los jóvenes tienen una mayor autonomía para construir un orden social entre pares fuera de las instituciones. La calle entre atractiva y peligrosa es el telón para la interacción entre los jóvenes del suroriente. Atractiva porque es pasar la frontera del portón familiar y comenzar a llevar una vida pública más amplia, atrayente porque el sujeto se presenta en la vida social. Pero peligrosa porque el delito como una expresión de la exclusión social o la represión como respuesta estigmatizadora hacen que se conviertan en víctimas o/y victimarios. Si bien no podemos decir que el delito vaya ligado a una clase social, éste es el que mayor preocupación en la conciencia de las comunidades, esto genera unos cinturones de represión para generar en otras zonas más céntricas un ambiente de constante vigilancia y seguridad. Así la calle se vuelve prohibida y más cuando es en la noche el tiempo de encuentro y esparcimiento juvenil.

No hay que ir atrás para saber que en varias ocasiones las localidades del suroriente de Bogotá han sido escenario de amenazas, ejecuciones y asesinatos extrajudiciales. Las identidades de proscritos surgen entre el contexto del delito y el castigo (Valenzuela, 1998:45), la estigmatización de sectores populares legitima el abuso de la autoridad, la represión del Estado y otros actores. Un plan similar de libertad que puede representar la cultura de nocturnidad está la navegación virtual, alternativa de encuentro para procurar una forma de surfear la vida.

Al hablar por el sujeto urbano popular desde mi experiencia al recorrer las calles del suroriente como promotor, recreacionista y dinamizador con pequeños grupos y en eventos masivos vinculado como servidor público en las localidades de San Cristóbal, Tunjuelito y Ciudad Bolívar. Hace entender el campo urbano popular como prisma cultural para entender los diferentes posicionamientos de los habitantes que viven la experiencia urbana en la periferia. Un proceso histórico de consolidación de sectores populares, fruto de diferentes generaciones quienes llegan del campo a poblar la localidad, sus hijos que crecieron en la localidad, los jóvenes de los noventa como lo comprueba un estudio promovido por el Observatorio de Cultura (Rodríguez, 1998). Como población de sector de clase subalterna expresa una imposibilidad económica que limita el acceso a ofertas recreativas, como sector marginal sufren el conflicto y peligro de la calle en especial por la noche, como masa expresa la contradicción de la industria cultural por el desprecio al espectador como individuo anónimo, como sector popular tiene costumbres y tradiciones que contienen las raíces de un sentido folklórico. Ante la dificultad en situaciones desfavorables, se ven excluidos para desarrollar actividades de parche y acceder a la satisfacción de gustos caprichos y deseos; pero no se afligen pues a su manera siempre están con la expectativa de vivir grandes emociones tratando de hacer planes para pasarla bien con sus amigos, incluye así la habilidad de surfear el ritmo de la vida de la calle: una subversión simbólica que quiere romper todo orden institucional pero no cuestiona el orden social y económico vigente.

1.3 El acento cultural en la construcción compartida del significado

La cultura es la unidad entre el mundo de lo simbólico, como condensación de significados en la capacidad expresiva del signo, junto con la producción y circulación de

significaciones que dotan de un sentido dentro de un orden. Sin embargo esta última parte asigno un papel más activo, pues no todo significado cultural está contenido en su expresión material o en el signo, sino que la verdadera fuerza motora es el magma de significaciones que tiene un mayor elaboración que aquella que logra comunicarse. Existen sistemas compartidos de significaciones entre sí por sectores sociales que se convierten en marcos de referencia comunes para grupos y colectivos.

1.3.1 Cultura: dos caras de una misma moneda

Si el campo cultural es una composición del mundo de lo simbólico, partimos de la base de la existencia del signo como unidad de expresión, como aspecto simbólico-expresivo de la conducta humana. El signo no es una cosa o un nombre, es un concepto y una imagen acústica contenida, una huella psíquica, una representación que nos proporciona los sentidos, en últimas una imagen sensorial (Bally y Sechehaye, 1987:81). A pesar de la unidad el signo está compuesto por el significante en el plano de la expresión y el significado en el plano del contenido (Barthes, 1971:92). Unidad de partes inseparables como las caras de una misma moneda. Sin embargo el interés es centrar que esconde el significante. Construcciones de sentido que independientes a los signos se comportan como válidas para catalogar que algo sea divertido o entretenido. Es acercarse al contenido de las ideas que se materializan en formas de expresión pero que trascienden los signos y tienen mayores elaboraciones en la imaginación. Pero es necesaria la representación para poder comunicar esos contenidos. La representación a través del lenguaje es el proceso cultural para la producción de significados, por eso está ocupando un nuevo e importante lugar en el estudio de la cultura (Hall, 1997:15) por lo tanto la cultura es una producción e intercambio de significados entre los miembros de una sociedad (Sturken y Cartwright, 2001:3-4). La cultura como formas de representación de los significados, implica analizar que los significantes son tomados para suplir una ausencia “una forma de estar donde no hay”, ubicar algo que materialice la idea, algo que se pone en lugar de otra. Entonces los signos son presencia de muchas posibilidades de significados. Pues los símbolos o representaciones simbólicas proporcionan un importante impulso ordenador de lo social y las concepciones colectivas del mundo. En ese sentido la cultura es la capacidad de representar los significados construidos. Por eso se considera como estudios culturales a los esquemas compartidos donde se prefigura producción e intercambio de significados.

Dentro del campo de las ciencias sociales se utilizan diversos conceptos como imaginarios, ideologías, mentalidades, creencias, prácticas discursivas o representaciones sociales con el interés de abordar la dimensión de construcción de significados. En principio se parte de una base que a pesar de tener una manifestación material a partir de los signos, tienen un desarrollo mayor en sus procesos de significación.

Esto nos lleva a pensar que en la comunicación, a pesar de la circulación de información en la expresión e interpretación de signos, y por más asertiva que sea, existe la imposibilidad de entender fielmente al otro o hacerme comprender ante los demás. Aún más, por similares que sean los significados que expreso y aquellos con los que me comprenden, el hecho que la historia de vida, el desarrollo personal y las diferentes concepciones de mundo y de la vida pueden generar una polisemia de significados con el mismo signo, incluso con una misma palabra. La supremacía del significante sobre la red de significados no le quita la posibilidad que haya una forma de ordenar la diversidad de contenidos tras un signo, esa es la demostración que la teoría de representaciones sociales pretende aportarle a las investigaciones culturales. El concepto teórico a desarrollar busca centrar su atención en el magma de significación por medio de la expresión simbólica, es decir que el lenguaje se entiende como materialización del pensamiento abstracto. La lógica representativa no divide la cultura entre una brecha de signos y significados, sino trata de esforzar la mirada analítica para entender que la existencia de los significantes como materialización del mundo social se debe a la organización de significados. El mundo social de la representación es el espacio de los estilos de vida (Bourdieu, 1979:169). Así que la red social de Facebook como estilo de vida del cibernauta introduce en el campo urbano popular del suroriente nuevas representaciones de interactuar y entretenerse con los demás.

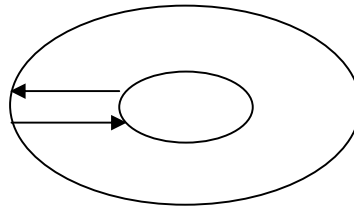
1.3.2 Representaciones sociales

Este concepto podría abarcar como genérico a las otras categorías mencionadas anteriormente. El concepto fundamental de representaciones sociales será entendido como construcciones sociales que guían el comportamiento y la acción, ayudan a entender y explicar la realidad facilitando la comunicación y construcción de identidad. Son una forma de conocimiento elaborado socialmente y compartido con un objetivo con cierta practicidad conforme a la construcción de la realidad como a un conjunto social

(Abric, 1994:10). En este sentido podemos tener representaciones sociales en el mundo imaginario, con intereses ideológicos y de mentalidades.

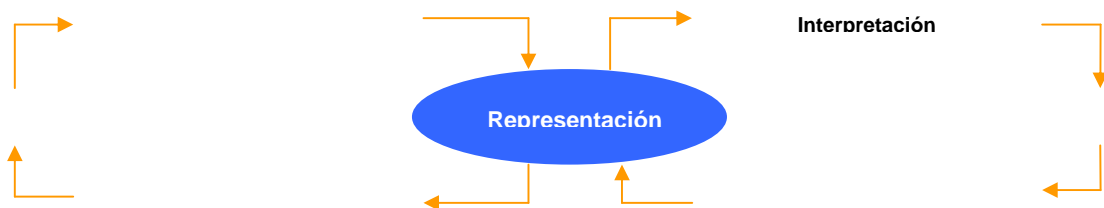
Sus orígenes como categoría se remontan a los estudios clásicos de Emilie Durkheim sobre las representaciones colectivas hacia finales del siglo XIX, para indicar los fenómenos de las sociedades premodernas, donde la conciencia colectiva toma como universos simbólicos que la fundan, es entendida como la estructura simbólica de las sociedades simples. El concepto fue posteriormente tomado por quien inauguraría una corriente de estudios empíricos sobre las representaciones sociales, para Serge Moscovici se vive en tiempos de influencia de la sociedad de masas, por ejemplo ubicaba en la publicidad que impregnaba a los sujetos de elementos sin que tengan consciencia de ello (Moscovici, Mugny y Pérez, 1991:13). La masa antes de los estudios críticos de la Escuela de Frankfurt fue analizada por Le Bon y Freud con el adjetivo de amorfa que caracterizaba la imposibilidad para razonar. Un momento donde las expresiones colectivas disuelven la subjetividad. Para Moscovici era un conjunto transitorio de individuos iguales, anónimos y semejantes en el seno del cual las ideas y las emociones de cada uno tienden a expresarse espontáneamente de manera colectiva (Moscovici, 1985:13). El problema que Moscovici planteaba lo llevo a identificar dos procesos de la influencia en las masas: la *conversión* entendida como los cambios que acontecidos son percatados después de su influencia, y la *denegación* que sería hacer que los sujetos juzguen algo nuevo como inverosímil e irracional (Moscovici, Mugny y Pérez, 1991:22). Planteamientos que tuvieron desarrollo para toda una escuela para definir que ambos procesos intrapsíquicos por el cual opiniones, juicios, percepciones entran en conflicto cognitivo sin que el sujeto sea consciente de ello. En el debate con estos planteamientos que afirmaban la existencia de representaciones colectivas como esquemas compartidos por grupos para comprender la realidad, también se apoyaba la idea de ser alterados por medio de mecanismos de influencia, pero la distancia que los sujetos que podían tomar, esto llevó a Moscovici a cambiar el término de representaciones colectivas por sociales, en tanto que dentro de un grupo contemporáneo es poco probable que existe un sólo sistema de representación compartido exclusivamente entre integrantes de un grupo con un grado de cohesión interna tanto como de la secta. La representación social instaura un vínculo por quienes la constituyen y refleja la estructura de un grupo, pero vivimos en sociedades modernas con diferentes modos de significación compartidas por grupos de manera hegemónica,

emancipadora o polémica. De hecho las representaciones sociales también se moldean de acuerdo a la interacción con el mundo de la vida, hablar de representaciones colectivas es negar la pluralidad de la representación y la diversidad dentro de un grupo.



Siguiendo con esta corriente de teorías sobre representaciones sociales, desde un paradigma cognitivo establece una estructura de la representación social compuesta por dos elementos: el núcleo central como elemento canónico esencial de la representación social y el sistema periférico que vincula la representación con el contexto (Abric, 1994:78). El núcleo está relacionado con las condiciones históricas culturales más permanentes y por lo tanto evoluciona de forma lenta. Para esta escuela una representación social tiene un momento de objetivación proceso para concretar la idea, una cosificación que tiene un momento de anclaje como enraizamiento de las ideas donde se establece un significado y su utilidad en el mundo de las ideas.

Hay una gráfica muy interesante para entender la relación de las representaciones sociales en sus dos momentos, como éstas se constituyen y circulan en el mundo de lo simbólico que a la vez configura la realidad social.



La representación establece una relación entre el sujeto y el objeto dada por la mutua afectación, sin embargo como resultado de ese proceso dinámico y complejo el objeto incide fuertemente en la percepción del sujeto, y/o a la vez el sujeto construye una

concepción internamente para comprender el objeto. Dentro de las funciones de las representaciones sociales se señala la de incidir en la de construcción social de realidad, el desarrollo de identidad y la búsqueda del sentido a la acción social.

1.3.3. Prácticas culturales de representación

En un análisis más cultural del enfoque sobre representaciones sociales se reprocha por ser un modelo cognitivo y estructural, pues la visión analítica debe ser dinámica ante el constante movimiento de lo social y no desconocer el contexto donde surge la representación. También para darle un lugar más activo al sujeto, las representaciones sociales no son sólo imposiciones de significados colectivos sino que se reconstruyen a partir de las prácticas de representación que van decantando un lugar de enunciación, lugares compartidos para posicionamientos dentro de un campo social.

La práctica de representación conecta el sentido del lenguaje con las formas de señalar de manera significativa el mundo. La semiología que busca la producción de sentido dentro del lenguaje en una relación entre las “cosas”, conceptos y signos, esa unidad básica de la codificación y decodificación del mensaje que tiene contenidos denotativos y connotativos. Los signos organizan el lenguaje (Hall, 1997:42). Una producción de sentido a través del lenguaje, relacionando las cosas del mundo al sistema conceptual, un lugar de enunciación como sistema de representación, donde se organiza, agrupa, y clasifica conceptos para establecer relaciones complejas entre ellas. La pertinencia del concepto comunicación–cultura se toma para distinguir el poder del signo en su capacidad comunicativa y el poder significante en unidad de sentido genérico abstracto del significado común. El universo de representaciones y valores que expresan un sistema de significantes incluyendo la relación misma entre sí, el mismo locus de enunciación diferencia los grupos sociales como los jóvenes del campo urbano popular.

2. Convergencias metodológicas

2.1 Aproximación investigativa para la recolección de la información

2.1.1 Combinaciones entre lo cuantitativo y cualitativo

Se hizo un esfuerzo por articular la tensión entre los enfoques metodológicos cuantitativos y cualitativos. Por una parte encontrar datos dicentes sobre grandes grupos sociales, respuestas frecuentes y generales terminan por utilizarse en porcentajes y cifras. Aún más para extraer el núcleo de la representación social, se utilizó herramientas estadísticas del análisis factorial. Los elementos que constituyen el núcleo central de la representación son a su vez categorías para aplicar lecturas en las navegaciones entre los perfiles de la red social, con elementos de la semiótica se analizó las expresiones colgadas como los contenidos denotativos y connotativos de los mensajes. También tener en cuenta las elaboraciones teóricas de la fenomenología entre las interacciones que se establecieron con jóvenes.

2.1.2 De una encuesta de un sector juvenil a grupo focal

La aplicación de la encuesta pretendía recoger la máxima información posible, de todo ese universo simbólico se tenía que extraer el núcleo profundo y común. Pero el proceso de información no acaba en un taller con la aplicación de una encuesta, pues al final se dejaba abierta la posibilidad y por voluntad del o la participante dejar un contacto para seguir interactuando. En ese sentido se expone otra metodológica el trabajo con grupos focales, una intervención más cercana a grupos que van quedando activos por constante comunicación interactiva que incluía desde el análisis semiótico tras los rastros de signos y símbolos colgados en la web a partir de navegaciones que realizaba por los perfiles de los usuarios hasta la etnografía virtual que llevaba.

Era evidente que si quería tener una población cautiva la encontraría en los colegios, las instituciones seleccionadas para realizar el taller eran centros educativos de diferentes naturaleza distribuidas por toda la localidad que van de privado femenino a público mixto de diferentes jornadas. No se abordó institución privada masculina ya que fue imposible coordinar con las directivas del colegio Juan de Rizzo, y en instituciones nocturnas al interior de los cursos los rangos de edad ya no pasaban mayoritariamente por jóvenes adolescentes. Me dirigí a ocho instituciones educativas del sector de la localidad de San Cristóbal, donde se tomaron un curso por cada nivel: noveno, décimo y undécimo. (Anexo 1).

El taller se aplicó a veintidos cursos para un total de 557 estudiantes que participaron en él. No pretende tener una representatividad porque sería difícil extraer una muestra válida para el universo total de una población aproximadamente de 26.000 jóvenes adolescentes. Pero sobre todo porque los campos sociales no son conjuntos, es decir entender que los jóvenes del sector popular no es un conjunto de población uniforme, sino una población que se ubican en diferentes posiciones dentro de un espacio social en un territorio fruto del proceso de urbanización que asociamos con lo popular. En la recolección de información se trabajó desde datos de lo general para profundizar en el grupo focal, es decir se desarrolló una encuesta a 557 jóvenes para terminar con 57 personas en entrevistas a profundidad.

La sesión del taller "Parchando la loma" que es la modalidad de trabajo por cursos, comienza con una breve presentación personal como tallerista y el sentido de encuentro. Se aplicó una encuesta que contiene tres tipos de preguntas: aquellas que inducen a única respuesta, otras abiertas que buscaban explorar nociones que no se conocen mucho como lo gracioso y el humor, por último aquellas relacionadas con el análisis factorial y de correspondencias (anexo 2). Los resultados se relacionan en la primera parte del capítulo de los resultados y aparece de manera general sobre elementos que van a ser claves en el proceso de navegación entre perfiles de Facebook. La encuesta recoge respuestas con respuesta cerrada, respuesta abierta y dos estilos de preguntas propias del análisis factorial: Una en que se da un orden a palabras presentadas, por ejemplo la pregunta 4, 9 y 19 donde se solicita dar un valor de importancia (Doisie, 2005:93). También establecer un universo lingüístico de sinónimos sobre diversión y entretenimiento para buscar no sólo las palabras más comunes sino posibles formas de establecer comparaciones, es decir en qué orden de listado de palabras aparecen. Con

la matriz de palabras asociadas queremos encontrar un posible universo de significantes que podían asociarse a la representación, el listado no sólo tiene en cuenta las veces que aparece la palabra, sino el orden en que aparece. Se tomaron las palabras tal cual sin establecer agrupaciones sin relaciones.

Entrevista grupal: a partir de unas preguntas claves repartidas al grupo con el interés de surgir una serie de conversaciones grabadas por los mismos estudiantes. La intención a partir de una entrevista estructurada sin entrevistador promovió un ambiente fresco y jovial a manera de conversaciones de opiniones e ideas sobre: ¿Qué es entretenimiento? ¿Qué es diversión? ¿Qué haces para entretenerte? ¿Qué haces para divertirte? ¿Qué no es divertido ni entretenido? y ¿Diversión y entretenimiento es lo mismo?

2.1.3 Rutas metodológicas en la navegación por la plataforma de internet

Sin duda en el mundo del ocio y el tiempo sobre entre los jóvenes, lo tecnológico es otra esfera más de la producción y reproducción de la cultura pero como acto comunicativo la conexión en la web le da un poder mayor a la circulación de significados constituyéndose una nueva expresión cultural. Nativos digitales, no se dista de los más veteranos en tanto expresión cultural de la tecnología, la distancia la marca en la forma privilegiada de relacionarse con los demás por conexión en la red.

Tras la aplicación del taller se profundizó con aquellas personas que dejaron su correo, ese fue el primer puente del contacto desde un correo personal creado en Hotmail niwdesociologo@hotmail.es ya que mayoritariamente ese es el servicio de mensajería electrónica que jóvenes relacionaban. Inicialmente se pretendía tener una mayor probabilidad para chatear, se enviaron una o dos preguntas extraídas de las encuestas para profundizar y crear una puerta para la interacción. Lo primero que descubrí fue las ausencias de respuestas por parte de ellos y ellas o por lo menos eran muy demoradas, cuando comencé a enviar las solicitudes de amistad desde Facebook las respuestas fueron mayores y más rápidas, incluso casi instantáneas, lo que implicaría que el correo es utilizado en un segundo plano y que Facebook tiene un uso mayor. Ahora encontraba las personas directamente por el buscador de Facebook por medio de correos y nombres para enviarle la solicitud de amistad. Sin embargo para recordar el sentido de la invitación redactaba un mensaje:

“Hola, yo soy Edwin en alguna ocasión estuve en el Colegio haciendo un taller sobre una encuesta sobre entretenimiento y diversión. Era una tira cómica. De verdad te agradezco mucho tu apoyo pues para mí es muy importante. Es mi tesis de grado como magister en estudios culturales. Por eso te he enviado un invitación que espero la aceptes para poder hablar”.

En algunos momentos no se me permitió enviar solicitudes por parte de Facebook, una advertencia indicaba la prohibición de enviarlas a una persona que no conozco personalmente, al parecer las solicitudes sin respuesta o exceder los límites de mi cuenta establecidos por las variables de velocidad, tiempo y cantidad de invitaciones, hacen que se rompa las normas y reglas establecidas por Facebook, estos elementos fueron consultados en link de ayuda. El punto es que ignorar estas advertencias o tratar de invitar personas con las que no he establecido ninguna relación de conocimiento podrían llevar a un bloqueo permanente por la inhabilitación de la cuenta. Lo paradójico es que en el centro de ayuda de esta comunidad virtual, las preguntas más usuales tienen que ver con el mismo hecho de invitaciones no aceptadas, bloqueos e inhabilitaciones. A pesar de no conocerme personalmente o de no acordarse del taller realizado en el colegio, pues de la aplicación del taller a la invitación por la red social pasó entre seis meses y un año largo, **198 jóvenes** aceptaron la solicitud de amistad lo que indica que se utiliza también Facebook para conocer gente nueva, además del círculo social que conozco personalmente. La mayor parte de aceptación de amistad han sido por jóvenes mujeres quizás la razón es que el uso de Facebook permite interactuar con personas del otro género con una aparente seguridad y riesgo controlado. A partir de quienes han aceptado mi invitación, puedo realizar navegaciones, consultar informaciones, comunicarme y establecer interacciones sobre diversos temas que tienen que ver con la diversión y entretenimiento. Alrededor de ambas ideas, Facebook se convierte en una fuente de conocimiento de la vida social del círculo de conocidos o amigos y un potencial espacio para establecer contactos de amistad.

2.1.4 Proceso para establecer el núcleo de representación

Palabras con diversión según análisis factorial

1 No.	2 No.	3 No.	4 No.	5 No.
adrenalina 5	adrenalina 7	adrenalina 10	amigos 23	amigos 17
alegría 23	alegría 5	amigos 18	bailar 16	bailar 9
amigos 27	amigos 19	bailar 35	cantar 11	chistes 6
bailar 51	bailar 40	cantar 18	chistes 10	comer 6
cantar 6	billar 5	chistes 24	compartir 5	deporte 7
chévere 5	cantar 17	compartir 5	colegio 5	jugar 9
chistes 19	chévere 7	deporte 8	familia 7	música 12
felicidad 5	chistes 21	fiesta 5	hablar 8	novia/o 5
fiesta 17	deporte 5	fútbol 5	internet 5	paseo 5
fútbol 21	deporte extremo 5	internet 5	jugar 17	recocha 10
internet 5	disfrutar 5	jugar 41	molestar 9	reír 11
jugar 112	fiesta 11	molestar 5	música 11	saltar 7
locura 5	fútbol 11	música 10	parques 12	tomar 5
música 12	jugar 63	parques 15	paseo 8	ver tv 7
NR 90	molestar 5	paseo 14	recocha 5	
parque 16	música 20	recochar 6	reír 22	
reír 20	novia 5	reír 24	rumba 5	
rumba 14	parque 9	rumba 8	salir 10	
salir 9	paseo 7	salir 13	tomar 5	
	reír 34	vacano 5	ver tv 5	
	rumba 12	ver tv 5		
	salir 14	viajar 5		
	tomar 10			
	vacano 5			
	ver tv 9			
	video juegos y X box 10			
	vacías 23			

En primer lugar lo que debía construir es un corpus del núcleo central de la representación, aquello que a pesar de la diversidad de opiniones individuales es compartido en mayor grado por el colectivo. Se recurrió desde establecer porcentajes de actividades y consumos culturales hasta el análisis factorial para establecer una matriz común a partir del grado de estereotipia o semejanza entre significantes. Así se recogió una información para delimitar un universo lingüístico de sinónimos con diversión y

entretenimiento, datos que fueron agrupados y establecidos por una jerarquía de ponderación por concurrencias y clasificadas por grado de similitud.

Palabras con entretenimiento según análisis factorial

1 No.	2 No.	3 No.	4 No.	5 No.
amigos 5	amigos 5	amigos 8	amigos 8	amigos 8
bailar 5	bailar 8	bailar 12	bailar 6	bailar 8
chatear 17	cantar 7	cantar 8	cantar 5	celular 6
cine 6	chatear 18	chatear 7	celular 7	hablar 6
computador 6	chisme 6	cine 6	cine 5	internet 9
concentración 9	computador 10	computador 6	computador 8	jugar 6
distracción 7	deporte 7	deporte 7	deporte 9	leer 8
fútbol 9	fútbol 5	hablar 6	dormir 7	música 12
hablar 7	hablar 9	internet 24	fútbol 7	películas 10
internet 15	internet 24	jugar 16	hablar 10	ver tv 10
				Videojuego - x
jugar 33	jugar 16	leer 16	internet 12	box 5
leer 11	leer 13	música 32	jugar 7	
música 40	música 54	Películas 10	leer 14	
NR 141	ver tv 55	Play 6	música 14	
	video juegos -			
películas 9	x box 10	reír 6	películas 6	
Play 5		ver tv 25	ver tv 10	
		video juegos -	video juegos -	
ver tv 116		x box 11	x box 5	
video juegos -				
x box 21				

El análisis factorial revela la concurrencia entre perfiles de respuestas, es decir que tan parecidas pueden ser, ello permite ilustrar las diferentes dinámicas de las representaciones sociales. De las matrices de respuestas individuales que difícilmente cada una llegaba a cinco palabras, se asociaron palabras de semejanza o rechazo. Así la representación social aparece como principio organizador de diferentes tomas de posiciones individuales. (Doise, Clémence y Lorenzi-Cioldi, 1992:95). Al atribuir cinco sinónimos a la palabra entretenimiento y diversión, se quiere encontrar si hay una estereotipia es decir, si el consenso de una representación social es tan fuerte o tiene resistencias.

Establezco una distinción entre diversión y entretenimiento a pesar de sus relaciones de hibridez en algunas actividades como los eventos y espectáculos, pero que marca la distancia porque entiende la diversión como exaltación de sensaciones y sentimientos intensos donde la persona participa activamente compartiendo con los demás, y entretenimiento como una actividad menos colectiva e incluso algo solitaria donde se cautiva la atención en algo por un medio de expresión o comunicación. Esta distinción sale de una gran parte de jóvenes que los ven distintos entre sí, sirve para analizar qué implicaciones tiene considerar algo como divertido o entretenido, e incluso cuando una actividad deja de ser una cosa para pasar a otra.

2.1.5 Etnografía virtual

La etnografía es una metodología para las ciencias sociales que busca la comprensión de sentido. En disciplinas como la antropología y sociología ha tenido su desarrollo para plantear elementos reflexivos para el mismo investigador, un observante que clasifica el mundo desde un lugar de enunciación que al mismo tiempo lo clasifica por su sistema de creencias por ejemplo, también aporta elementos de trabajo como el instrumento de diario de campo, una herramienta de recolección de información a partir de la observación, la vivencia y la reflexión. La etnografía virtual parte que es posible una aproximación multicanal tecnológica siempre y cuando haya una verificación cara a cara para confirmar quien es la persona (Hine, 2004:33). En mi caso parto de la base que los contactos obtenidos correspondían a los estudiantes a los que participaron en mi taller de investigación.

Para fines del estudio sobre representaciones sociales en diversión y entretenimiento implica ubicarme sobre cómo experimentan ciertos sectores de jóvenes el uso de la tecnología de internet en el tiempo libre. A su vez remite a distinguir que las relaciones individuales con la tecnología, tales como los usos que les damos, la aprensión del manejo de sus artefactos, las creencias personales sobre la misma tecnología y las relaciones sociales se construyen conjuntamente con ella (Hine, 2004:17), hacen que se trascienda el plano de la programación y la ingeniería electrónica para entrar en los procesos culturales de producción de sentido. La base de la etnografía virtual parte del reconocimiento que el vínculo entre cuerpo y máquina junto con las relaciones sociales que se construyen en la esfera virtual, principio esencial de entender a internet en sí mismo como artefacto cultural, la tecnología y los usos que les asignamos provienen de

comprensiones culturales que les antecedieron. Si bien la tecnología es producto de una lógica de comandos, y los artefactos tiene una forma de uso convencional establecida por un manual, la apropiación cultural no sólo resignifica sino que incluso ha estado antes en su constitución tecnológica (Hine, 2004:19). Pues es la cultura la que da sentido a la utilización de las cosas ya sean éstas utensilios básicos hasta complicados sistemas tecnológicos.

A medida que las aceptaciones de las invitaciones que enviaban se hacían efectivas, lo que hacía era navegar por los perfiles de los usuarios mirando fotos, comentarios, publicaciones, enlaces, etc. para encontrar expresiones o denotaciones sobre diversión y entretenimiento. Al comienzo era desconcertante leer todo en clave de diversión y entretenimiento, no porque quisiera forzar las relaciones con lo publicado en la red social, sino porque la cantidad de signos era exorbitante. Entre videos, audios, fotos, imágenes, palabras, caracteres, colores y formas no podía procesar esa información. De ahí salió varias análisis semióticos como la velocidad del signo y su aprensión; procesos de selección que realiza todo usuario de acuerdo a su interés y sobretodo el nacimiento de una nueva forma de comunicación y lenguaje: el chat. Pero descubrí que más de merodear archivos e informaciones de los jóvenes de sus contextos virtuales debería interactuar con los participantes si quería comprender la construcción de sentido que le daban, pues el etnógrafo no es un observador ausente, sino que debe hacer visible y activo antes los demás, que a pesar que su presencia pueda influir en un sentido u otro a quienes está investigando, el trabajo de campo parte de la constante de la constante reflexión de lo que significa ser un usuario de la red y establecer comunicaciones mediadas por ordenador (Hine, 2004:35-36). Así como el etnógrafo clásico reflexiona sobre su condición de visitante o extranjero, en el ciberespacio su reflexión inicial frente a cómo se relaciona con el artefacto del computador y su conexión con la plataforma tecnológica de Facebook, entender también cómo hay una expresión estética interactiva donde también interviene otros actores como los diseñadores y propiamente la industria cultural. Sólo así permanece la autenticidad de las observaciones que como investigador realiza para acercarse lo más posible al sentido construido de la experiencia de las participantes. En las interacciones para quienes no me recordaban, explicitaba mi interés como investigador para poder realizar una serie de preguntas y conversaciones siempre de la manera más amena, para no cansar y agotar la interacción.

La tecnología con enfoque cultural es ir al uso del sistema de representaciones, conceptos o signos que significan, y que construimos sentido con los mismos. Ese sentido cultural es la relación humano-tecnología como resultado de la práctica significativa de navegar, en los adolescentes de San Cristóbal la red social es ciberlenguaje, una producción de sentido que adquiere para nosotros por el uso cultural en hacer que las cosas nos signifiquen.

En la información que se sistematizó los hallazgos indican que para analizar la diversión y el entretenimiento en Facebook, ésta pasaba por la interacción colectiva con el círculo de amigos o conocidos, y la presentación de la persona por un medio para una audiencia. Estas situaciones de esparcimiento y socialización entre jóvenes cercanos y conocidos se dinamizan por lo general en un proceso comunicativo e interactivo. En la red social Facebook convergen ambos objetos de representación, por eso el análisis de la información está demarcado por lo conceptos del interaccionismo simbólico, que en la web tienen proceso de comunicación mediado por computador y también aplica la presentación del yo en sociedad. Tan es así que los encuentros por medio del chat, se deben entender como interacciones, es decir una influencia recíproca de un individuo a otro (Goffman, 1959:27). Claro que no al estilo cara a cara, porque lo corporal está mediado por la proyección de signos que la simulan, pues otra figura es representada tras una foto, un perfil o todo el conjunto que se presenta al otro. La existencia también de casinteracciones donde el aquí y ahora no corresponde simultáneamente a los interlocutores en mensajes no necesariamente instantáneos. En ambos procesos está en juego adquirir y poner información del interés social particular, la corporalidad tiene una extensión proyectada desde lo virtual que hace una presencia social mediatizada. El contenido de los mensajes se ubican desde lo que el sujeto quiere proyectar o como dice Goffman emana de él, y lo que queda o la impresión que éste deja en los demás. Como proceso de comunicación no es siempre asertivo, por lo que es posible malentendidos. El entretenimiento en relación con la interacción está en la expresividad como la capacidad de producir impresiones, e incluso como el interaccionismo simbólico plantea como actividad total para influir de algún modo al participante llamando su atención definido como performance (Goffman, 1959:27) una actuación social que construye una audiencia, pero también estos procesos de interacción en la web son divertidos en tanto procesos de comunicación y socialización pueden generar bromas y tener juegos

sociales, una catarsis para calmar ansiedades como encuentro informal para pasar un rato agradable.

El investigador no cuestiona la autenticidad de una interacción virtual, ya que incluso desde un enfoque antropológico aquella cara a cara debe reconceptualizarse (Hine, 2004:58). Nadie trata de emitir su realidad sino describir la intención del autor en la red, situando la información que cuelga y comparte un entorno cultural que hemos definido como campo urbano popular. Así el trabajo investigativo es un proceso de descubrimiento con la constante reflexión de la situación social (Hine, 2004:72). El análisis etnográfico virtual debe tomar las informaciones dentro de las circunstancias particulares, es decir, señalar cuál es contacto social para situarlo.

3.Resultados encontrados

3.1 Núcleo de la representación social de diversión y entretenimiento

Antes de centrar el análisis sobre Facebook, se presenta sintéticamente resultados fruto de la exploración sobre gustos y formas de diversión y entretenimiento. Es un contexto sobre las ofertas recreativas en el ocio y el uso social del tiempo libre.

3.1.1Lo aburrido de la institución adultocéntrica

Un camino posible para encontrar el núcleo de la representación puede ser visibilizar su contrario, identificar que es aquello entre jóvenes para nada divertido ni entretenido. Desde los talleres se evidenció que el encierro, las tareas, los oficios y en general los disciplinamientos de las instituciones clásicas son identificadas como aburridas. Un choque entre intereses generacionales por quienes atribuyen un rol que deben cumplir, e identidades que chocan con normas y conductas.



Ese encierro que limita un espíritu aventurero de la vida juvenil hace que se busquen estrategias para escapar de él o para evadirlo. Conectarse a la red proporcionará cierta

libertad, similar a la que se experimentan los jóvenes entre las nocturnas calles. Sin embargo el navegar en la red se hace ante la inmovilidad del cuerpo.

La institución escolar como aburrida es expresión de la preocupación entre profesores y docentes por la formación en adolescentes. Las quejas sobre comportamientos por este desinterés generalizado expresan que el modelo educativo tiene restricciones para garantizar una buena calidad, pero sobre todo contiene en la institución escolar una falta de credibilidad y declive; no solamente tiene enormes dificultades para cumplir su papel sino que, además no les seduce. Estamos ante un cuerpo atento en la dispersión mediática, y disperso en condiciones de silencio con estricto orden. Si los lugares aburridos son las iglesias, estar en casa o asistir a las escuelas lo son porque representan lugares de encierro y disciplinamiento. La institución educativa fue el primer espacio de la modernidad como saber especializado; las ciencias disciplinares entraron a incidir en qué formar a los sujetos y cómo se debía hacerlo con las nuevas generaciones. A primera vista, para el mundo juvenil trabajar o realizar deberes es una antítesis de la diversión o el entretenimiento; es la escuela un lugar poco divertido en sí mismo. Sin embargo, para pasarla bien entre las clases, los significados de entretenimiento y diversión trascienden de ser meras actividades. La transmisión de conocimientos que se imparten en las prácticas de enseñanza y aprendizaje resultan poco interesantes, y sus medios considerados por los jóvenes como aburridos o poco interesantes. Si la escuela ofrece algo atrayente para adolescentes en general, es como lugar de encuentro. Esto es ratificado por el proyecto Atlanta experiencia investigativa liderada por FES donde participaron ocho universidades y dos Secretarías de Educación, centra su mirada en el joven común y corriente en una adolescencia escolar. Su objeto era mirar desde su interior, tratar de tomar su lugar. (Camargo, 1995:35). Al interior de los colegios de la localidad, entre pasillo y salones, hay una confrontación entre saberes e intereses, prácticas de enseñanza y aprendizaje que no pasan sólo por la relación educador y educando. La imposibilidad de ocultar el oscuro lado del mundo adulto y la sensación de pérdida de control sobre los jóvenes hace una constante del pánico social, una forma de representar a jóvenes como sujetos en riesgo que deben requerir un constante control.

Las subculturas juveniles entendidas como formas compartidas de estar e identificarse, establecen relaciones de resistencia y convivencia con las instituciones. El epicentro del conocimiento, y por ende de la formación de individuos contemporáneos, está por fuera

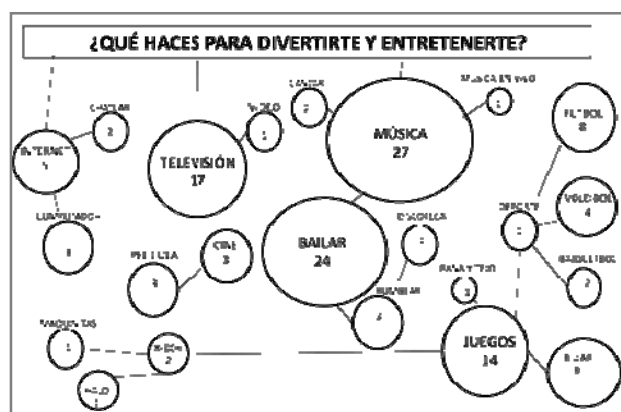
del sistema escolar. Dada su disposición comunicacional, la subjetividad juvenil se fragua orientada a los medios y tecnologías que depende de la facilidad de acceso para conectarse a mundos virtuales.

3.1.2 Sinónimos: Combinaciones entre diversión y entretenimiento

Para una tercera parte del grupo inicial de jóvenes con los que se trabajó, diversión y entretenimiento son identificados como similares o por lo menos no se puede pensar uno sin el otro. La fuerza de la unidad en la representación recaería que ambas vinculan significados relacionados con sensaciones agradables o sentimientos placenteros que motivan anímicamente para *pasarla bien* o *sentirse bien*, palabras reiteradamente utilizadas desde las primeras entrevistas realizadas. Dentro de la forma que definen diversión y entretenimiento como significados similares, se estableció una matriz de palabras:

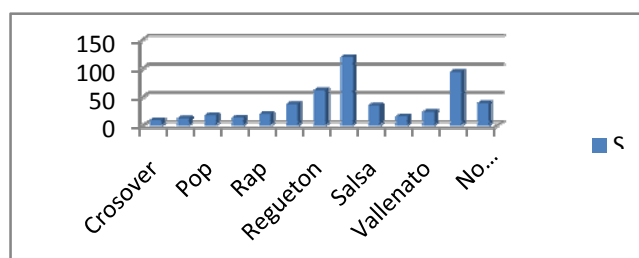
Pasar tiempo, perder tiempo, quemar el tiempo: son formas de designar una experiencia temporal: *Le gusta, que quiera, agradable, contento, disfrutar, momentos cálidos, causar gracia, relajarse, estar y sentirse bien* (adjetivos de intereses y sensaciones). En un lenguaje juvenil: *Chimba, una nota, el engome, pasarla bueno, chévere, pasarla rico* (calificativos de juegos de lenguaje). Sentimientos: *Felicidad, compartir, libre, locura, emoción* (ideales y valores). Actos y actividades: *algo diferente, salir, hablar*.

Algo divertido y entretenido debe indicar una experiencia del cuerpo en un tiempo, motivada por sensaciones agradables que podrían convertirse en formas recurrentes para la recreación en grupo.



Incluso para quienes pueden indicar las dos palabras como cosas diferentes, aparece el **juego** como una relación que las liga. Las formas lúdicas siempre presentes, nos permiten aprender y relacionarse con los demás, el aspecto social del juego en su relación con el colectivo, el lugar que ocupó dentro un equipo. Independientemente del nivel de competencia, el juego siempre hace sentir fuertes emociones de triunfo o derrota, y se convierte en una práctica de aprendizaje que proporciona goce y éxtasis (Huizinga, 1972:37). Ganar o jugar bien lleva una tensión, en momentos de ubicar al jugador entre un límite “entre lo serio y en broma” se asume un rol y unas reglas que no influyen en su vida social; incluso dentro del juego es posible burlarse de las reglas de la vida cotidiana.

La **música** es otro elemento claro de la representación. Aunque no de manera tan central, sí demuestra su capacidad cultural de identificación que diferencia generaciones y épocas; su poder es indescriptible para cautivar y exaltar pasiones que la convierten en vehículo cultural por excelencia. La música y el estado anímico es un diálogo de creación expresiva. Han identificado a las culturas y estilos juveniles, entre la configuración de gustos y exploraciones musicales se recrean nuevas expresiones y formas de interpretar lo musical. Sobresale el hecho de preferir oírla, el gusto por escuchar canciones para animar un estar en una actividad o desplazamiento. Bailar indicaría una práctica cultural más festiva, sus tiempos son menos frecuentes y extraordinarios ante la rutina del oficio, el deber y el estudio. Entre las mujeres hay un énfasis mayor como actividad atrayente para compartir colectivamente salir a la calle en la noche, una experiencia de mayor libertad. En el **baile** es un escenario para la interacción social, dispone el cuerpo leído en acción como actividad física hasta el disfrute de lo erótico (Socorro y Gómez, 2003:80). Por último, en la forma de relacionarse con la música, aparece cantar o interpretar un instrumento, un gusto implica una mayor capacidad o habilidad musical.



Con respecto a las canciones, un gran porcentaje expresa escuchar todo tipo de música identificada como *cross over*, seguido del género histórico juvenil del rock. Pero la preferencia mayoritaria del joven urbano popular está en el reggaetón. Le siguen el reggae como género alternativo, y el vallenato como más folclórico. En unas instancias más particulares están el *pop* como campo de mayor influencia de la industria cultural; el *rap*, cuna cultural juvenil de San Cristóbal de décadas anteriores, y la actual tendencia de tomar el *ska* con la *ola rude boy*.

Por emisora, los jóvenes expresan una concentración de sintonía en estaciones del grupo empresarial Caracol Radio: Radioactiva, Oxígeno, Los 40 Principales, Tropicana. Después aparece el grupo de RCN: Radio con Rumba y Amor Estéreo, y por último se incluye Vibra Bogotá, que pertenece al conocido locutor William Vinasco. Estas emisoras dedican su contenido musical a las industrias culturales de las casas disqueras en formatos de programas humorísticos, de concursos y opinión, donde el público participa para dedicaciones y peticiones musicales. A pesar de tener preferencias muy marcadas al sintonizar en el dial, no necesariamente siguen sus programas por internet. La audiencia no recae en su contenido o sus locutores sino principalmente en la música. Ahora son estos jóvenes sus propios programadores de canciones y géneros musicales ya sea por los videoclips colgados en You Tube u otros portales. Este papel más activo en la programación de los gustos musicales no quita que sigan siendo los medios masivos quienes promuevan artistas y canciones definidas por industrias culturales para ser seguidos.

Es fundamental para pasarla bien o estar bien, el hecho de compartir en compañía de amigos principalmente y de seres queridos. Estar con los demás es garantía de pasar un rato agradable. Para cualquier adolescente el grupo que integra es importante ser aceptado, es esfera de su vida pública. La diversión entre los jóvenes significa estar colectivamente con los demás (Willis, 1979:68), es poco concebible la soledad como un estado para la diversión, aunque sí para algún tipo de entretenimiento. La compañía es lo más importante para la recreación, sobre todo estar en cualquier lugar pero con amigos. La vida social entre pares para pasarla bien se basa por interacciones en situaciones y vivencias. De hecho la palabra “amigos” como unidad de representación entre diversión y entretenimiento, un nivel afectivo que se desarrolla en los momentos alegres o que se comparten aquello que se identifica con la amistad.

Internet parece proporcionar elementos para pasar un rato agradable o concentrado en algo que gusta, para comunicarse y compartir con los demás, ligándose fuertemente con la interacción social misma. La plataforma tecnológica y sus posibilidades de interacción y comunicación, crea nuevos lenguajes de expresión de amistad por compartir mensajes, fotos, videos o demás signos que fomenten alegría o remembranza de diversión, a la vez actividad entretenida como proceso de comunicación interactivo que capta interés. En síntesis, diversión y entretenimiento como unidad de significado es sentirse y estar bien en situaciones emocionantes y sensaciones emotivas que generan adrenalina y sentimientos agradables relacionados con la alegría y la felicidad.

3.1.3 Lo divertido de estar en compañía y lo entretenido de estar concentrado en el medio

Listado de palabras sinónimas para diversión y entretenimiento cuando estos dos son diferenciados por los jóvenes	
Diversión	Entretenimiento
Jugar	Televisión
Bailar	Música
Reír	Internet
Amigos	Juegos
Chistes	Leer
Música	Videojuegos
Parques	Chatear
Cantar	Bailar
Ver televisión	Hablar
Internet	Computador

Si queremos diferenciar las dos palabras extrayéndoles significados separadamente a cada una de ellas, encontramos que aparecen vocablos asociados a la diversión, como *adrenalina, alegría, disfrutar, chévere, bacano, molestar, recochar, salir y rumba*, que

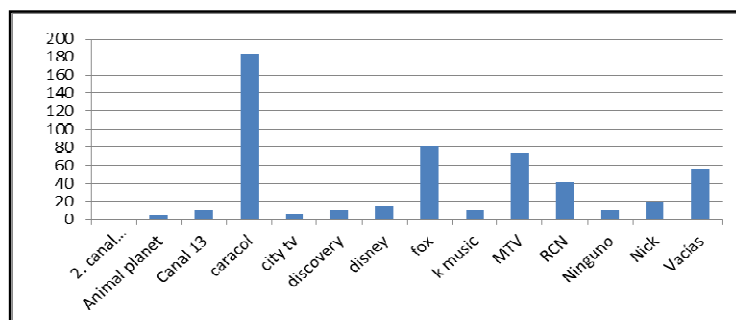
podemos clasificar en actitudes, sensaciones y planes. Situaciones en las que brota una emoción fuerte, se hacen atractivas aquellas propuestas que pueden o no traer un riesgo controlado (Gómez y González, 2003:96) o cuyo final es afortunado. Ese *sentirse bien* son sensaciones de bienestar consigo mismo que se reafirman con los demás, la diversión relacionada específicamente con el hecho de compartir vivencias colectivas.

Con la palabra “entretenimiento” encontramos significados como “concentración” o “distracción”, aunque antónimos, expresarían prestarle atención a lo que ocupa un tiempo o es un pasatiempo. El entretenimiento puede *desarrollarse sin compañía, relaja o lo deja quieto*, a pesar de poder alternarlo con otra actividad, es *algo que principalmente llama la atención; es una forma de estar englobado, distraer y esparcir la mente o pasar el tiempo*. Es claro que el entretenimiento no es una actividad exclusiva de jóvenes sino un patrón de conducta predominante después del trabajo (Castells, 1997:366), que pasa principalmente por la recepción de medios de comunicación en general. Estas dos características hacen que el entretenimiento se relacione necesariamente con las actividades de tiempo libre, cosa que con la diversión, podría tener pequeños intersticios presentes entre las relaciones laborales o de estudio. También podemos señalar que el entretenimiento refiere a una sensación que busca sacar de la situación en la que se está, a diferencia de diversión, que es el realce de la situación que se vive en el presente. Este elemento va a ser clave para diferenciar si Facebook es divertido o entretenido.

Sin duda, el **humor** es un elemento central en una relación directa con diversión, una actitud para afrontar de manera más llevadera la vida cotidiana. El humor como condición del cuerpo, expresa en su comunicabilidad una disposición para ser experiencia compartida (Socorro y Gómez, 2003:115). Lo gracioso tiene sentido, más que el contenido de la broma o el chiste, está en la capacidad expresiva para jugar con el doble sentido. ¿Qué hace reír a los jóvenes? Según sus propias expresiones, recaen en gran parte en *las bobadas que dice la gente, las caídas y demás estupideces* que podemos catalogar como “osos o chascos”, pérdidas de rostro en términos del interaccionismo simbólico. Pero el humor también aparece como forma de mediación, resignificación o subversión ante consumos culturales de industrias masivas, medios de comunicación o de un orden simbólico dominante. Es una forma de transgredir aquello que se quiere rechazar o, con cierta malicia tratar jocosamente temas relacionados con el sexo, el alcohol, las drogas y demás temas que se pudieran ver con tinte de tabú. También el humor es una forma de agredir, no sólo por chistes sino por comentarios promovidos

para ridiculizar que esta generación designa como “cogerlo de parche”, es decir, montarla. Una persona puede ser utilizada como objeto en una relación con la broma práctica, el humor físico y el verbal son muy desarrollados (Willis, 1979:68). Ameniza al grupo, pero sometiendo a extremos llega a casos particulares a la expresión de manoteo o agresión simbólica que puede conllevar una agresión física que se identifica en los colegios y que incluso se extienden al ciberespacio.

En el “entretenimiento” encontramos “leer” como una actividad relacionada netamente con ello. El entretenimiento es el desafío para mantener durante el mayor tiempo posible la concentración sin distraerse (Socorro y Gómez, 2003:96). Sorprendente que la **lectura** siga asociada a una actividad de tiempo libre, eso sí, no asumida como divertida, pues recordemos que un amplio sector la identifica con las cosas más aburridas. Hablar de entretenimiento nos lleva también a la televisión, medio de mayor referencia entre los jóvenes y durante décadas artefacto icono del entretenimiento moderno contemporáneo. El hecho que la televisión se asuma como actividad de descanso en el tiempo libre, es porque en sociedades modernas el entretenimiento es un componente de la cultura del tiempo libre, cuya función es la de eliminar el tiempo que sobra (Luhman, 2000:75). Es desafío de mantener la concentración durante el mayor tiempo posible por medios y tecnologías que promueve la industria cultural del espectáculo.



Entre el consumo televisivo hay una preferencia mayor por el canal nacional Caracol, sobre todo novelas y otros programas, en especial *The Simpson*, que también son emitidos por Fox, ubicado como el segundo canal más sintonizado. Infiuye que el acceso a televisión es por cable o parabólica mayoritariamente en la localidad. Después le sigue el canal musical MTV, que además emite programas de entretenimiento de gran aceptación juvenil como los *reality shows*. En un lugar posterior aparece el canal RCN, seguido lejanamente por canales dedicados a los dibujos animados. La televisión es

atrayente porque proporciona una información en temas y comportamientos que los adultos se han esforzado por ocultar durante siglos (Barbero, 1998:28). Son formatos de reflejos del mundo humano que deben ser reprimidos y castigados pero que son fuente de deseo y transgresión en la elaboración de fantasías y deseos. La televisión se proyecta como sistema autorreferente, pero en el plano de la mediación se le asignan múltiples interpretaciones (Castells, 1997:367-368). Lecturas que cruzan las fronteras entre el razonamiento y la imaginación, el saber y la información, el trabajo y el juego (Barbero, 1998:21). Se trata de un bricolaje de mezclas e hibridaciones que se potencializan aún mucho más por los desarrollos de las nuevas tecnologías en la era digital.

El entretenimiento en internet sigue radicalizando un proceso globalizador, el uso de tecnología en el tiempo libre entre los jóvenes mayoritariamente se relaciona con el entretenimiento. La dedicación frente al computador entre los jóvenes como percepción de esparcimiento ligado al entretenimiento, es incomprensible para los adultos más veteranos. Los jóvenes están desplazando las horas de esparcimiento en el sofá o la cama al escritorio o mesa, del televisor al computador. En el entretenimiento en la web siempre es posible volver a empezar y retomar el control para reiniciar la marcha, detener el discurso, suspender, aplazar u ordenar su programación con tan solo un clic. El entretenimiento como actividad pasiva se hace con una mayor inmovilidad corporal y pasa necesariamente por un medio. De otra parte es un acto más solitario que, así se esté en grupo en el momento, individualmente se está atento.

Facebook puede ser entendido como una posibilidad que intenta agrupar ambos objetos de representación, es decir que sea divertida y entretenida. En la red social convergen representaciones sobre consultas, navegaciones, comunicaciones e interacciones mediadas por el computador donde el acceso a la plataforma informacional son altamente llamativos.

3.2 Tiempo libre y necesidades recreativas de la localidad

La utilización y el aprovechamiento de los tiempos libres y actividades de ocio son muy importantes en la identidad juvenil. Son espacios que visibilizan muchas significaciones en torno a diversión y entretenimiento, reflejan una forma de comportamiento con mayor

libertad. Aparece el ocio como orden del disfrute, el goce y la recreación de actividades placenteras, no obligatorias (Miñana, 2006:54). Hay un sentido de orientación en relación al deseo. Sin embargo, hay ocasiones en las cuales los jóvenes se divierten y entretienen sin estar en su tiempo libre o por lo menos no se limitan a él. Por ejemplo el acto mismo de la interacción social en sí mismo aparece como acto divertido propenso al humor y la risa, pero también como acto de presentación y representación de lo social es entretenido.

3.2.1 Ofertas recreativas y usos del tiempo libre en San Cristóbal

En el proceso civilizatorio, las actividades recreativas de las sociedades contemporáneas se han diversificado, pero todas son expresiones de formas de autocontrol emocional en la vida corriente (Elías y Dunning, 1992:87) regulan la depresión y el aburrimiento para seguir con el ritmo de la vida cotidiana tal vez llena de monotonía. Son aspectos placenteros de actividades recreativas en que se concede un rol mayor a las fantasías y emociones fuertes que no se experimentan en la vida no recreativa (Elías y Dunning, 1992:133), una vida del trabajo y el deber que implica tratar de reprimir esas elaboraciones. Hay necesidades recreativas socialmente generadas y la estructura de acontecimientos recreativos socialmente instituidos, destinados a satisfacerlos (Elías y Dunning, 1992:96). En el suroriente bogotano son limitadas, a pesar de existir en general un gran deseo por los deportes extremos, es evidente la ausencia de espacios de esparcimiento y la estigmatización de aquellos escenarios donde departen. Los sitios inseguros, o de venta y consumo de sustancias psicoactivas, conocidos como *ollas*, son espacios callejeros que si bien no son aburridos, atentan contra el esparcimiento juvenil.

Los sitios más divertidos se concentran en parques y canchas de los barrios. Para los jóvenes espacios de gran desarrollo comercial son divertidos, aparece referenciado el 20 de julio o la Victoria, otros sitios son zonas verdes y parques como San Cristóbal o Velódromo, entre los barrios las zonas más populares son las salas de internet o de video juegos y los billares. Aparece el almacén de cadena Carrefour como un lugar divertido, por ser lo más parecido a un centro comercial en la localidad, ya que el ubicado en el barrio Veinte de Julio, a pesar de ser un escenario de encuentro juvenil, parece más como un conjunto de locales comerciales. Entre los lugares o sitios, y los planes (rumba, fiesta, paseo), la calle sigue siendo el escenario de experiencia juvenil de mayor diversión. Aparece es la significación de parchar la calle.

En los fines de semana se prefieren actividades de esparcimiento que comienzan con encuentros presenciales entre amigos y conocidos para ir a ejercitar el cuerpo y divertirse en un plan deportivo o que invite al encuentro físico con el otro. Es importante el microfútbol en el tiempo libre, pues se trata de un juego ya institucionalizado, investigación sobre *banquitas* por ejemplo (Jaramillo, 1997:16) identificaba que el partido de *micro* convoca al juego. En San Cristóbal escribe un joven en la red “pues en los barrios del sur no hay casi canchas de fútbol, entonces se practica más el *futsal* y el *micro*” [sic]. Las representaciones sociales por la pasión de este deporte van desde las actividades de diversión como el juego hasta ir al estadio, corear en una tribuna o seguir el partido en televisión o la radio. Son notorias las diferentes experiencias entre las opciones que referencian el gusto deportivo: no es la misma la gloria del gol que haga uno mismo en un partido con amigos, al festejo de la *hinchada* o la celebración al escucharlo y verlo. Entre las navegaciones, aparece esta expresión de la pasión futbolera: “*Esa emoción de k tu ekipo este apunto de hacer un gol, o k el arbitro pite una falta en contra de tu ekipo pero siempre estas esperando ese gol k te va allevar ganador del partido y poder decir al otro dia viendio la tele le ganos a se akipo jejeejeje*” [sic]. La participación en la acción difiere si se asiste dentro de una situación como jugador o como espectador a un evento, no es la misma gloria para el cuerpo que consigue la victoria al que está atento en su observación.

En algún taller, alguien escribió: “En general, la localidad es aburrida”. Refleja que en la localidad no hay una oferta recreativa acorde con las necesidades de los jóvenes de hoy. San Cristóbal presenta condiciones desfavorables que reflejan las implicaciones de vivir en la periferia del suroriente bogotano, la exclusión ciudadana hacia las zonas marginales hacen de las ofertas recreativas limitadas.

3.2.2 Aldea global conexiones a un nuevo escenario de encuentro

El uso de internet en adolescentes, en especial entre quienes tienen acceso a esta tecnología, disminuye el consumo de medios tradicionales. Otorga una mayor posibilidad de libertad en la elección del contenido proporcionada por el medio. Adolescentes son nativos digitales por tecnologías del entorno, en donde la navegación expresa una condición juvenil de surfear. Mientras en la televisión convencional y la radio hay una parrilla de programación establecida en tiempos asignados a un horario, internet proporciona una inmensidad de contenidos que trazan variadas rutas establecidas para navegar por el propio usuario. El acto de desplegar varias páginas o ventanas en la web

y consultarlas de alguna manera simultáneamente es una demanda que ya las nuevas generaciones de audiencias les pedían a los medios masivos convencionales, práctica cultivada por quienes recurrían a cambiar siempre el dial o hacer *zapping*. Esta constante forma de cambiar canales por medio de un comando demuestra cierta capacidad cultivada de lectura simultánea en varias canales, conservando una idea general de cada uno de ellos. La atención que captaba la televisión es compartida por el computador.

En el suroriente bogotano, más precisamente la Localidad Cuarta de San Cristóbal, se puede señalar que la brecha digital persiste, según la encuesta aplicada a 557 jóvenes, sólo el 38 por ciento tiene computador en su casa con conexión a internet. El dato corresponde a la tendencia mundial establecida por el informe de Naciones Unidas sobre los retos del milenio, cuando todavía dos tercios de la población mundial carecen de acceso a la red (Naciones Unidas, 2011:63). El crecimiento se da en regiones desarrolladas, mientras en zonas periféricas es más lento. Pocas familias tienen los ingresos necesarios para solicitar el servicio de conexión en sus residencias. Aún así la ubicación del ordenador en el cuarto es casi exclusiva, pues en general está en espacios más compartidos como la sala o el sitio de estudio que determina ciertos usos y tiempos al navegar. Entre los barrios de San Cristóbal, sin importar la hora, en cualquier café internet es común encontrar jóvenes conectados a la red, pues ya es una necesidad. Los resultados de la encuesta demuestran que el promedio de uso de internet supera las tres horas diarias. Estar en conexión a la tecnología requiere la adquisición de nuevos aparatos crecientemente más sofisticados que reemplazan las anteriores versiones volviéndolas obsoletas. Según una encuesta aplicada en un estudio Kaiser Family Foundation "Generation M2" Media in the Liver of 8 to 18 years old. (ABC, 20 de enero de 2010), señala que en un día normal un adolescente estadounidense dedica 7 horas y 38 minutos al uso de los media. Claro que en el primer mundo hay mayor acceso a aparatos móviles como celulares y I Pod. Sin embargo, lo común es que adolescentes utilicen celulares para escuchar música, videojuegos y ver videos que para comunicarse con otros.

En el ciberespacio los medios de comunicación parecen diluirse, el collage lo construye interactivamente el **prosumidor** que comparte bienes simbólicos y piezas comunicativas de los grandes medios pero también aquellas que produce. Las posibilidades que ofrece artefactos y sus experiencias en la navegación hacen constituir subjetividades muy activas en la relación multimediática, con capacidad de recibir información simultáneamente por distintos canales, sin que ello implique asimilar su contenido

completo por el hecho mismo de estar en un mar de información que no da tiempo para profundizar. La sobresaturación también desinforma, existe la diferencia entre una población informada a una entretenida. Entre los jóvenes persiste la supremacía de la lectura virtual, menos discursiva, más inmediata e instantánea, dada por la velocidad de información y la capacidad que tiene para orientarse en una superficie. Un sujeto con capacidad para concentrarse en la dispersión de la simultaneidad; pero para dispersarse en la concentración unilineal. En esa aparente disolución de medios e industrias culturales establecida por la navegación autónoma que hace el usuario, el diseñador de entretenimiento es contratado para anticipar de manera muy sofisticada a las audiencias y proporcionar posibles alternativas no anticipadas o anticipables (Gómez y Gonzales, 2003:84-85). En relación con la estación de radio en la web un joven expresa *"no siempre me entero de la musica por estos medios como la radio pues en facebook se ven canciones pero digamos ya uzadas en si facebook da la disposicion para poder suvir videos k uno guste -bueno pues la unica emisora que tengo es vibra bogota y de resto no tengo relacion ni con programadoras de tv ni emisoras ni nada, y pues en realidad lo tengo ahi de adorno porque pues nunca entablo una conversacion con los de la emisora ni nada"* [Sic]. En la esfera virtual, la industria cultural y los medios de comunicación se disuelven en piezas comunicativas y bienes simbólicos que circulan en gran cantidad, impulsando un mercado cada vez más monopolístico en grandes conglomerados de empresas multinacionales dedicadas en especial al entretenimiento.

El consumo cultural tiene un *plus* más allá del mercado, dentro de los procesos de lectura, dominante o mediada, se trata de persuadir la concepción de un orden simbólico que sirva a la hegemonía y la dominación. Un escenario también de negociación de lectura dominante, para resignificar productos de las industrias culturales y medios masivos por ejemplo transponer personajes para poner fin a la saga de Crepúsculo una novela cinematográfica sobre vampiros hacia público juvenil. Internet como producto se enmarca en un contexto social que tiene una expresión cultural, esto es un producto social con ventajas y desventajas (Hine, 2004:44). Los aparatos también son producto de la navegación entre los usos e innovaciones de los mismos. Pero qué pasa cuando la mediación del contenido emitido pasa por el propio medio. Navegar por internet, no escapa a las dinámicas del capitalismo contemporáneo, poder de limitar las selecciones que se hagan con preferencia en contenidos superfluos, banales, para el entretenimiento. Una joven expresa *"uff, la imitacion ante todo en internet se ve mucho eso"* [sic]. Sin

embargo como medio de comunicación disponible es al mismo tiempo una oportunidad para el agenciamiento cultural que puede movilizar opinión de una posible audiencia con piezas comunicativas llenas de elementos de espontaneidad, creatividad y originalidad que circulan por la red. “siii claro los medios mueven masas muchas de las protestas empiezan en Facebook y en las redes sociales eso si debe haver algo en comun pero si mucha gente expresa lo malo de sus cituacion” [sic]. Grandes controversias se han estimulado mediante la plataforma en numerosas formas de publicidad ideológica, en la conformación de grupos que invitan a unirse con un contenido explícito de alguna postura ideológica, que convoca a desarrollar acciones masivas. Hechos de actualidad como la movilización del 4 de febrero de 2010 contra las Farc a través de Facebook (El Tiempo, 4 de febrero de 2008). Otro caso es el protagonizado por el estudiante Nicolás Castro, quien creó el grupo “Me comprometo a matar a Jerónimo Alberto Uribe”. Tras meses de un proceso judicial, finalmente logró su libertad por falta de pruebas (El Tiempo, 13 de septiembre de 2011). Estos casos demuestran el poder movilizador que tienen las plataformas tecnológicas, por la velocidad de información que transmiten, de lo cual hay ejemplos recientes de movilizaciones y protestas en el mundo, como las revueltas en algunos países árabes y en Colombia el impacto del movimiento estudiantil MANE que tiene un perfil oficial para comunicados.

Las transacciones económicas de jóvenes no se hacen vía internet, pero motiva el consumo de una producción cultural, incluso con mercancías *piratas*. De hecho, la piratería es un fenómeno económico que se consolida como un mercado grande, recurso de quienes no pueden acceder a la originalidad de un bien o una marca. Si la piratería afecta o no a las industrias culturales es un debate amplio, la discusión sobre a quién pertenece la propiedad, el derecho que tiene el autor frente al poseedor del bien que como dueño comparte con los demás. Ahora las comunidades *On-line* suben información para libre consulta, en varios países han puesto a la industria cultural en pleitos legales, incluso con formas organizadas de usuarios en línea que han tenido expresión organizada en las instancias políticas de representación como en el parlamento europeo. La pelea contra la Ley SOPA (Stop Online Privacy Act) a nivel global en tanto que la mayoría de la información proviene de los Estados Unidos y su versión nacional Ley Lleras, expresa la postura de gobiernos que motivados por el monopolio de las industrias llaman piratería al hecho de compartir la circulación de información y la libertad de

expresión. ¿Acaso podemos justificar la inmensidad de riquezas de quienes se han aprovechado del conocimiento acumulado de la humanidad como su propiedad privada? Para los jóvenes de hoy, internet no es percibida como herramienta, como generaciones anteriores, que veían en el artefacto una forma de extensión del cuerpo. Para la actual generación, es ante todo entendido como entorno, interacción con la plataforma como escenario de encuentro, lugar en el mundo virtual y conexión al proceso global. Cuando antes representaba sobre todo una herramienta de trabajo o estudio, el uso actual del ordenador conectado a internet se asocia a la recreación y la comunicación. No hay un escenario más atractivo para los jóvenes que la calle, porque en ésta son protagonistas de la construcción de su propio orden social y simbólico, lejos del ojo acusador del mundo adulto. Ahora la calle tiene un elemento complementario, el ciberespacio, ya no sólo las galladas, los combos y los parches; son también los grupos de interacción y para crear sentido de pertenencia. Facebook hace parte del escenario público en la vida cotidiana del joven, como lugar que escapa actualmente al control de algunos padres que no conocen sus implicaciones, las ignoran o entienden en forma limitada. La red llega a ser más utilizada cuando en los barrios no se permiten recorridos y encuentros nocturnos. La situación de violencia, estigmatización y delincuencia clausura la salida de muchas jóvenes, en especial mujeres que ven reducidos sus tiempos sociales entre el colegio y la casa, los fines de semana y pequeños intersticios durante el día. Facebook se presenta así como la posibilidad de ampliar las interacciones del círculo social con cierta seguridad y comodidad de casa.

Ahora en la soledad del cuarto, el joven se conecta para la comunicación con los otros, el ciberespacio se presenta como nueva esquina juvenil de encuentro donde estoy y soy, o como dicen “se parcha”. Facebook como espacio virtual permite diferentes usos entre los jóvenes tal como rondas de chistes, trabajos del colegio o universidad, reunión de citas, programas, algún plan o con la posibilidad de estar en contacto. El ciberespacio es una plaza pública para la opinión, en navegaciones de campo se han encontrado discusiones y debates sobre hechos que son noticia como la muerte del joven grafitero, el movimiento estudiantil entre los más significativos que permiten repensar y escribir posturas frente a las mismas. Pero este escenario de socialización entre jóvenes hace parte, en el fondo, de la esfera privada de uso público mediado por el dinero (Boulle, 2008:107). Se trata de una tendencia contemporánea neoliberal que replantea los límites entre lo público y lo privado, asunto definido por el mercado que los trastoca. Pues ahora un escenario

privado aparece como público para los demás, exigiendo la necesidad de estar en él para tener una vida social activa, al mismo tiempo que la comunicación humana y el encuentro son permeados por el dinero que garantiza el acceso a la tecnología.

3.3 Facebook en el entretenimiento de la vida social juvenil

Navegando en la plataforma encontramos varios vínculos que permiten desplegar funciones para relacionar de información personal puesta en público, con posibilidades de comunicación e interacción entre quienes se conectan. La red responde al constante flujo de información que transita por el círculo social de conocidos, actividad a la que se le dedica considerable tiempo para navegar por Facebook. Así, desde el café internet hasta la biblioteca pública son aprovechados por cientos de jóvenes para conectarse a esta comunidad virtual. El flujo diario de información que depende de la cantidad de amigos establecidos.

El uso de Facebook es una actividad asociada al entretenimiento. Los jóvenes pasan largo tiempo y de manera frecuente navegando con esta comunidad virtual. En Facebook hay una alta concentración simbólica, el navegante se relaciona con estos elementos en la web de la misma manera como el transeúnte con las vitrinas, en un sentido que se ve estimulado por ellas. Su tránsito no puede darse sin observarlas como referencia obligada; son formas estratégicas de invitar a entrar y darle clic para desplegar su contenido.

El perfil: Es un elemento para editar la presentación del usuario, se puede 'colgar' fotos como publicar datos personales y gustos.



Aquello que se publica es seleccionado y editado, incluso creado para ser puesto a disposición como tarjeta personal de presentación, una especie de rostro digital con el que existe una identificación y se quiere que los demás así lo identifiquen. Aquí aparece *otro generalizado* (Mead, 1973:184), aquello común por pertenecer a ese grupo social y que lo describe como sujeto. El otro generalizado es el lugar que ocupó en el colectivo y la percepción que el colectivo tiene sobre el sujeto. En la red está la tensión entre lo que creo ser y lo que los demás me atribuyen. La foto de perfil cumple más que una identificación, es una vitrina virtual que registra o se crea para ser mirada y asimismo motivar la consulta. La exaltación de la imagen dentro de la actualización del perfil llega a registrar fácilmente un cambio de 70 fotos diferentes, ‘colgadas’ y catalogadas como foto de perfil. También hay una carpeta específica como álbum fotográfico de exclusivo de registros del poseedor del perfil.

El muro: Es el canal de constantemente actualización por circulación de información. La velocidad con la que suben contenidos llega a ser casi instantánea.



Por ejemplo la última noche de Rock al parque en el 2011 ya habían publicado fotos y videos del evento. Por allí circulan noticias de actividades, opiniones o pensamientos de la persona y de sus contactos. Para el usuario juvenil su registro es un diario personal que se hace público o es producido para publicarse, además interactivo con los otros usuarios del mismo círculo social por el hipervínculo que relaciona declaraciones de aprecio y dedicatorias. Una joven expresa “*si considero que el face se ha convertido en*

una herramienta de comunicación eficaz para todo tipo de edades donde te enteras de todo" [sic]. También es dinamizada por aplicaciones prediseñadas como cuestionarios y horóscopos para generar nuevos comentarios y consultar, asuntos como saber qué dicen los demás sobre ti y qué piensas de ellos. Con Facebook promueve el interés sobre conocer lo que los demás piensan de mí. Toda la información surge a partir de las preguntas ¿Qué estás haciendo? ¿Qué estás pensando? El muro se convierte en el medio de expresión y circulación de información relacionada con la vida de los jóvenes. Es un vehículo de expresión de afecto y sentimiento en las relaciones de pareja o de amistad, y en los juegos de seducción o cortejo. Se comparten sucesos que rememoran recuerdos y evocan felicidad o alegría. Registra acontecimientos de la vida social con cercanos y amigos abierto al público interactivo, una información que considero importante fruto de pensamientos propios, reflexiones, estados anímicos y emocionales donde su mensaje pretende ser emotivo. La red social si posibilita una agenda para tener en cuenta fechas importantes como cumpleaños, es una plataforma para publicar eventos o actividades sensibles a una convocatoria mayor, en las cuales se puede confirmar asistencia o no. El hipervínculo del mensaje colgado muchas veces está relacionado con lo afectivo, incluso el amor y el desamor como constante. En esa medida Facebook es destinado ante las necesidades y posibilidades en la interacción afectiva entre los mismos jóvenes. Puede estrechar amistades en tanto la relación tenga cierta permanencia en el contacto e intimidad para afianzarse, se puede señalar que Facebook de alguna manera fomenta las relaciones sociales.

En gran cantidad de mensajes revisados se evidencia que se tiene una intencionalidad para reafirmar amistades y aumentar la autoestima. Además de escritos y comentarios, también hay piezas como audios, hipervínculos o videos que dinamizan aún más los procesos de intercambio e interacción entre los usuarios. En su mayoría, los videos que se relacionan son videoclips acompañados de frases o comentarios que los reseñan, música en formato de audio o videoclip con hipervínculos de páginas como You Tube. Recordemos que el videoclip no ilustra lo que dice la canción sino que es otro texto, a pesar de ser 'colgado' con una intensión; generalmente, por el cometido musical puede ser recibido como una pieza conjunta audiovisual. Facebook también es una fuente de datos para el mercado, actualiza la relación distorsionada entre las redes sociales virtuales y la industria cultural que amplía la hibridez de las identidades culturales contemporáneas y sus expresiones estéticas. Por ejemplo, la música, factor

históricamente decisivo en la identidad juvenil, con Facebook hace que el intercambio de material musical, se amplíe y dinamice a un ritmo mucho mayor que antes.

También la plataforma tiene opciones para encontrar amigos por medio de un buscador que ubica los contactos por nombre o correo electrónico, en otra parte de la pantalla sugiere personas que quizás conozcas. Asimismo, hay grupos que se unen en torno a un tema e invitan a sumarse a ellos. Recientemente se incluyó una modalidad de presentación biográfica, una aplicación de colección de fotos, publicaciones y experiencias que ayudan a contar la historia en un hilo cronológico. Comentar en Facebook es expresar siempre algo, así tenga que ver sólo con las personas implicadas o grupos más grandes. Quizá lo más importante sea el hecho mismo de estar siempre publicando pensamientos, ideas, sensaciones a partir de fotos, canciones, juegos, preguntas y otros elementos que animen a la consulta de quienes se conectan. Esto puede ser determinante para algunas personas para dedicarle un tiempo considerable a permanecer ante un ordenador conectado a internet. Al mismo tiempo, por la existencia en la red de un gran caudal de información social implica a los usuarios establecer un proceso de selección de información y rutas de navegación. No toda información emitida es consultada. Con el mensaje “Me gusta” los jóvenes van publicando gustos y afinidades sociales de las publicaciones que circulan. Es necesario señalar que la plataforma cuenta con un servicio de mensajería para establecer contacto de carácter menos público, pero en la web siempre es susceptible que se filtre información a otras personas. En su aspecto social, Facebook es la versión tecnológica del *chismógrafo*. En mi adolescencia era la práctica de rotar un cuaderno entre un circuito de amigos y conocidos para que allí depositaran mensajes, comentarios, elogios, piropos y demás formas expresivas, similares a las que se evidencian en las redes sociales virtuales.



A pesar de estar conectadas varias personas de un parche o grupo de amigos, están enmarcadas en la red por una serie de interacciones en cadena que las determinan. Hay conversaciones paralelas en que no todos participan, o lo hacen en forma intermitente. Así estén todos conectados, no es lo mismo cuando se encuentran físicamente. ¿Qué pasa con ese colectivo fragmentado en interacciones? Es una vuelta al lugar privilegiado del sujeto, en tanto que la colectividad en red se encuentra fragmentada por momentos de interacción encadenados uno tras otro, así sea simultáneamente pero que no iguala a estar en parche, combo, gallada, pandilla de jóvenes en una esquina de la calle. Ante el colectivo fragmentado en interacciones, el sujeto crea condiciones para terminar o iniciar conversaciones con tan solo un *click*. Es dicente más en el humor, ante la risa del chisme fabricado lo que gusta más es el humor del momento y la situación. Una joven expresa porque es mejor el encuentro físico en grupo: *"diferencias que uno en el facebook no puede hacer comentarios -q se dirian solo para el grupo -por q simplemente se descubriria y se desatarian chismes - en el humor en grupo fuera de facebook hay mas libertad de decir cosas"* [sic]. Sin embargo, hay dinámicas de pequeños grupos de espectadores, recuerdo en una ocasión un joven que le gustaba contar chistes tales como — *"Jaimito ¿quien fue Juana de Arco? — Una drogadicta maestra! — ¿De donde sacas eso? — El libro dice que murió por heroína!"* [sic]. En dialogo le pregunte sobre

cómo lograba tener un grupo de personas atentas a sus chistes *“pues yo publico eso y si hay mucha gente q le da me gusta o comenta pues boto 5 o 7 chistes -pille la primera persona q comento.....pille van 5 personas....si llego a 8 suelto tanda jeje...jajaja ...ahí va.” [sic].* El humor a pesar de posibles cambios de forma es un factor fundamental para divertir y entretener entre jóvenes.

Quienes se conectan a la plataforma lo hacen en momentos donde prevalece la soledad. Así vayan varios jóvenes en grupo al café internet, cada integrante se instala frente a un computador, y ahora la compañía es virtual y el encuentro se da el ciberespacio. A pesar que se siguen privilegiando los encuentros cara a cara como forma de socialización, la opción de interactuar en la plataforma los ubica en un aislamiento corporal para el encuentro virtual. En las horas de conexión, si se realiza en momentos de tareas o trabajos, Facebook se ve como una distracción. En tanto que es difícil responder a esta actividad de concentración porque las personas se conectan y establecen un diálogo al aparecer el usuario disponible, aunque si es posible ver quienes lo aprovechan para reunirse a realizar trabajos en grupo o estudiar.

Facebook, permite una interacción sobre los asuntos que pasan en la vida y el intercambio de información al respecto, por ejemplo Javier un joven que presta servicio relacionó un introducción de la serie “hombres de honor” seriado que es producido por el ejercito nacional que se transmite por el canal Uno desde hace varios años, un amigo escribe *“ahí aora el Mono se cree porque esta en el ejercito” él responde “jejejeje, no mk normal como pegui relajado es algo de paso” [sic].* Sin embargo, hechos noticiosos han señalado como Facebook puede ser un escenario potencial de peligro y agresiones. Informaciones sobre homicidios, violaciones e intimidaciones que comienzan en el chat con un desconocido en la comunidad virtual. También se sabe de expresiones de matoneo escolar en la red, práctica de degradación y violencia simbólica de burla hacia alguna persona en concreto de manera frecuente, que llega a un punto de verdadera presión colectiva contra un individuo. Ante estos casos, cabe preguntarse qué tan seguro puede ser Facebook. Una de las cosas que más preocupan a los adultos es que cualquiera puede mostrarse como una persona interesante y amable. Nunca se puede asegurar si con quien se interactúa es la persona que dice ser.

En el contenido hay distinciones de clase, pues adscribirse al sector popular es reconocer ciertos factores condicionantes. En las exploraciones hechas llamó la atención la foto de un joven que aparece en una camioneta de la policía. Acompañando la escena se relacionan comentarios, entre chistes y mensajes que reflejan la relación y la percepción de los jóvenes frente a la noche rumbera, por el motor del alcohol y los choques con la figura policial de autoridad en la calle.

Los juegos en Facebook son proporcionados por empresas que mantienen contacto con la red. Hay muchos de ellos que funcionan con dinero virtual, utilizado para hacer inversiones y se obtiene tras consultar anuncios publicitarios en la red social. Estos créditos son utilizados en el juego elegido y hasta el momento sirve únicamente para bienes virtuales. Son representaciones miméticas en tanto que buscan explorar sensaciones en la vida social, pero como actividades recreativas pertenecen al mundo de la fantasía, pero no deja de ser constituyente de realidad. En Facebook, los juegos virtuales tienen un propósito social y las prácticas lúdicas afianzan ciertos. Una joven expresa *“pues para mi no es muy entretenido -mirar fotos es aburrido -pero lo bueno son los jueguityos –juegos” [sic].*



Entre los juegos más conocidos están *City millonary*, *The farm*, *Family ville*, *Pet society* y *Amigos de la granja*, donde cada quien tiene una propiedad privada que debe prosperar y cuya rentabilidad depende de cierto tipo de inversiones. El avance del juego y el resultado que obtenga el participante está garantizado por la cantidad de tiempo que dedique y la cantidad de amigos que lo visiten. De hecho, hay indicadores que muestran

un grado de productividad con la que se puede comparar con otros amigos participantes, estableciendo un ranking. El debate sobre los videojuegos no es nuevo. Partiendo del sentido de la palabra juego, que significa *ilusión*, implica entrar bajo la aceptación temporal de reglas o normas convencionales con aspectos ficticios, es una fábula sin enseñanza. Podemos señalar que el videojuego es una acción o actividad con relato creado a partir de elementos ficticios donde se desarrolla un constante movimiento de órdenes y comandos en plataformas de simulación y cuya historia no deja enseñanza alguna. Aquí, ganar no es un logro de la habilidad sino de conocer la orden-comando que sea efectiva. Para nuestro interés, el elemento lúdico en Facebook encierra más la idea que el éxito al jugar se expresa también en la popularidad.

3.3.1 Espectáculo y farándula: mediatización de la presentación del yo

Retomando que Facebook es una actividad asociada al entretenimiento, cuya información que circula por las redes sociales es sensible para los jóvenes, en tanto que el contenido es un diario personal mediatizado que se hace asunto de opinión pública dentro del círculo social. Podría expresar aspectos del orden de lo inconsciente, por ejemplo la gente que se siente sola expresa y publica con la finalidad de *responderse* ¿quién quiere ser mi amigo? o ¿quién me quiere conocer? aquello que se dice sobre las amistades son comentarios bajo una lógica de “oigan lo que tengo que decir” para que me aprecien y recuerden.

En la nueva presentación del yo en sociedad, lo virtual tiene como ventaja poder seleccionar lo que quiero transmitir. El sujeto tiene un mejor posicionamiento, una máscara para el emisor que cuenta con tiempo para hacer una edición y presentar una imagen más interesante de sí mismo. Aunque también la audiencia que navega por la gran cantidad de perfiles hace procesos de selección, consultando o no la información publicada. Este cuerpo proyectado no deja de ser erógeno, ya que está ahora encarnado por una imagen retocada o escogida en una selección, con una lógica en la cual muestro lo mejor o más destacable, de la misma manera como busco la mejor pose. Un interés de perfilar una proyección social ante los demás más acorde con lo que quiero que los otros piensen de mí, cosa que para algunos adolescentes puede ser algo tan urgente para dedicar mucho tiempo en conexión y así mantener una visibilidad vía actualización de información.

Facebook como medio de comunicación permite generar audiencias entre los mismos jóvenes a partir de actividades y pensamientos que son fuente de comentarios dentro de un círculo social. Entre la tensión de la imposición del contenido por industria cultural o el aprovechamiento tecnológico para producción personal y comunicación, puede que esa presentación personal para algunos grupos puede configurar una especie de *reality show* hipertextual entre amigos, conocidos y desconocidos, reflejo social del complejo entramado de las relaciones de la vida cotidiana entre los adolescentes. También reflejo distorsionado que proyecta cómo se comportaría poblaciones de jóvenes adultos y el sector poblacional adulto que quiere denotar juventud, juvenalización que motiva también un capital que promete la lucha contra el envejecimiento. Facebook como canal interactivo, es una oferta mediática de entretenimiento para ser una actividad constante en el tiempo libre. Esa espectacularización de la vida social juvenil hace surgir una farándula, en la cual se quiere ser incluido para generar una propia audiencia. Si bien es cierto que las posibilidades de mediación para utilizar la plataforma es tan amplia como lo expresa una joven *"cinceramente no lo es ps lo tomo como un medio en donde puedo expresarme conocer gente y al mismotiempo compartir cosas o momentos - pero vida social no para mi no lo es"* [Sic]. El mensaje o sentido que le asigna la industria del entretenimiento, hace del espectáculo una relación social entre personas mediatizada por las imágenes que se convierten en seres reales (Debord; 1999, 33). La creación virtual de personalidad llega a sustituir la figura pública, o incluso la persona misma, pues hay personas que por diferentes circunstancias Facebook es su única posibilidad de comunicación o forma exclusiva de interacción. La lucha por la fama y el reconocimiento en Facebook expresa un orden social que establece las sociedades contemporáneas según el sector social de clase al que se pertenece. Nadie es famoso en Facebook sino no lo es en otra esfera social de reconocimiento; incluso entre los mismo jóvenes, la magnitud de los contactos asigna un lugar entre el grupo social. La industria del entretenimiento insta de estrategias publicitarias para incidir y retomar aquello que 'le pertenece' como espacio de farándula. Los medios masivos buscarán siempre persuadir, aprovechan la información que disponen para establecer posibles audiencias ya no por el tiempo de programación como lo hacía la industria cultural por los medios tradicionales sino que se hace temáticamente y ofrecer un catálogo prediseñado limitando la capacidad de selección.

La sociedad del espectáculo en el círculo social juvenil hace que los usuarios más conectados quieran conocer y comunicar aspectos de la vida cotidiana, donde se plantea como prioridad aparecer en la web incluso cuando no hay algo por decir (Gosczyński, 2008:139). Publicar es un ejercicio cuya finalidad debe aparecer constantemente ante los demás en la red; más que el contenido, la finalidad es producir comunicación. Eso genera una inmensidad de mensajes y comentarios con poca ortografía, referenciando quizás un hipervínculo como medio para la expresión de sentimientos y afectos. Estos mensajes reafirman lazos de amistad entre mujeres, entre hombres y mujeres, pero pocas veces entre hombres. Cada mensaje de aprecio y afecto entre usuarios expresa una relación de amistad que se orienta por la lógica de tener presentes a los demás, para también nos tengan presentes en una relación mutua que alimenta la autoestima. En todo caso son un componente lúdico, social, de entretenimiento para conocer gente. Existe la tendencia a entender que la popularidad entre los jóvenes por medio de Facebook significa aparecer como popular o por lo menos parecerlo, lo cual favorece una mejor posición social del sujeto o por lo menos la intención de que publicar cae en ello. En la sociedad del espectáculo la mediatización configura una farándula, siempre habrá matices entre la forma de comunicarse con una colectividad a establecer una posible audiencia cautiva.

En ocasiones, cuando un usuario no ha ingresado en la plataforma Facebook por mucho tiempo, al correo personal le llegan al 'ausente' las informaciones y notificaciones de las acciones pendientes que tiene para actualizar. *"Hola, Edwin: Hace días que no entras en Facebook y pasaron muchas cosas en tu ausencia. Estas son algunas de las historias populares que te perdiste: [...]"*. Notificación que promueve la constante consulta o evitar la desconexión para navegar por la plataforma de la red social.

Así Facebook se consolida como parte de la industria cultural del entretenimiento, una plataforma para dinamizar las posibilidades de interacción que ofrece la oferta recreativa y recibir enormes cantidades de ingresos dinero para seguir consolidando su capital transnacional. En ese sentido, la lógica mercantil del espectáculo falsea la participación (Muñoz, 2006:67). Facebook ha hecho muchos negocios con enormes dividendos, uno por ejemplo con Miramax para ver películas o su entrada al mercado de valores. En el ciberespacio se establece la competencia por el monopolio de las comunidades virtuales, eso hace constante los intentos de compra a Twitter (El Espectador, enero 2 de 2011). La insistencia es porque ésta última es un escenario más público oficial de la vida social que

incluye personajes de la política, la farándula mundial como medio de expresión pública. Los jóvenes no tienen Twitter pero es posible pensar en un futuro cercano la sustitución de Facebook por esta tecnología. Pero al hacerlo se tendrán que ajustar a la recomposición del orden social de convertirse en los seguidores de alguien.

3.3.2 El chat y la imagen digital en la interacción mediada por el computador

¿Nace con el chat un nuevo lenguaje? Hay cambios con los cuales la tecnología de la comunicación configura nuevos usos sociales del lenguaje. Una de las reflexiones gira alrededor a los aspectos sociolingüísticos en el uso del *chat*, aplicación informática que por conexión permite la comunicación de más de un usuario simultáneamente (Mayans, 2002:19). Una comunicación mediada por computadores conectados que expresa un nuevo lenguaje entre lo oral y lo escrito, es atrayente el ambiente de confidencialidad e intimidad y sobretodo la posibilidad de estar permanentemente en contacto. Es un acto comunicativo que se crea entre los sujetos (Juárez y Llovet, 2006; 41). La plataforma en esa medida puede afianzar amistades incluso estrechar las relaciones mismas, en esa medida las redes sociales fomenta las relaciones

Desarrollo tecnológico de interacción inmediata que establece innovaciones de un lenguaje convencional. El hecho de que sea corto, conciso y fluido hace que parezca un diálogo, es decir, se comporta como lenguaje oral. Pero el hecho de conservar letras y frases hace que sea un lenguaje escrito.



La combinación de estos elementos crea nuevos significantes para la interacción que son aprovechados, desde las palabras constrictivas o ausentes de letras que facilitan la comunicación hasta el uso de iconos que juegan como expresiones faciales conocidas como “emoticones”, para acentuar ideas, expresar frases exclamativas o ironizar una expresión. El gesto se convierte en ícono, la expresión de la emoción se convierte en emoticón. Este nuevo lenguaje nació entre los mensajes breves del celular y hoy se extiende a otros artefactos de comunicación instantánea, que hacen de esta la forma social de comunicación. Lenguaje algo extraño para generaciones mayores, que tienen que interpretar inscripciones extrañas, y más cuando, sin ortografía y con alteraciones en el orden de letras, son ininteligibles, pero no para entre pares.

El *chat* establece una conversación escrita informal con elementos para establecer una situación de comunicación más personal, quizá lo más cercano a la interacción cara a cara, que trasciende lo oral y lo escrito (Ferrari, 2008; 192). Aparece como forma concreta, rápida, fácil y ágil. En adolescentes esto permite ganar confianza y seguridad por el hecho de no confrontar la presencia física de la persona. Los elementos escritos, onomatopeyas, y orales sirven para afianzar la informalidad de la expresión. Este ambiente de cierta intimidad es atrayente para los juegos de palabras; algunos con sentido cómico o invitación para la seducción y las elaboraciones fantasiosas del deseo. Los encuentros de *chat* se deben entender como interacciones, es decir, como una influencia recíproca de un individuo a otro (Goffman, 1959:21). Aunque no sean las establecidas cara a cara, lo corporal está mediado en lo tecnológico. El análisis cultural sobre la tecnología interactiva no se preocupa por la ausencia de la corporalidad en la forma de comunicación; pues ella se pone en duda, sino cual es la imagen que quiere suplantarla. Si la palabra “persona” indica etimológicamente el significado de *máscara*, y el escenario virtual como otro escenario más social a la teatralización en la interacción social. Qué pasa cuando la expresión de una identidad virtual que se interactúa desde un avatar. El ciberespacio se presta para la experimentación y el juego de roles entre adolescentes, incluso de tratar de ingresar a cuentas o personas ficticios, una joven responde “*Mmm ... PSsS en parte see por que uno puede hacer algo en vida real y en meno de cuestion de segundos se enteran de lo que paso y tambienes es horrible cuando crean perfiles falsos para afectar a gente con chismes o mentiras*” [Sic]. Aquí lo más importante es estar en contacto que el contenido de la interacción. En el *chat* como interacción social pueden existir perturbaciones provocadas como desórdenes que

establece el interaccionismo simbólico, por ejemplo debido a la ansiedad al interactuar o el desinterés por hacerlo. Señales que sirven como un lenguaje codificado que comunican el estado anímico, el interés por establecer interacción, la verosimilitud de su relato y la presentación de su personalidad.

Al chatear como investigador social se observa que los saludos son distintos según el grado de formalidad; siempre hay un tiempo para pensar en la pregunta o la respuesta, así como signos que denotan si la otra persona está animada en la conversación. También se crean unas reglas para interactuar, una de las cuales tiene que ver con el momento de cortar sin causar malestar o parecer muy intenso en la interacción, permitir una despedida o que la otra persona pueda hacer otras cosas al tiempo. Una conversación establece una ruta dialógica tan diversa que depende del grado de confianza, del modo en que nos relacionamos personalmente. Incluso en conversaciones más sinceras y personales un joven me escribió una vez *“jajajaj usted es muy teso ahora es bilingüe –jejeje habla español y mierda a la perfeccion jejeje”* [Sic]. El chat tiene horas pico, en algunos tiempos fluía más rápido la conversación incluso con grupos, otros sólo escribían cuando se les preguntaba y había un sector que se interesaba por saber que hago, aspectos muy sugerentes frente a una expectativa por actividades culturales y organizativas en la localidad, a juicio personal lo que puedo decir es hay un gran sector que está captando el mensaje. El chat permite además conservar memoria de conversaciones pasadas así como en el muro, son registros de una información que puedes limpiar cuando lo desees, un canal de mensajería personal frente a lo afectivo entre los jóvenes.

El chat permite hacerse visible o disponible para interactuar, pero con la posibilidad de mostrar la visibilidad a personas que previamente selecciono, incluso para evitar otras personas. Como no todos los contactos que tengo son amigos y a su vez no navego por todos con la misma frecuencia sino que se presentan selecciones por afinidad o cercanía, por interés o grado de referencia. Esa posibilidad de configurar la sala de chat establece un círculo social comunicativo, establecidos por relaciones más cercanas y atravesadas por sentimientos fuertes.

Como interacción social se establecen en un aquí y un ahora desde distintos lugares y temporalidades, que los hace medios únicos. Las características del *chat*, le dan

simultaneidad de los mensajes y el carácter instantáneo. Una joven expresa *“no pienso q solo sirve para una comunicacion muy probe y probmatica - probrematica - aunque no se le niega q sireve para una comunicacion duradera con persona q no se ve muy seguido” [sic]*. Es una interacción que proporciona comodidad en la expresión de pensamientos y temas, que por medio de ese diálogo escrito mediante la web crea seguridad, se percibe una forma de intimidad con el otro desde la distancia; es una posibilidad de interactuar con mucha gente, incluso con desconocidos, pero con cierta seguridad de ponerle fin a una conversación con sólo clicar, en cuyo sentido es un riesgo simulado. Al preguntarle a una joven sobre lo que genera la interacción, contesta: *“Un día me hizo un favor de unos vales de taxi..esa fue nuestra primera interaccion asi como hay por fa..gracias..y ya y nos agregamos al chat y como si nos conociamos de siempre y hablamos restisisisismo y un día me dijo q salieramos a comer y no se q y salimos y fue muy bacano. es como si realmente uno llegara a conocer al toro, sabiendo q o creo q e slo q yo pienso, q muchas veces pareciera superficial” [sic]*.

Hay una situación que propicia temas difíciles de afrontar en otro tipo de interacción. Tal vez el hecho de no exponerse a la reacción inmediata es determinante para la seguridad. El asunto del peso considerable de la corporalidad es que la reacción del cuerpo es condición denotativa en la interacción, responden a unas formas de procedimiento. Pero en la web no todo es asertividad la conversación es dinamizada por ambigüedades, malas interpretaciones y aseveraciones de lo que se plantea.

Sin embargo, por más ayuda de imágenes, sonidos e incluso de aplicaciones de comunicación audiovisual, tales interacciones no son iguales a las físicas de cara a cara. No se puede decir que esta interacción haya reemplazado los encuentros físicos; todo lo contrario: incluso desde la red social se convocan actividades para el encuentro cara a cara. Un ejemplo de ello son las actividades donde sobresale la rumba, en una ocasión mientras escribía un sábado en un café de internet de un barrio popular, observé a tres chicas conectadas en el perfil de una de ellas para cuadrar el plan de rumba, en el preámbulo del encuentro la conversación subió de tono, las acompañantes animaban a escribir cosas, incluso en un momento escribieron por ella a pesar de negarse. Al final la afectada se lamentaba de su situación quejándose sentida por la broma de sus amigas. No sólo promueve los planes de encuentro colectivo físicos sino que predispone algunos preparativos.

Sin duda uno de los problemas para adolescentes en Facebook es el chisme, ser tema de conversación para un grupo de personas, como todo chisme puede tener invenciones o exageraciones. Esa información hace del chisme hoy impactos más visibles y rápidos, un malestar que se puede causar a una persona o su red de allegados con afirmaciones fundamentadas en mentiras, o verdades parciales o que no se quiere que se difundan. Un joven señala qué es lo peor de Facebook y habla del chisme: *Viejo la mano de mentiras que se pueden decir a lo mejor todo mundo se vuelbe cineasta por que se crean unas películas q las ultimas quedan en pañales [sic].*

¿Qué pasa con la imagen digital en el mundo virtual? Las fotos son registros de reuniones o eventos sociales que referencian momentos felices, quieren cristalizar momentos agradables e importantes para quien las toma y 'cuelga'. Pero ante toda obturación de la lente hay una mirada que lo guía y que piensa en una audiencia. Si la fotografía es el registro de un hecho y el álbum familiar cuenta las historias que se quieren conservar para ser presentadas, Facebook ha tenido nuevos alcances por la capacidad tecnológica de almacenar gran cantidad de tales registros y videos disponibles para los navegantes, todos los días, las 24 horas. Ha producido una estilización de la vida personal, *myself*, una imagen propia editada por uno mismo. Incluso para quienes no publican una foto en su imagen de perfil sino un dibujo o icono, este signo tiene una significación atribuida y una interpretación que los demás hacen de ella sobre la personalidad.

La imagen proyectada puede lograr mayor expresividad como capacidad de dar impresiones efectivas al interactuar. Imágenes, fotos y videos son 'colgados' con frecuencia. Es una gran cantidad de información captada por la masificación de artefactos como celulares o cámaras en la vida cotidiana. Así se llega a la idea de un nuevo álbum digital en que la colección pone a la familia en segundo lugar, pues lo principal es el círculo de amigos. Las fotos son cristalizaciones icónicas de eventos y actividades sociales cuya publicación pretende señalar que aspectos son considerados como relevantes para la persona en su vida cotidiana, las situaciones y las acciones representan momentos divertidos y entretenidos.

El escoger determinadas fotos para colgarlas manifiesta un interés por compartir situaciones agradables con amigos y familia, en fechas consideradas como importantes o memorables que se relacionan con otras informaciones entre elogios y piropos.

Aplicaciones sobre las fotos, al ubicar el cursor encima de la imagen de la persona aparecen el correspondiente nombre, incluso en una ocasión encontré la misma aplicación en la foto de una niña, ella tan sólo con un año de edad, ser etiquetado por un familiar hace que nadie sea anónimo en la foto. A veces sobre fotos pone en evidencia de ridículo y por eso se trata de cuidar la imagen que se cuelga. Un usuario manifiesta “*shh.marikon, lo que se pone a subir too bn locota...[sic]*” le contesta “*jajajaja, ya le dije que no se fuera a poner bravooo!!*. [sic]. También las fotos permiten socializar relaciones familiares o más personales colocar la foto de la pareja en el perfil como forma denotativa de mostrar el compromiso, incluso llega ser una exigencia por alguno de los dos para evitar desengaños o colocar juntos con sus hijos para hacer visible la formalización de la familia. Con una foto se pueda obtener comentarios de elogios, o evitar aquellos de burla cuando retrata una situación poco afortunada y propensa a la broma. Son elementos sensibles para la estabilidad de su vida emocional. Con las fotos también comparto con los demás afinidades de mis planes personales como experiencias educativas y laborales.

El poder de la imagen digital rompe los límites entre artificial-natural, autenticidad-ficción, realidad-virtualidad que generan nuevas paradojas en las prácticas de representación y representaciones sociales. En este escenario virtual la imagen no se conforma con ser significativa del referente, sino sustituirlo imponiéndose como nueva unidad del signo. Ya no es la fotografía una reproducción análoga de la realidad (Barthes, 1980:20) sino que en la era digital la imagen no sólo pretende ser un fiel retrato de la realidad sino además constituirse en su propia creación, que la sustituye. Es decir, la imagen no quiere ser la representación de un objeto sino presentarse como objeto mismo, cuyo desarrollo virtual de lo visual es propio de la tecnología de la simulación. Y, como toda imagen, siempre encarna un modo de ver (Berger, 1974:15-16) para quien la registra, quien posa en ella o quien la ve. Volvemos a esa idealización del yo que, como estado narcisista, quiere borrar cualquier defecto y presentar un sujeto completo, sin falencias. Esa momificación del referente que se encuentra ahí pero en un tiempo que no es propio (Barthes, 1987:37) se ha convertido en una especie de modelaje social; una práctica que reafirma una especie de microfarándula de la vida social de los adolescentes; una suerte de espectacularización de los sucesos de la vida cotidiana en que el sujeto genera hechos para ser comentados por los demás.

El cuerpo bajo la experiencia de estar en interfase, es la nueva encarnación de las relaciones establecidas por comunicaciones mediadas por computador, en el que lo real es alterado por lo virtual, donde la autenticidad se recrea con la ficción, esa hibridez en que la tecnología como creación artificial en una relación cibernética. Tales cambios le dan más fuerza a la representación para fundar realidad en un espacio en que la imagen digital no representa sino que es creación. Hablar de virtualidad real (Castells, 1996:406) es decir que el medio web no se conforma con comunicar experiencias sino que quiere presentarse como experiencia misma. Sin duda, nos movemos en una cultura de la simulación en la cual es más cómoda la sustitución de la realidad por sus representaciones (Turkle, 1995:33). Debemos partir de que la imagen digital va más allá de la representación, pues en el mundo virtual la creación por ordenador se presenta como su propio referente material. La imagen digital busca satisfacer la pulsión escópica dada por la apetencia de ver lo que está oculto y explora las fronteras establecidas por los límites morales y el pudor. También son propios por un impulso icónico para darle un orden a lo visto. En el ciberespacio se privilegia la mirada opulenta que determina unos modos de ver, la pulsión escópica expresa prácticas en el registro de los cuerpos en constante pose y el deseo por escudriñar hasta el más íntimo detalle de sus vidas.

3.4 Narcisismo virtual y el dispositivo panóptico del espectáculo

Hay una gran paradoja en la representación de la tecnología misma, entre pensar que tenemos hoy gracias a ella, mayor libertad o limitaciones y condicionamientos. En Facebook lo es si nos permite expresar una imagen propia, más asertiva de lo que queremos proyectar, o adquirimos reglas y modelos de una sociedad del espectáculo. La imagen proyectada socialmente puede convertirse en una idealización del yo, es decir, elaboración imaginaria por el deseo de volver al período narcisista de todo sujeto. Estadio que la teoría psicoanalítica describe como el momento anterior, una vez que el infante descubre que el mundo no gira a su alrededor. Ese yo ideal se desvanece y el sujeto castrado recurre a los ideales del yo en forma de insignias culturales que pudieran alimentar ese deseo a lograr esa completud. Es así como Facebook puede ser un escenario adecuado para alimentar una burbuja donde puedo recrear un orden social que gira en torno a mí.

Es también un panóptico que se activa convirtiendo la red social en una rejilla para espiar a las personas y donde los demás pueden espiarle. Es poco probable que los jóvenes del campo urbano popular se preocupen por la posibilidad de estar en la base de datos de la CIA, o que efectivamente la central de inteligencia de verdad haga un seguimiento permanente. Sin embargo, la información que allí se 'cuelga' es utilizada en provecho de otros, desde cuando los padres deciden aventurarse a ser parte de la comunidad virtual para hacerles seguimiento a sus hijos, o en la relación de pareja de estar pendiente de las actividades del otro, hasta información importante para el marketing de las empresas. Las constantes publicaciones proporcionan detalles de la persona y de su círculo social.

Seleccionar lo que se ve, se lee y se escucha proporciona gran libertad, pero el acceso de los contenidos puede depender de colecciones ya establecidas por hipervínculos previamente diseñados. ¿Hasta qué punto las navegaciones llegan senderos de bordes o no sales de rutas ya diseñadas? Es decir, las limitaciones vienen con los usuarios y no las da el medio. Aplica aquí la definición de poder (Luhmann, 1995:14) comunicación guiada por un código que disminuye las posibilidades de elección del otro.

La tecnología es la materialización de la racionalidad de una cultura y modelo global de la organización del poder (Barbero, 1987:255); un panóptico que ejerce su efecto al inducir a quien se somete al permanente estado de vigilancia por a quién no puede ver y por eso actúa como si siempre lo observaran, garantizando el mecanismo de control. (Foucault, 1998:204). En Facebook todo lo publicado es susceptible de que lo sepan los demás. Además es de conocimiento público que los datos que se comparten en Facebook son almacenados y utilizados por los servicios de inteligencia de Estados Unidos, entre ellos la CIA, el Pentágono y el Departamento de Defensa. Por otro lado, los datos dejan de ser del usuario a partir de una cláusula que éste acepta al abrir su cuenta; la información de su vida privada pertenece ahora Facebook, así lo elimine de su perfil o cancele su cuenta. Sin ser apocalíptico, la sociedad de 1984, descrita por George Orwell, el Gran Hermano que todo lo sabe y vigila está también saber lo que se debe decir y hacer.

Pero el efecto mayor del dispositivo disciplinar de este panóptico en la red es ejercer sobre los sujetos la percepción de ser objeto de atención mediática. El espectáculo es el desvanecimiento de la distinción entre el yo y el mundo asediado por su presencia o ausencia, un desvanecimiento entre lo verdadero y lo falso en beneficio de la presencia real que garantiza la organización de la apariencia (Debor, 1999:174-175). Es la

simulación de llevar una vida social bajo los parámetros que se perciben como del espectáculo. Facebook es un panóptico virtual porque puede ser utilizado para la constante vigilancia, pero el efecto del dispositivo disciplinario es más creer ser el centro del lente o el comentario. En la sociedad del espectáculo la información que se cuelga se hace para ser referenciado siempre por los demás así en realidad solo sea consultada por unos pocos, incluso por nadie.

Allí está el narcisismo, esa percepción que el mundo giro en torno al sujeto o a su proyección mediática del yo. Se relacionan con el goce como satisfacción de la carga libidinal, nuevas formas de producción y modalidades de subjetividad, propias de la producción del capitalismo moderno y del desdibujamiento de la posmodernidad. Las fotos expresan una exaltación narcisista del yo que está contenido generalmente en el álbum personal de los usuarios. La mayoría de imágenes oscila entre las típicas poses ante la cámara, registros de reuniones sociales, hasta aquellas tomadas sin mayor distancia que la del brazo extendido, donde uno mismo es modelo y fotógrafo a la vez. Los reflectogramas son una expresión cultural de presentarse visualmente ante los demás en una condición del cuerpo en pose, una suerte de modelaje en la vida social que lleva. Para Juan Fontcuberta los reflectogramas son autorretratos para juegos de la seducción y rituales de comunicación. Entonces, el ciberespacio tenderá siempre a hiperbolizar la presentación de la persona, no porque el sujeto quiera o sea consciente de ello sino por el telón donde es presentado. Esta fachada, en términos de interaccionismo simbólico, se entiende como representación colectiva, como realidad empírica (Goffman, 1959:39), presentación en sociedad con un grado de influencia que funciona regularmente como dotación expresiva para darle validez a quien procede en la interacción.

Si las miradas o los registros visuales no son inocentes ni objetivos ni neutros, ello se explica porque están ligados a una historia colectiva del grupo social al que pertenecen, que al mismo tiempo contribuyen a organizar y construir nuevas percepciones (Gubern, 1987:37). Para todo el mundo es importante la manera como los demás nos reconocen y estiman. La fuerza de la imagen personal proyectada dentro de la sociedad del espectáculo permite una idealización de ese yo presentado, una elaboración del orden de lo inconsciente de un narcisismo virtual donde no hay errores y es posible editar pequeños defectos.

En otras plataformas, como *Second life*, la fuerza del perfil creado tiene una extensión de simulación corpórea, un poder inusitado que desarrolla más claramente la figura del avatar, que significa en la mitología hindú una persona cuya identidad es ficticia. El Avatar puede hacernos pasar un mal rato debido a enemistades como efectuadas por *jackers* para tomar una identidad virtual personal, ante esto una joven publica “maldita sea los que intentan jackearme... quiero mi otro face... ash [sic].” la segunda parte de la oración indica un cambio de cuenta, creando otra nueva con el mismo usuario. Incluso esta red social es susceptible a los hackers, los virus son expresiones de precaución por afectar a los ordenadores (El Espectador, 28 de enero de 2011). El avatar también es utilizado en Facebook como la creación de un personaje ficticio que se pone en interacción con los demás; por ejemplo, se sabe de la creación del perfil de una exuberante mujer, creado por dos jovencitas para burlarse de los hombres que conocen. El mismo *nick name* es una forma de presentación tenue de avatar que algunos utilizan para rebautizarse con un seudónimo virtual.

Pero ante varias formas de dominación, hay formas de resistencia. Así se generan dinámicas de emancipación o cooptación de individuos, y se establecen relaciones sociales de ejercicios de poder que buscan resistir y subvertir el orden simbólico y social. Un ejemplo de lo anterior es el modo como se utiliza el humor, y el sentido de bromas que sirven de mediaciones frente a contenidos bastante gaseosos y plásticos. La mediación se da incluso con la misma plataforma Facebook, una joven expresa “*pues no se tal vez que es un sitio muy comun y no tiene no se c¿ novedad en su contenido, entonces por eso todo se vuelve monotono y al entrar a facebook se hace lo de costumbre, las mismas cosas*” [Sic]. Otras reivindican lo popular antes de lo digital “*Yo no tuve blackberry, ni Wii, ni Play Station, ni Xbox. Yo jugaba al escondíte, stop, a la lleva...La hora de irme a casa era cuando oscurecía y mi mamá no me llamaba al celular sino que gritaba: PA' DENTRO!..Jugaba con mis amigos en vez de chatear, jugábamos con tierra y no existía gel antibacterial! Q infancia mas bacana!Pega esto en tu muro si tomaste AGUA d una MANGUERA y aun así SOBREVIVISTE...“[sic]. O campañas que algunos jóvenes apoyan y difunden, lo cual permite reflexionar sobre Facebook: “*Facebo”on” encendido para ver lo que haces y dejás de hacer “actúa bajo el poder de facebook” recuerda tu facebook esta facebo”on” no lo olvides te vigilan las redes sociales, la internet y el fbi no cierras el facebo”on” necesitamos tu informacion privada*” [sic].*

También se han encontrado otras formas de utilizar Facebook, tal el caso de Camilo, joven egresado del Colegio Veinte de Julio. Desde su época de estudiante en décimo, ya hace tres años, hace un programa en una emisora virtual llamada Radialidad <http://radialidad.blogspot.com/>, que emite los lunes, miércoles y viernes de 7:30 a 9:00 de la noche, su lema “Radialidad, donde tu opinión sí cuenta de verdad”. Además de ser para él una forma de contacto y comunicación, es un medio para reportar sintonía, crear un club de amigos, y recoger opiniones o comentarios sobre los programas de la emisora. Radialidad llegó a realizar varios espacios para la Emisora Comunitaria Vientos Estéreo, los martes en la noche por la 94.4 de la FM, en una franja llamada Cuartafonía. Este es un ejemplo de usos alternativos que algunos jóvenes hacen de la red, pero no es una tendencia mayoritaria.

El uso compulsivo de Facebook se torna indicativo como ‘problema’ para quienes tienen la necesidad de conectarse a Facebook para llevar una vida social se hace bajo la lógica “publico luego existo”. La Academia de Pediatría Americana indica que existe depresión en Facebook (El Universal, 28 de marzo de 2011) que produce aislamiento social, poca autoestima y gran cantidad de tiempo en el computador. Incluso el debate ha llegado al punto de catalogar la adicción a internet como enfermedad mental (Enter.co 15 de febrero de 2012) puede generar una sensación de infelicidad, ver gente alegre podría generar sentimientos de envidia y tristeza. Se entiende que la única manera de ser tenido en cuenta por los otros es estar publicando constantemente, y que para ser centro de los demás no existe otro medio que la red social Facebook.

La urgencia de estar publicando no responde sino a la necesidad de encontrar en el ciberespacio una audiencia le interesada para no sentirse solo y anónimo. Facebook es un escenario colectivo, social, virtual, de interacciones que hacen parte de la vida pública de los individuos, en la cual existe la necesidad de sentirse incluido en el círculo social por medio de publicaciones. El problema está en lo obsesivo de estar constantemente publicando algo o conectado con mayor frecuencia para no ser invisibilizado por los demás. Esta realidad no es una novedad para las personas que comprenden las dificultades que acarrea Facebook en su vida. ¡Hasta existen grupos! “Si el *face* no existiera, tendría menos peleas, celos y más tiempo libre”.

El potencial de Facebook depende de su capital cultural para explorar múltiples informaciones o ejercer cierto agenciamiento ciudadano desde la comunicación. Sin

embargo, los cuerpos en simulación por la tecnología le dan relieve a la representación virtual sobre la realidad. Creer que todo lo publicado es observado por todos es alimentar ese egocentrismo. No es el impacto que alguien genera en los demás sino la imagen que haga de sí mismo y que cree que es tan cierta hasta el punto de idealizarla. Es una suerte de espectacularización de los sucesos de la vida cotidiana que deja sinsabores cuando la práctica recreativa no va acompañada por otras ofertas inmovilizando del cuerpo frente a un artefacto y la limitación de la mente para explorar contenidos en la web que inciden en alimentar los egos.

3.4.1 La felicidad de la vivencia emocionante y el mensaje emotivo

La felicidad es un significado que esconde las expresiones “sentirse y pasarla bien”. Ser feliz pasa por momentos alegres y agradables que se comparten con quienes son importantes para alguien: *“a celebrar!! por qué?...sencillo en estos días estamos terminando una etapa de nuestras vidas para comenzar a afrontar la vida. y cómo debemos terminar esta etapa?:llena de alegría, con reconciliación de las personas q valen la pena, keriendo + a lo amigos(hermanos),recordando 100PRE kienes somos y nunca olvidar q la felicidad no es la meta, es el kmino q recorreremos para llegar a la meta [sic].* En Facebook, felicidad, desde el entretenimiento, estaría en el interés de registrar por publicar esos momentos felices de la vida, conocer a manera de interés o chisme lo que opinan los demás, y por eso se navega en aquello que los demás publican. Con la tecnología, el entretenimiento se presenta como práctica de esparcimiento y recreación en que prima la visión de estar conectado. Los ríos de información que saturan a los sujetos de la red social dejan por fuera a quien no participe o se pierda de las informaciones ‘colgadas’. Estar entretenido conectado está relacionado con una actitud inmóvil y cautiva por la velocidad del espectáculo que se emite, capta la atención en determinado tiempo donde se dan procesos de identificación con asuntos ficticios pero tendiente a ser presentada como real. Los jóvenes mismos señalan al entretenimiento como actividad donde “se engloba la gente”, “una atención en algo que lo saque a uno”. Así, el entretenimiento se sostiene en un discurso orientado a construir mundos imaginarios cuyo fin es desrealizar lo real (Urresti, 2008:50), en tanto que transporta a historias que generan emociones a las que se les da importancia, incluso en el mismo nivel de aquellas que se viven de verdad. Frente a la vivencia emocionante y el mensaje

emotivo, FaceBook permite vincular información sobre los sucesos personales a los que considero importantes para compartir con los demás, sobre todo aquellos momentos definidos como felices. En ese medida permite poder compartir información con amigos para estrechar relaciones sociales. La felicidad significa estar y sentirse bien que contiene la realización de unas idealizaciones de momentos de alegría para compartir con cercanos, familiares y amigos. Puede presentarse para algunos jóvenes que llevan una vida social activa significar conectarse frecuentemente a FaceBook. Más aún por la ausencia de ofertas recreativas reafirmará la opción por encontrar en internet una fuente para la diversión y el entretenimiento motivando un uso compulsivo para estar sentado frente a un computador en conexión la mayor parte del tiempo.

4. Conclusiones y recomendaciones

A pesar que internet ofrezca la posibilidad de acceder a una información global, las restricciones o limitaciones están establecidas por las condiciones sociales de los usuarios. Sólo una tercera parte de los jóvenes tiene un computador conectado a la red. Pero hay algo más: la navegación está determinada por sus gustos, muy susceptibles de ser establecidos por la industria cultural y los medios de comunicación masiva.

La constitución del sujeto *ciborg* indicaría el hecho que se dinamice la presentación de la persona en la vida social entre jóvenes por la red social virtual y, exclusivamente establezcan una comunicación mediada por un computador. Se trata de una práctica cada vez más fuerte en los procesos de identificación y construcción de personalidad juvenil.

Los tiempos de permanencia frente al televisor o de sintonía radial son ahora compartidos con la pantalla del ordenador. Los tradicionales medios parecen diluirse en el nuevo escenario virtual, pero siguen emitiendo información desde la web y creando nuevas audiencias. En la relación entre medio y audiencia, esta última tiene un papel más activo, en tanto que ahora puede seleccionar contenidos hasta crear una programación propia.

El impacto del uso de la plataforma de la comunidad virtual en los jóvenes de San Cristóbal crea de nuevo tensión entre la dinámica global cultural del sujeto *ciborg* y la tendencia de la relación centro-periferia en la constitución del joven urbano popular. Queda abierta la pregunta sobre la nueva reconfiguración del campo urbano popular con estos nuevos cambios.

Facebook como herramienta tecnológica, pone de plano la implicada tríada de las relaciones sociales, los consumos culturales y los medios de comunicación, en una tensión que puede darle mayor libertad de expresión y acceso a la información o instaurar las nuevas reglas de la sociedad del espectáculo virtual.

La imposibilidad de disfrute de ofertas recreativas hace de la localidad sea considerada como aburrida y la calle como escenario de construcción de su propio orden social para adolescentes tiene una extensión de encuentro más segura en la conexión en casa por las noches, en especial para las mujeres, una alternativa real es Facebook.

Por las múltiples posibilidades que ofrece internet para los usuarios se consolida la representación social del ciberespacio. Sin embargo, este al ser mediado por el costo de acceso se construye un esfera pública dentro de una plataforma privada.

Dentro del círculo social que se establece en Facebook, por estilización y mediatización en la manera como se edita la presentación del yo en sociedad asemeja a una vitrina cibernética que persuade para su consulta.

El poder de la imagen digital rompe los límites entre artificial-natural, autenticidad-ficción, realidad-virtualidad que generan nuevas paradojas en las prácticas de representación y representaciones sociales.

En la sociedad del espectáculo comienza a configurar una farándula gracias a la mediatización en la red donde surgen matices de comunicarse con una colectividad o establecer una posible audiencia cautiva.

La felicidad significa estar y sentirse bien, contiene la realización de unas idealizaciones de momentos de alegría para compartir con cercanos, familiares y amigos. Frente a la vivencia emocionante y el mensaje emotivo, FaceBook permite vincular información sobre esos sucesos personales a los que considero importantes para compartir con los demás, sobre todo para decir yo también soy feliz y estas son las evidencias de ello.

La comunicación establecida por chat es una interacción dada en un tiempo compartido en el ciberespacio mediada por computadores conectados a internet. Con ella nace un nuevo lenguaje entre lo oral y lo escrito en un ambiente de confidencialidad íntima y la posibilidad de estar permanentemente en conexión.

El objeto central del presente análisis trasciende un estudio juvenil para dirigirse a los procesos de significación compartida que describen una nueva actitud ante la información y comunicación, cómo ellas influyen en el lugar social que ocupa dentro de un círculo social de amigos, a una simulación de fama de la vida social donde la imagen se liga a la apariencia.

Los procesos de significación compartida tienen una lógica de mentalidad propia de esta época, en la cual la percepción se pierde ante la velocidad de información que no da tiempo para la reflexión, impone estar atento en la dispersión simultánea de información y disperso en la atención unilineal que implica una mayor concentración.

Es un escenario de confrontación de ideologías, la libertad de expresión no solamente es permitida sino que además llega a movilizar. Pero un panóptico virtual hace de aquello que se diga pueda ser conocido por mucha gente y organizaciones desconocidas. Es innegable la posibilidad de estar vigilado, pero en la plataforma la comunicación guiada por un código que reduce las posibilidades de selección limitando otras navegaciones alternativas, en eso consiste el poder en Facebook.

Facebook es el escenario de la liberación del deseo que va de la mirada opulenta a las poses corporales, con un sentido voyerista frente a los reflectogramas que alimenta el interés por conocer personas, o establecer relaciones amorosas y de amistad. Igualmente, el hecho de poder editar imágenes y presentadas a las demás establece un lugar de realce individual con una fijación relativa a la imagen que se presenta, alimentando formas de narcisismo. Esto puede tener problemas sobre la autoestima a partir de la consulta y los comentarios del perfil que pueden afectar al usuario, generando un mayor tiempo en el uso de la red social y la publicación de informaciones con el único interés de aparecer constantemente para ser tenido en cuenta.

En el núcleo de las representaciones de diversión y entretenimiento es común por “sentirse y pasarla bien”, lo que puede caracterizar el significado de ser feliz, aspecto que en la red es la posibilidad de registrar el hecho, mediatizado para comunicárselo a los demás. Una felicidad frágil y fugaz, como expresión de anhelo para cristalizar esos momentos en fotografías acompañadas de comentarios y otros signos indicativos para ser reconocido.

De otro lado, el humor es fuente de alegría que puede dinamizar las interacciones, ser una mediación de los consumos culturales o convertirse en la constante actitud de “coger de parche a alguien”, hasta el punto de tornarse en problema de violencia simbólica y agresiones como matoneo virtual

En la era digital, los signos virtuales no representan objetos sino que buscan simular una realidad, quiere reemplazarlos. De esta manera, los códigos propios de los sistemas de

información le dan mayor fuerza al poder de símbolos y signos para ser tenidos en cuenta, como regímenes de verdad.

Las representaciones sociales, como conjunto de marcos compartidos para la construcción de sentido, ubican a Facebook como divertido y entretenido, en la medida que alberga el mismo acto social de interacción que contiene los dos sentidos: lugar de encuentro entre pares eje central de la diversión y medio más efectivo para seducir y cautivar a los jóvenes como entretenimiento. El punto es quiénes dejan limitar sus opciones de diversión por entretenimiento, por ejemplo como se refleja en la inmovilidad del cuerpo.

El dispositivo disciplinar de Facebook pone al sujeto en la simulación de estar en una farándula, mediatiza todo lo que pasa en la vida cotidiana, reafirmando cada vez más las prácticas de la sociedad del espectáculo.

A. Anexo: Listado de los colegios donde se aplicó el taller

1. Listado de los colegios donde se aplicó el taller:

N°	Institución Educativa	Jornada	Característica	Grado	Total
1	CED. Veinte de Julio	Tarde	Publico mixto	Noveno	30
2	CED. Veinte de Julio	Tarde	Publico mixto	Décimo	23
3	CED. Veinte de Julio	Tarde	Publico mixto	Undécimo	34
4	CED. Juana Escobar	Tarde	Publico mixto	Undécimo	11
5	CED. Juana Escobar	Tarde	Publico mixto	Décimo	21
7	CED. Juana Escobar	Tarde	Publico mixto	Undécimo	14
8	Colegio Monseñor Bernardo Sánchez	Mañana	Privado mixto	Noveno	36
9	Colegio Monseñor Bernardo Sánchez	Mañana	Publico mixto	Décimo	22
10	Colegio Monseñor Bernardo Sánchez	Mañana	Publico mixto	Noveno	36
11	CED. Enrique Olaya Herrera	Mañana	Publico mixto	Undécimo	27
12	CED. Enrique Olaya Herrera	Mañana	Publico mixto	Undécimo	35
13	Colegio Cooperativo Altamira	Mañana	Privado mixto	Noveno	34
14	Colegio Cooperativo Altamira	Mañana	Privado mixto	Décimo	33
15	CED. José Acevedo y Gómez	Mañana	Publico mixto	Undécimo	19
16	CED. José Acevedo y Gómez	Mañana	Publico mixto	Décimo	13
17	CED. José Acevedo y Gómez	Mañana	Publico mixto	Noveno	12
18	Colegio Isaac Newton	Mañana	Privado Mixto	Décimo	37
19	Colegio Isaac Newton	Mañana	Publico mixto	Noveno	29
20	Centro Educativo Adoratrices	Mañana	Privado femenino	Décimo	30
21	Centro Educativo Adoratrices	Mañana	Privado femenino	Undécimo	26
22	Centro Educativo Adoratrices	Mañana	Privado femenino	Noveno	35

Ubicación de colegios en la Localidad

Bibliografía

- ATI Asociación de Trabajo Interdisciplinario (2003) *Conflicto urbano y jóvenes. Estado del arte* Corporación Juan Bosco, Instituto Popular de Capacitación de Medellín, Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio. PDMM, Difundir Ltda. Bogotá.
- Abric, Jean- Claude (1994) *Prácticas sociales y representaciones sociales* México DF: Ediciones Corporación S.A.
- Abric, Jean- Claude (1993) *Central system, peripheral system: Their functions and roles in the dynamics of social representations* en *Papers on social representations*, Vol. 2.
- Alcaldía Mayor de Bogotá y Acción Comunal. 2003. *Situación socioeconómica de la juventud en Bogotá 2002-2003*. Bogotá.
- Bally, Charles y Schehaye, Albert (1987) Fernand de Saussure. Curso de lingüística general Madrid: El libro de Bolsillo, Alianza Editorial.
- Banchs, María A, Agudo Guevara, Álvaro y Astorga, Lislie (2007) *Imaginario, representaciones y memoria social en Espacios imaginarios y representaciones sociales. Aportes desde Latinoamérica*. Barcelona: Universidad Autónoma Metropolitana, Anthropos.
- Barbero, Jesús Martín (1987) *De los medios a las mediaciones* Barcelona: Ediciones Gili S.A.
- Barbero, Jesús Martín (2000) *Las industrias culturales en Series de Cuadernos de trabajo N° 22*. Bogotá: Facultad de Ciencias Humanas, Centro de Estudios Sociales, Universidad Nacional.
- Barbero, Jesús Martín (1998) *Jóvenes: des-orden cultural y palimpsestos de identidad en Viviendo a toda. Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades*, Cubides, Humberto. Bogotá: Siglo del Hombre Editores
- Barthes, Roland 1990 (1980) *La cámara lúcida. Notas sobre la fotografía* Barcelona: Ediciones Paidós.
- Barthes, Roland (1971) *Elementos de semiología* Madrid: Alberto Corazón Editor.
- Baudrillard, Jean (2009) *La sociedad del consumo* Madrid: Siglo XXI Editores S.A.
- Berger, John (1974) *Modos de ver* Barcelona: Editorial Gustavo Gili S.A.

- Bermúdez, Oscar Miguel (1997) *Cultura, espacio público y uso del tiempo libre. Informe de investigación*. Bogotá.
- Camargo Abello, Marina (1995) Hacia la construcción de una etnografía del adolescente en Colombia. Proyecto Atlántida Universidad Pedagógica Nacional Centro de investigaciones – CIUP- Departamento de psicopedagogía - fundación FES.
- Castells, Manuel. (1997) “La era de la información. Economía, sociedad y cultura”. Volumen 1 La sociedad en Red. Madrid: Alianza Editorial.
- Centro de Investigación para el Desarrollo CID y Alcaldía Mayor (2003) La educación y el trabajo para los jóvenes bogotanos: situación actual y políticas distritales Bogotá.
- Cubides C., Humberto J. (1998) “*Viviendo a toda*” *Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades*. Siglo del Hombre Editores. Bogotá.
- Debord, Guy (1999) “La Sociedad del Espectáculo” Pretextos Valencia.
- Doise, Willem; Clémence, Alain y Lorenzi Cioldi, Fabio 2005 (1992) Representaciones sociales y análisis de datos. Instituto Mora. México.
- Dor, Joel 1989 (1985) *Introducción a la lectura de Lacan. El inconsciente estructurado como un lenguaje* México: Gedisa Editorial.
- Eco, Umberto 1988 (1973) *Signo* Barcelona: Editorial Labor S.A.
- Elias, Norbert y Dunning, Eric (1992) “Deporte y ocio en el proceso de la civilización” México: Fondo de Cultura Económica.
- Feixa, Carlos. 1998. *De jóvenes, Bandas y Tribus. Antropología de la juventud*. Barcelona: Editorial Ariel.
- Flichy, Patrice (2003) “Lo imaginario de internet” Editorial Tecnos, Madrid.
- Foucault, Michael 1998 (1975) *Vigilar y castigar. Nacimiento de la prisión* Madrid: 27ª edición Siglo Veintiuno Editores.
- García Canclini, Néstor (1995) *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización* México: Editorial Grijalbo.
- Goffman, Erwing (1959) *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Gómez, Rocío del Socorro y González, Julián. (2003) *Design: Designar/diseñar el cuerpo joven y urbano*. Santiago de Cali: Universidad del Valle.
- González, Jorge Iván. 2003. *La educación y el trabajo para los jóvenes bogotanos: situación actual y políticas distritales*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, Alcaldía Mayor de Bogotá.

- Gubern; Román (1987) *La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea* Barcelona: Editorial Gustavo Gili S. A.
- Hall, Stuart 2002 (1997) *Representations: Cultural Representations and Signifying Practices* London, Sage Publications, traducido por Elias Sevilla Casas, Instituto de Estudios Peruanos, Lima.
- Havery, David (2007) *Espacios del capital: Hacia una geografía crítica*, Madrid: Ediciones Akal.
- Hine, Christine (2004) *Etnografía virtual* traducción por Cristian Hormazábal. Barcelona Editorial UOC.
- Huizinga, Johan (1972) "Homo ludens" Alianza Editorial, Madrid.
- Jaramillo, Jaime Eduardo (Coordinador) (1997) "Actores sociales y culturales. Para que el sur... oriente" Departamento de Sociología, Universidad Nacional, Bogotá.
- Juárez Gil, Adriana y Llovet Montse, Vall-Illorera (Coords.) (2006) *Jóvenes en cibercafés: la dimensión física del futuro virtual* Bogotá: Editorial UDC.
- Lipovetsky, Gilles y Roux, Elyette 2004 (2003) *El lujo eterno. De la era de lo sagrado al tiempo de las marcas* Barcelona: Anagrama.
- Luhman, Niklas 2000 (1996) *La realidad de los medios de masa* Barcelona: Universidad Iberoamericana, Anthropos.
- Luhman, Niklas 1995 (1975) *Poder* Universidad Iberoamericana Anthropos. Barcelona.
- Maffesoli, Michael (2009) "Cibercultura y masturbación una comunión posmoderna de los santos" Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional, Bogotá.
- Martínez Ojeda, Betty. (2006) "Homo digitalis: etnografía de la cibercultura Bogotá" Universidad de los Andes, Facultad de Ciencias Sociales, Departamento de Antropología, Centro de Estudios Socioculturales e Internacionales-CESO, Ediciones Uniandes, Bogotá.
- Mayans I Planells, Jean (2002) "Género Chat. O cómo la etnografía puso un pie en el ciberespacio" Gedisa Editorial, Barcelona.
- Mead, George (1973) "*Espíritu, persona y sociedad*" Paidós. Buenos Aires.
- Miñana Blasco, Carlos (Director) (2006) *Alternativas Educativas para el uso del tiempo extraescolar* Programa de fortalecimiento de la capacidad científica en la educación básica y media Red. Bogotá.
- Moscovici, Serge 1985 (1981) *La era de las multitudes. Un tratado histórico de psicología de las masas.* México: Fondo de Cultura Económica.

- Moscovici, Serge, Mungy, Gabriel y Pérez, Juan Antonio (1991) *La influencia social inconsciente. Estudios de la psicología social experimental*. Barcelona: Anthropos.
- Muñoz, Germán (2000) Matriz de comprensión de la cultura técnica en Industrias culturales. Bogotá: Centro de Estudios Sociales, Universidad Nacional.
- Muñoz González, Germán (2006) “La comunicación en los mundos de la vida juvenil. Hacia una ciudadanía comunicativa” Tesis de doctorado CINDE, Manizales.
- Naciones Unidas (2011) “Objetivos de desarrollo del milenio” Naciones Unidas Nueva York.
- Santrock, John W. (2004) *Psicología del desarrollo en la adolescencia*, Madrid: Mc Graw Hill.
- Sturken, Marita y Cartwright, Lisa (2001) *Practices of looking. An introduction to visual culture* Nueva York: Oxford University Press.
- Sunkel, Guillermo (1991) *El consumo cultural en América Latina* Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Rodríguez Leuro, Jairo Antonio (1998) “Jóvenes, cultura y ciudad” Observatorio de Cultura Urbana, Instituto Distrital de Cultura y Turismo, Bogotá.
- Turkle, Sherry (1997) “La vida en la pantalla: la construcción de la identidad en la era de Internet” Editorial, Paidós, Barcelona.
- Todorou, Tzveton (2009) “Comprender, imaginar, adivinar” Le Monde Diplomatique, abril, Edición Colombia.
- Urresti, Marcelo (editor) (2008) *Ciberculturas juveniles: los jóvenes, sus prácticas y sus representaciones en la era de Internet*, La Crujía Ediciones, Buenos Aires.
- Williams, Raymond. 1992. “Tecnologías de la comunicación e instituciones sociales” En *Historia de la comunicación*. Barcelona: Bosch casa Editores
- Willis, Paul. 1988 (1979). *Aprendiendo a trabajar. Cómo los chicos de la cales obrera consiguen trabajos de clase obrera*. Madrid: Ediciones AKAL S.A.
- Yúdice, George (1999) *La industria de la música en la integración América Latina-Estados Unidos en Las industrias culturales en la integración Latinoamericana* (Coor.) García Canclini, Néstor y Moneta, Carlos Universidad de Buenos Aires.

Artículos en revistas

- Balardini, Sergio Alejandro “Jóvenes e identidad en el ciberespacio” oct 2000 en Revista Nómadas No.13 *La singularidad de lo juvenil*. Bogotá: Universidad Central IESCO. Págs. 100 – 110.

- Feixa, Carlos. 2000 “Generación @ la juventud en la era digital” en Revista Nómadas No. 13. *La singularidad de lo juvenil* Octubre 2000. Bogotá: Universidad Central IESCO Págs. 76-94.
- Rueda Ortiz, Rocío (2008) “Cibercultura: metáforas, prácticas sociales y colectivos” en Revista Nómadas número 28, abril, Bogotá.
- Rueda Ortiz, Rocío (2004) “Conflicto, educación y diferencia cultural” en Revista Nómadas No. 13, Págs. 70-81, Bogotá.
- Rueda Ortiz, Rocío (2004) “Tecnocultura y sujeto cyborg: esbozos de una tecnopolítica educativa” en **“Medios de comunicación: tecnologías, política y educación” Revista Nómadas, número 21, octubre, Bogotá.**

Capítulos en volúmenes o compilaciones

- Barbero, Jesús Martín. (1998). “Jóvenes: des-orden cultural y palimpsestos de identidad” En “Viviendo a toda” Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades, Cubides, Humberto et al. Bogotá: Siglo del Hombre Editores.
- Barbero, Jesús Martín (1998) *Experiencia audiovisual y desorden cultural* en *Cultura, medios y sociedad* Barbero, Jesús Martín y López de la Roche, Fabio Ed. Bogotá: Centro de Estudios Sociales, Universidad Nacional.
- Boulle, Julieta *Cibercafés o la nueva esquina* (2008) en *Ciberculturas juveniles: los jóvenes, sus prácticas y sus representaciones en la era de Internet*. La Crujía Ediciones, Buenos Aires.
- Fernández, Jeansalle, Julia (2008) “Doble clic. Internet y jóvenes de clase media” en *Ciberculturas juveniles: los jóvenes, sus prácticas y sus representaciones en la era de Internet*. Urresti, Marcelo (ed.) La Crujía Ediciones, Buenos Aires.
- Ferrari, Ricardo *Ni oral, ni escrito: la sociabilidad del chat* (2008) en *Ciberculturas juveniles: los jóvenes, sus prácticas y sus representaciones en la era de Internet*. Urresti, Marcelo (ed.) La Crujía Ediciones, Buenos Aires.
- Hall, Stuart (1998) *Significado, representación, ideología: Althusser y los debates posestructuralistas* en *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo*. Curran, James, Morley, David y Walkerdine, Valerie Ed. Barcelona: Ediciones Paidós.
- Jaramillo, Jaime Eduardo (1998) *Formas de sociabilidad y construcción de identidades en el campo urbano popular* en *Cultura, medios y sociedad* Barbero, Jesús Martín y Lopez de la Roche, Fabio (Editores) Centro de Estudios Sociales, Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional de Colombia. Bogotá.
- Margulis, Mario y Urresti, Marcelo (1998) “La construcción social de la condición juvenil” En “Viviendo a toda” Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades, Cubides, Humberto; Laverde Toscano, María Cristina y Valderrama, Carlos Eduardo Ed. Bogotá: Siglo del Hombre Editores y Departamento de Investigaciones Universidad Central.

- Perea, Carlos Mario (2000) “*De la identidad al conflicto: los estudios de juventud en Bogotá*” en “*Cultura y región*” Martín Barbero, Jesús, López de la Roche, Fabio y Robledo, Ángela (Editores) Bogotá: CES Universidad Nacional.
- Serrano, José Fernando. (1998) “Somos el extremo de las cosas. O pistas para comprender culturas juveniles hoy” En “*Viviendo a toda*” Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades, Cubides, Humberto; Laverde Toscano, María Cristina y Valderrama, Carlos Eduardo Ed. Bogotá: Siglo del Hombre Editores y Departamento de Investigaciones Universidad Central.
- Valenzuela, José Manuel. (1998) “En “*Viviendo a toda*” Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades, Cubides, Humberto; Laverde Toscano, María Cristina y Valderrama, Carlos Eduardo Ed. Bogotá: Siglo del Hombre Editores y Departamento de Investigaciones Universidad Central.

Artículos en internet

- ABC, Digital 20 de enero de 2010 tomado de <http://www.abc.com.py/curiosidades/jovenes-de-eeuu-son-consumidores-voraces-de-tecnologia-61156.html>
- AFP, El Espectador, 29 de diciembre de 2010 tomado de <http://www.elespectador.com/tecnologia/articulo-242668-facebook-destrona-yahoo-y-toma-tercer-lugar-de-sitios-web-mas-vi>
- El Espectador, enero 2 de 2011 tomado de <http://www.elespectador.com/tecnologia/articulo-243178-twitter-rechazo-2008-millonaria-oferta-de-compra-de-facebook>
- El Espectador, 28 de enero de 2011 tomado de <http://www.elespectador.com/tecnologia/articulo-247563-dos-nuevos-virus-utilizan-facebook-atacar-computadores>
- El Espectador, 2 de febrero de 2012 tomado de <http://www.elespectador.com/tecnologia/articulo-324452-facebook-triunfa-latinoamerica-y-transforma-redes-sociales>
- El Tiempo 4 de febrero de 2008 tomado de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-3945957>
- El Tiempo 13 de septiembre de 2011 tomado de http://www.eltiempo.com/justicia/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-10350365.html
- El Universal, 28 de marzo de 2011 tomado de <http://www.eluniversal.com.mx/notas/754855.html>
- Enter.co 15 de febrero de 2012 tomado de <http://www.enter.co/vida-digital/la-adiccion-a-internet-podria-ser-graduada-de-enfermedad-mental/>

- Navarro, Pablo 1995 "La encuesta como texto: un enfoque cualitativo" V
Congreso Español de Sociología, septiembre, Granada.
<http://www.netcom.es/pnavarro/Publicaciones/EncuestacomTexto.html>
- Portafolio, 27 de mayo de 2012 tomado de <http://www.portafolio.co/economia/accion-facebook-comenzara-cotizar-manana-38-dolares>

Filmografía

- Red Social (David Fincher, 2012, 120 min., Estados Unidos).

Exposición

- Joan Fontcuberta, a través del espejo. Exposición fotográfica. **Casa de Moneda del Banco de la República, piso 2 mayo 5 - junio 27 de 2011 Bogotá.**