



**Congreso Internacional
Jóvenes Construyendo Mundos**

“Capacidades y Límites De Una Acción Transformadora”

14 y 15 octubre 2010 Círculo de Bellas Artes – Madrid

**Las redes sociales como espacios de sociabilidad de
la generación digital.**

Lucía Moreno Malillos

Panel 1

LAS REDES SOCIALES COMO ESPACIOS DE SOCIABILIDAD DE LA GENERACIÓN DIGITAL

LUCÍA MERINO MALILLOS

UNIVERSIDAD DEL PAÍS VASCO/EUSKAL HERRIKO UNIBERTSITATEA

TIPO DE APORTACIÓN: COMUNICACIÓN

PANEL 1: RELACIONES PERSONALES, AFECTIVAS Y ENTRE GÉNEROS:

¿LOS LÍMITES DEL CAMBIO?

FORMATO: TEXTO ESCRITO

INTRODUCCIÓN

La penetración de la cultura digital en la vida cotidiana está produciendo numerosos cambios en las formas de relación entre personas. Son los jóvenes quienes mejor se están adaptando a esos cambios, ya que utilizan de forma natural e intuitiva las nuevas tecnologías para una diversidad de prácticas cotidianas que van desde la comunicación al ocio. De ahí que sean considerados nativos digitales y que se haga necesario reflexionar sobre las prácticas y significados que los jóvenes producen como agentes activos de lo social en su quehacer tecnológico cotidiano.

Las redes sociales online se han erigido como las plataformas de relación e interacción preferidas para una generación de jóvenes que ha crecido rodeada de aparatos tecnológicos. No sólo hacen un uso cotidiano y constante de ellas, sino que las consideran estrategias propias de relación. Proponemos una aproximación sociológica al fenómeno de las redes sociales online, las cuales constituyen para los jóvenes una herramienta comunicativa e interactiva de primer orden.

La comunicación que a continuación presentamos pretende mostrar algunos de los elementos analíticos del trabajo de campo de nuestra tesis doctoral, así como una exposición somera de la articulación teórica desde la que hemos abordado nuestra investigación. Conscientes de que fuera quedan elementos y pautas de análisis de gran interés sociológico, nuestra intención es mostrar, dentro de las limitaciones que una comunicación supone, una primera aproximación a la sociabilidad de los jóvenes a través de las redes sociales.

PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

En las investigaciones sobre jóvenes y nuevas tecnologías a menudo se parte de planteamientos que distan de reflejar la realidad cotidiana de los jóvenes y su relación con lo tecnológico. Cuando uno se acerca a los jóvenes y les pregunta por sus prácticas tecnológicas se encuentra con un entramado simbólico y relacional que, lejos de ser problematizado, es asumido como entorno natural en el que actuar e interactuar.

Nuestro abordaje al fenómeno de los jóvenes y las nuevas tecnologías entendemos que debe enfatizar la importancia de los contextos cotidianos en los que los jóvenes se relacionan con lo tecnológico, lo cual prioriza las técnicas cualitativas que se acercan comprensivamente al análisis de nuestro objeto de estudio. Además, conlleva, necesariamente, la asunción de planteamientos teóricos y metodológicos adecuados a esa visión, que pasan por rechazar el etnocentrismo adulto, entender que los jóvenes son productores activos de la social, rechazar las imágenes prejuiciadas sobre la juventud y rechazar la dicotomía como forma de investigación cuando se estudia la relación entre jóvenes y TIC (Tecnologías de la Información y de la Comunicación), en especial el determinismo tecnológico que tantas veces dificulta y sesga la investigación en este campo.

Acercarse al mundo de significados de los jóvenes implica analizar las prácticas arraigadas en su vida cotidiana. El objetivo metodológico se centra concretamente aquí, en analizar el sentido y significado intersubjetivo que los jóvenes atribuyen a sus prácticas tecnológicas. Con la finalidad de construir un modelo interpretativo que permitiera el seguimiento del proceso de producción de explicaciones de los jóvenes, la etapa etnográfica, que comienza con un cuestionario introductorio como toma de contacto con los jóvenes, se complementa con una fase de entrevistas en grupo en la que hemos pretendido que los jóvenes nos transmitan su experiencia cotidiana con las TIC y que debatan en grupo su visión y experiencias para con lo tecnológico.

LOS JÓVENES, PRODUCTORES ACTIVOS DE LO SOCIAL

La juventud, los jóvenes, no son ningún concepto teórico abstracto, sino una realidad observable, comprobable y verificable. En tanto que realidad social, la

juventud sólo existe en virtud del entramado simbólico-social que la constituye como tal. Se ha llenado de significados y prácticas sociales que la dotan de una identidad propia.

Mannheim (1944) sostiene que hay que pensar la juventud en términos de una relación de reciprocidad social con el resto de la sociedad. “El problema sociológico consiste en el hecho de que si bien es cierto que los grupos más jóvenes representan el flujo continuo de las nuevas generaciones, sin embargo, de la naturaleza de una determinada sociedad depende que se haga o no uso de ellas. Como asimismo depende de la estructura sociológica de esa sociedad la forma que tome su utilización. La juventud pertenece a esas fuerzas latentes que cada sociedad tiene a su disposición y de la movilización de las cuales depende su vitalidad” (Mannheim, 1944: 51). Mannheim llega a afirmar que la función específica de la juventud es la de ser un revitalizador (Mannheim, 1944: 51).

Según Mannheim, la mayor ventaja que posee la juventud en su contribución a la renovación social consiste, aparte de su mayor espíritu de aventura, en que todavía no está implicada en el *estatus quo* del orden social. “En el contexto de nuestros problemas el hecho importante es que la juventud juega desde fuera a los conflictos de nuestra sociedad moderna. Y éste es el hecho que hace a la juventud el iniciador predestinado de todo cambio social” (Mannheim, 1944: 54). “La juventud no es ni progresiva ni conservadora por naturaleza, sino una potencialidad dispuesta siempre a toda renovación” (Mannheim, 1944: 54). Y este es el sentido sociológico con el que nos quedamos.

En la línea de lo que propone Bourdieu cuando analiza el concepto de juventud, entender la juventud como fenómeno social y cultural implica dejar de lado categorías de interacción estática, para, así, entenderla como sujetos sociales con relación a prácticas culturales específicas. Tal y como propone Feixa, en la medida en que hablamos de un conjunto de formas de vida, prácticas y valores, hablamos en términos de cultura juvenil. Ésta no es sólo la expresión de una etapa de la vida, sino la condición de una existencia que exige tener reconocimiento, tanto en su especificidad social como en sus producciones.

La juventud como fenómeno social sólo puede ser definida en términos de cultura. Todo intento de convertirla en un genérico universal la reduce a un instrumento de arbitrariedad. Hay cultura juvenil en la medida en que ésta se sitúa

como renovación de la cultura en la que se inserta. Las culturas juveniles se dotan de espacios y tiempos específicos en los que poner en práctica sus identidades y prácticas propias. Y el primer gran factor estructurador de las culturas juveniles es la generación, como nexo que une biografías, estructuras e historia. Las culturas juveniles más visibles tienen una clara identidad generacional.

LA JUVENTUD COMO GENERACIÓN

Desde un punto de vista sociológico, la generación es el conjunto de todas las personas de más o menos la misma edad, coetáneos, que muestran orientaciones, actitudes y formas de conducta culturales y sociales parecidas (Hillman, 2001). No se trata de estructuras demográficas compactas y/o estáticas, sino de referentes simbólicos que identifican (vagamente) a los agentes socializados en unas mismas coordenadas temporales (Feixa: 2003). Esta dimensión sociológica del concepto conduce hacia un plano de dinámicas sociales que entiende que las generaciones forman conjuntos (con un tipo singular de elementos, que tienen límites y que ambas cosas los diferencian de otros conjuntos) y que la edad es el criterio que define esos límites.

Para Mannheim lo importante no son las generaciones en sí mismas. “En su esquema analítico, junto con hacer nacer en períodos cercanos, el primer requisito para que puedan aparecer formar de ver, sentir y vivir la vida común a un conjunto de individuos, es que comparten una misma situación de generación, que es el punto donde se unen tiempo histórico y las condiciones sociales e históricas de existencia” (Ghiardo, 2004). El concepto “situación de generación” hace referencia al plano de las condiciones sociales y culturales en que viven los sujetos porque determinan modos de experiencia y conciencia posible.

Así Mannheim elabora un concepto de generación que distingue dos condiciones fundamentales vividas por los contemporáneos:

1. la condición de coetaneidad, por la que las gentes que coexisten en la misma época constituyen un conjunto generacional sumido en las mismas experiencias; la continuidad cronológica es condición necesaria pero no suficiente para definir una generación

2. la situación de unidad generacional lograda por el grupo adquiere conciencia de sí dentro del conjunto generacional; la conciencia de sí se obtiene gracias a la construcción colectiva de significados compartidos por la misma unidad generacional.

Dentro de una generación real puede haber diferentes unidades generacionales. Las dos grandes aportaciones de Mannheim son, por un lado, la idea de que la coincidencia en el tiempo no hace que se forme una generación y, por otro lado, la cuestión del vínculo que da unidad a una generación. De esta forma, Mannheim subraya la importancia del contexto social, de la forma de producirse el "ser-con-otro", porque permite que existan formas de conexión generacional.

Las generaciones se identifican sobre todo por la adscripción subjetiva de los actores, por un sentimiento de contemporaneidad expresado por recuerdos en común. En la actual generación de jóvenes, esa contemporaneidad está inevitablemente unida a las posibilidades que las nuevas tecnologías ofrecen. Así, entendemos que, en la medida en que la juventud actual ha interiorizado lo tecnológico como contexto de socialización natural a través del cual pueden comunicarse y relacionarse, puede ser conceptualizada como generación digital.

LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA VIDA COTIDIANA DE LOS JÓVENES: LA GENERACIÓN DIGITAL

Al acercarnos al análisis de la relación entre jóvenes y nuevas tecnologías, hay que tener en cuenta dos dimensiones del fenómeno que, en su interrelación, dan forma a la generación digital.

Por un lado, las culturas juveniles se dotan de espacios y tiempos específicos en los que poner en práctica sus identidades y prácticas propias, es decir, poseen espacios y tiempos propios en los que expresar su condición de jóvenes: la moda, la música, el ocio, las nuevas tecnologías...

Los jóvenes constituyen un grupo social distintivo y con significado cultural propio en lo que respecta a su relación con las nuevas tecnologías. En su quehacer tecnológico cotidiano construyen procesos significativos de aprendizaje, socialización e innovación que requieren de una aproximación comprensiva para ser analizados.

Por otro lado, las nuevas tecnologías influencia de forma determinante numerosos procesos de la vida cotidiana, alterando la espacio-temporalidad clásica de las rutinas diarias e introduciendo nuevos elementos de análisis en la investigación sociológica. Esa influencia alcanza sus mayores niveles en el grupo social de los jóvenes, entre quienes lo tecnológico abarca numerosos procesos y prácticas del día a día, desde la educación hasta la organización de tiempo libre. La juventud de hoy parece ser algo más que parte de la cultura digital: parece ser nativa de la misma.

En nuestro contexto occidental se considera que la actual generación de jóvenes es la depositaria natural del manejo y conocimiento del entorno tecnológico. En la medida en que para ellos las nuevas tecnologías forman parte de su cotidianidad más próxima, se les considera nativos de la cultura digital.

Parece evidente que la vida cotidiana de los jóvenes está tendiendo cada vez más hacia la tecnologización de las rutinas diarias. Los aparatos tecnológicos (móviles, videojuegos, ordenadores, Internet...) ocupan cada vez más la espacio-temporalidad cotidiana de la juventud y conforman sus prácticas y rutinas cotidianas. Las relaciones sociales que a través de ellas establecen son significativas para ellos y les abren un enorme y variado abanico de posibilidades.

Las generaciones precedentes se han socializados en espacios sociales presenciales, espacios de ocio, espacios formales y espacios familiares. Los jóvenes actuales tienen, con las nuevas tecnologías, un espacio de socialización más. Esto implica a su posicionamiento frente a la tecnología es de cercanía y conexión, a diferencia de los adultos para quienes, habiendo sido socializados en un contexto analógico, las nuevas tecnologías resulta algo distante y básicamente funcional.

Es más, los adolescentes consideran que las nuevas tecnologías son estrategias propias, que les acercan a sus pares, tal y como pudimos comprobar durante el trabajo de campo de nuestra investigación. Se apropián de ellas mediante su reinterpretación y reinención a través del uso cotidiano, un uso mayoritariamente lúdico. De hecho, los niños y jóvenes de esta generación han aprendido gran parte del conocimiento tecnológico que poseen jugando con los aparatos tecnológicos.

Por eso decimos que la cultura digital es consumida, actuada, reproducida, interpretada y significada en el uso constante que los jóvenes, la generación digital,

hacen de las nuevas tecnologías. De esta forma, los jóvenes aparecen como los depositarios naturales con usos creativos de las nuevas tecnologías.

Según Rushkoff (citado en Buckingham 2002), los jóvenes poseen unas destrezas naturales que les permiten conocer solos el funcionamiento secreto de las nuevas tecnologías. Esta generación de la pantalla defiende la discontinuidad, la turbulencia y la complejidad, y ha desarrollado nuevas destrezas cognitivas que les permiten procesar rápidamente la información.

Begoña Gros (2004) ha realizado una recopilación y explicación de los diez aspectos que Prensky (2001^a) y Salomon (2000) mencionan como cambios importantes en la generación digital:

- Procesan la información a más velocidad que las generaciones anteriores.
- Muestran una gran capacidad de procesar en paralelo, lo que es conocido como *multitask*, que conlleva una atención diversificada y probablemente menos intensa y centrada en un único aspecto.
- El texto acompaña a la imagen, en el sentido que Patricia Greenfield (1996, citado en Gros 20004) destaca como inteligencia visual.
- Están acostumbrados al acceso a la información por medio no lineal (gusto por la hipertextualidad).
- Se encuentran a gusto en el mundo de la conectividad.
- Les gusta la acción constante, sin consulta del manual.
- Tiene más capacidad de resolución de problemas (orientación lúdica hacia los problemas, ensayo-error).
- Desean la gratificación inmediatamente (*feedback* constante).
- Tienen una visión positiva de la tecnología.
- Han creado una especie de lenguaje nuevo, a camino entre la oralidad y la escritura.

La cuestión es ¿hasta qué punto es posible hablar de tales cambios cognitivos? Hay autores como Prensky o Tapscott que ven claros los cambios cognitivos que se están produciendo en las mentes de los jóvenes. ¿Son los jóvenes de la Generación Digital conscientes de que sus prácticas, sus formas de hacer y de interacción son diferentes a las de generaciones precedentes?

La Generación Digital ha integrado de forma natural la tecnología en su ámbito cotidiano, dando por el hecho que es lo normal, lo natural. Pensar sus repercusiones desde fuera nos puede dar una visión descriptiva del asunto, pero no significativa. Habría entonces que preguntar a los jóvenes cómo interactúan, cómo aprenden, cómo practican con lo tecnológico, y es éste el objetivo principal del trabajo de campo que nos hemos propuesto: escuchar la voz de los jóvenes, saber cómo y a través de qué procesos integran las nuevas tecnologías en su vida cotidiana y qué significado otorgan a la misma.

Los jóvenes se han erigido como usuarios principales de los aparatos y herramientas tecnológicas. Y ello es porque su socialización tecnológica ha sido primaria: desde que nacieron, los aparatos tecnológicos han formado parte de su entorno más próximo, han estado insertos en su vida cotidiana, de forma que ellos han desarrollado estrategias naturales e intuitivas en su relación con lo tecnológico, tanto en lo que a domesticación tecnológica como en lo que a alfabetización digital se refiere. Y esto constituye el principal elemento diferenciador de los nativos digitales.

A lo que hay que añadir otro factor importante: gran parte de esa socialización tecnológica ha sido lúdica. A través del juego, los niños han aprendido a moverse por mundos virtuales y a manejar todo tipo de mandos cual extensión de sus manos, lo cual dota de mayor naturalidad si cabe a la socialización tecnológica.

Y a medida que el niño se convierte en joven, cobra mayor relevancia en la socialización tecnológica la figura del grupo de pares: los conocimientos, estrategias, prácticas etc. en relación a lo tecnológico son compartidos con los amigos.

Si en la trayectoria vital el periodo de la adolescencia y juventud está caracterizado por la progresiva importancia del grupo de pares, esto también tiene su reflejo en el ámbito tecnológico. La mayor parte del tiempo que los jóvenes están conectados a una herramienta tecnológica es para estar en contacto con sus amigos. Con el grupo de pares construyen de forma cotidiana su quehacer tecnológico: se comunican, comparten archivos, sugieren páginas web, se mandan sms, etc. Podemos, por lo tanto decir, que la mayor parte del tiempo que los jóvenes dedican al universo tecnológico constituye una práctica social clásica: la sociabilidad. Evidentemente se trata de una sociabilidad mediatisada por la tecnología, la cual imprime su sello en las relaciones que se establecen, pero, en cualquier caso, esto no

empaña el hecho de que el principal objetivo de un joven cualquiera cuando se relaciona con lo tecnológico es la interacción con otros.

LAS REDES SOCIALES COMO ESPACIOS DE SOCIALIZACIÓN DE LA GENERACIÓN DE DIGITAL

Las nuevas tecnologías son para los jóvenes un medio para la experiencia, especialmente durante su tiempo libre porque abren la posibilidad de explorar mundos diversos y de establecer relaciones virtuales. “Las nuevas tecnologías son, para los y las adolescentes, un lugar “propio”, un espacio simbólico donde interactúan y son reconocidos por otras personas de su misma edad, sienten que pertenecen a un grupo afín” (Serapio Costa, 2006).

La concepción de lo tecnológico como medio de relación e interacción ha sido palpable a lo largo de todo el proceso de trabajo de campo. Preguntados sobre la tecnología que más utilizan, lo primero que los jóvenes mencionan es el ordenador, después el móvil y los videojuegos. Preguntados sobre el uso que hacen de ellas, los jóvenes responden que para estar en contacto con los amigos. A pesar de que el ordenador tiene otras muchas funciones, la que potencialmente más utilizan los jóvenes son las redes sociales y la mensajería instantánea.

“El objetivo es el mismo, hablar con los amigos” (Entrevista 1).

Durante el trabajo de campo pudimos comprobar que ese vínculo grupal y la interacción la realizan a través de las denominadas redes sociales y los servicios de mensajería instantánea. Si bien los servicios de mensajería instantánea como el Messenger llevan ya varios años incorporados a las herramientas interactivas de la juventud, las redes sociales como, *tuenti* y *facebook*, irrumpieron hace relativamente poco en la vida de la juventud para convertirse en la piedra angular de sus relaciones sociales tecnologizadas.

Algunos de los jóvenes entrevistados establecen diferencias entre las distintas herramientas tecnológicas en función del objetivo comunicativo: si se trata de algo muy privado, mencionan que, si no es posible el “cara a cara”, lo mejor es el móvil. El *tuenti* y las redes sociales en general, al ser más abiertas, las utilizan para conversaciones más

generales sobre todo en torno a fotos, *posteos* y *links* colgados en el tablón. El *Messenger*, por su parte, es muy utilizado para conversaciones tanto individuales como grupales, y destaca por la posibilidad de utilizar emoticonos y otras herramientas icónicas comunicativas. Algunos de los jóvenes entrevistados opinan que el *Messenger* es más privado e íntimo que el *tuenti* para hablar con los amigos, de hecho lo utilizan con los amigos más próximos.

“*Con el tuenti puede haber confusiones. Malinterpretas porque no sabes cómo lo dicen*” (Entrevista 2).

“*El Messenger es más rápido y puedes hablar con más gente a la vez; el tuenti es para las fotos y para cosas así*” (Entrevista 18).

“*Es que en el tuenti puedes tener 500 amigos, pero en el Messenger muchos menos, si sales una noche y conoces a alguien le das el tuenti, busca tu nombre y ya está, pero para la gente más conocida el Messenger*” (Entrevista 8).

Establecida así la diferencia en función del objetivo comunicativo, las redes sociales constituyen para los jóvenes de la generación digital una enorme ventana de acceso a su red de pares. El *tuenti* es la red social por excelencia de los adolescentes. El *facebook* lo consideran una red social de mayores, de forma que, aunque algunos tengan perfil en esta red social, apenas la utilizan. La principal red de amigos y pares está en *tuenti*.

“*Es que todo el mundo tiene tuenti*” (Entrevista 9).

“*El tuenti es el que tiene todo el mundo*” (Entrevista 10).

“*Al tuenti ya le tenemos pillado el truco*” (Entrevista 1).

“*Siempre hay gente en tuenti*” (Entrevista 1)

Algunos antes tuvieron *fotolog*, pero desde la llegada del *tuenti* y su profunda difusión entre los adolescentes, es raro encontrar a alguien que no tenga un perfil en *tuenti*.

“*Hubo una temporada que se utilizaba mucho el fotolog, jo, fotolog, ¿qué será del fotolog? Apareció el tuenti y fotolog quedó como olvidado*” (Entrevista 5).

La dinámica es sencilla. Todos los días comprueban si tienen alguna novedad en su perfil del *tuenti*, es más, la mayoría lo hace varias veces al día. Muchos quedan

con los amigos a través del *tuenti* poniéndolo en el tablón o mandando un mensaje privado. También crean eventos con una foto para organizar actos concretos, como cenas de clase.

"Es que en el tuenti tienes todo" (Entrevista 4).

"Hoy en día cuando te presentan a alguien te preguntan, tienes tuenti?"

"Y si no tiene piensas, qué raro!" (Entrevista 5).

"Cuando sales los sábados no te piden el móvil, te agregan al tuenti"

(Entrevista 5).

"El tuenti es mejor que el móvil porque no gastas" (Entrevista 6).

"Cuando mis padres me castigan sin poder utilizar el ordenador le llamo a mi amiga para que entre en mi tuenti y me cuente lo que hay" (Entrevista 16).

Las redes sociales online son para los jóvenes un espacio en el que todo puede ser mirado y todo puede ser mostrado; esto supone una fuerte satisfacción simbólica para ellas. En estos espacios interactivos los jóvenes asumen prácticas en las que quieren ver y ser vistos.

Durante el trabajo de campo pudimos comprobar cómo la práctica de "colgar" fotos en *tuenti* es muy habitual. De hecho los jóvenes comentan que siempre alguien de su grupo de amigos lleva una cámara de fotos encima para poder sacar fotos y luego colgarlas y compartirlas.

"En el tuenti vemos comentarios, y comentamos, vamos cotillear."

"Cuando sales un sábado pues subes las fotos al tuenti, pero lo pones privado, pero tus amigos lo pueden ver. Al fin y al cabo es cotilleo" (Entrevista 6).

Además, ahora existe la posibilidad de contabilizar las visitas que cada perfil del *tuenti* recibe, de forma que se ha creado una especie de competición por ver el perfil de quién está más de moda o quién es más popular. Los jóvenes reconocen que hay un punto de exhibicionismo en este tipo de prácticas, pero no les importa porque es lo que todo el mundo hace.

De esta forma, la presencia física se complementa, continúa, en la electrónica. Ya no es necesaria la co-localización, la co-presencialidad. Las actividades en la interacción cara a cara necesitan co-localización en el tiempo y en el espacio, pero las innovaciones comunicativas que las nuevas tecnologías ofrecen son un mecanismo

para entablar actividad social y construcción de significado social más allá de un espacio y un tiempo compartidos. Ahora es suficiente con la “location”, la localización (virtual, claro).

La reconstrucción de identidades y el establecimiento de relaciones sociales necesitan siempre de soportes simbólico-materiales referenciales de espacio-temporalidades de localización, visibilización y referencialidad. Los jóvenes mejor que cualquier otro grupo social, están familiarizados con las formas de identidad y de sociabilidad que plantean las nuevas tecnologías. Un espacio sin materialidad pero con referencias en el que avanzan configurando relaciones con el entorno y los otros.

Esto se materializa en las relaciones que los jóvenes entrevistados mantienen a través de las redes sociales. Todos los agregados que tienen en el *tuenti* o en el *Messenger* son amigos o conocidos, de forma que este tipo de herramientas interactivas se ha convertido en una extensión de la forma relacional clásica: el cara a cara. Al no poder estar la mayoría del tiempo libre con sus amigos, interactúan con estos a través de las herramientas que Internet y/o el móvil les facilitan. El contacto se establece a través del perfil propio creado en la red social, en el que además de una o varias fotos de presentación, ha incluidos gustos y aficiones.

De hecho, el constante contacto es el potencial que los jóvenes más valoran en las nuevas tecnologías. “Lo importante no es estar conectado, sino la posibilidad de estar siempre en contacto” (Gil-Juárez & Val-llovera Llovet, 2006: 242). Al respecto, Madell y Muncer (2005) proponen el concepto de hipercoordinación: la práctica social de revisar constantemente los encuentros con los pares a través del uso de los aparatos tecnológicos, especialmente el móvil. Los mensajes de texto son muy populares entre los jóvenes porque median la comunicación, reduciendo el riesgo y por su naturaleza lúdica. La comunicación a través de Internet y de los móviles sirve para distintos objetivos comunicativos. Como resultado, estas tecnologías son complementarias más que sustitutivas, en función del uso que les dan los jóvenes.

La hipercoordinación es una práctica latente en el quehacer cotidiano de los jóvenes, tal y como hemos podido comprobar en el trabajo de campo. Llevan siempre consigo el móvil y revisan constantemente si han recibido alguna llamada o mensaje. Cuando están en casa el ordenador está encendido todo el tiempo, de forma que pueden consultar lo que quieran cuando quieran. Generalmente es para actualizar el *tuenti* y ver si tienen algún mensaje nuevo.

“Si estás en casa el tuenti, y luego si sales a la calle el móvil” (Entrevista 13)

BREVE APUNTE EN TORNO A LA BRECHA GENERACIONAL Y LAS REDES SOCIALES

En el contexto de la cultura digital, la generación digital define su imaginario cultural, entre otras cosas, a partir de lo tecnológico. Los jóvenes de hoy creen que las nuevas tecnologías son herramientas que les acercan a sus pares y les alejan de los adultos ya que las consideran estrategias propias del mundo joven. Esta constituye la distancia social que existe entre nativos e inmigrantes digitales.

Las nuevas tecnologías son para los adultos una realidad ajena, que requiere ser apropiada. Si bien han sido incorporadas a su vida cotidiana en menor o mayor medida, se trata de una incorporación básicamente funcional. La extrañeza que los adultos viven frente a las nuevas tecnologías ha sido palpable durante el trabajo de campo, cuando los jóvenes comentaban las diferencias en la relación con lo tecnológico de jóvenes y adultos.

“No tienen costumbre (los adultos) porque en su época no había nuevas tecnologías... les cuesta más aprender” (Entrevista 13)

“Nosotros hemos nacido con ello, para ellos es muy nuevo” (Entrevista 16)

Internet y en general el conjunto de tecnologías digitales plantean un desafío al orden existente en numerosos frentes. Una generación de adultos que se siente insegura frente a una generación de jóvenes que, por primera vez, entiende mucho mejor los nuevos medios tecnológicos y los acoge más rápidamente. Este desafío genera confusión e inseguridad en torno a la juventud, su cultura y su universo simbólico plagado de aparatos y aplicaciones tecnológicas, entre las que destacan las redes sociales.

“Los padres no entienden el significado que el tuenti tiene para nosotros, y nos dicen que utilicemos el teléfono” (Entrevista 13).

Para los adultos, esta forma de relación es distante, apartada, remota, lejana. Debido a esa percepción de distancia, les parece que la relación que se establece entre las personas rehúye el trato amistoso e íntimo que cualquier intercambio social válido requiere. Esta es una suposición que asume que el trato amistoso o íntimo tiene que ser necesariamente cara a cara.

Para los jóvenes, sin embargo, las vinculaciones que establecen a través de las nuevas tecnologías son de todo menos distantes. No sólo porque su posicionamiento frente a las tecnologías es otro, sino porque el objetivo primario de conectarse es justamente ese: estar en contacto. Los vínculos que establecen los jóvenes a través de las relaciones sociales son cercanos para ellos, y algunos incluso íntimos. Para los adultos la extrañeza se ubica en que las nuevas tecnologías en general, y las redes sociales en particular, ofrecen a los jóvenes una relación muy cercana e íntima sin la presencia física de otro. Para los jóvenes esta situación es absolutamente normal.

Las relaciones que los seres humanos establecemos a través de las redes sociales son lejanas en el sentido de que logramos saber de los otros aún y cuando se ubiquen físicamente a miles de kilómetros de distancia. Es lejana porque la relación que establecemos ubica a los otros lejos en el espacio. Pero esta lejanía es para los adultos una muestra de algo más. La lejanía es apreciada como una característica poco valiosa, como si el intercambio simbólico se debilitara por estar no sólo lejos en el espacio, sino también en el tiempo. Es como si la relación interpersonal o la relación simbólica tuvieran que ocurrir siempre a su tiempo, y el tiempo mediático no fuera su tiempo.

Tal y como nos comentaron los jóvenes entrevistados, a los adultos les inquieta con quién se relacionan a través de las redes sociales. Más que las fotos o la información que cuelgan, las personas con las que se relacionan son lo que más temores despierta entre los adultos. Los propios jóvenes comentan que sus padres confían en ello, pero no en la herramienta.

Para los jóvenes las redes sociales constituyen estrategias propias que les acercan a sus pares, les abren un espacio-tiempo social para relacionarse que cada vez cobra más importancia dentro de sus prácticas cotidianas porque son materia y espacio de construcción de relaciones significativas.

BIBLIOGRAFÍA

Bourdieu, Pierre (2002). „La "juventud" no es más que una palabra” , en *Sociología y cultura* (pp. 163-173). México: Grijalbo, Conaculta.

Feixa, Carles (2003). „Generación @. La adolescencia en la era digital” , en *Cuadernos de pedagogía* nº 320 (pp.52-55).

Feixa, Carles (coord.) (2004a). „Los estudios sobre culturas juveniles en España (1960-2003)” , en *Revista de estudios de juventud* nº 64 „De las tribus urbanas a las culturas juveniles” (pp. 9-28).

Feixa, Carles (2004b). „Los jóvenes en la era digital” . En www.e-barcelona.org (fecha de consulta: 04/09/2007).

Feixa, Carles (2005a). „Los hijos en casa: ¿hackers o hikikomoris?” , en *Comunicación y Pedagogía* nº 208 (pp. 65-70).

Feixa, Carles (2006a). *De jóvenes, bandas y tribus*. Barcelona: Ariel.

Ghiardo, Felipe (2004). „Generaciones y juventud: una relectura desde Mannheim y Ortega y Gasset” , en *Revista Última Década* nº 20 (pp. 11-46).

Gil, Adriana; Feliu, Joel; Rivero, Isabel; Gil, Eva Patricia (2003). „¿Nuevas tecnologías de la información y la comunicación o nuevas tecnologías de relación? Niños, jóvenes y cultura digital” , artículo en línea de la UOC, en <http://www.uoc.edu/dt/20347/index.html> (fecha de consulta: 17/04/07).

Gil Juárez, Adriana; Vall-llovera Llovet, Montse (coords.) (2006). *Jóvenes en cibercafés: la dimensión física del futuro virtual*. Barcelona: UOC.

Gros, Begoña (coord.) (2004). *Pantallas, juegos y educación. La alfabetización digital en la escuela*. Bilbao: Desclée de Brouwer.

Hillman, Karl-Heinz (2001). *Diccionario enciclopédico de sociología*. Barcelona: Herder.

Livingstone, Sonia (2002). *Young people and new media*. London: Sage.

Lorenzo, Javier (2005). „La lectura en la Generación Red. Jóvenes, lectura e Internet” , en *Revista de estudios de juventud* nº 70 (pp. 65-79).

Madell, Dominic; Muncer, Steven (2005). „Are Internet and mobile phone communication complementary activities amongst young people?” , en *Information, Communication and Society*, vol. 8, nº1. (pp. 64-80).

Mannheim, Karl (1994). *Diagnóstico de nuestro tiempo*. México: Fondo de cultura económica.

Mead, Margaret (1980). *Cultura y compromiso. Estudio sobre la ruptura generacional*. Barcelona: Gedisa.

Navarro Kuri, Ramiro (2000). *Cultura juvenil y medios*. En Pérez Islas (coord.) (2000). *Jóvenes: una evaluación del conocimiento. La investigación sobre juventud en México 1986 – 1999*. México: Instituto Mexicano de la Juventud.

Prensky, Marc (2001b). „Digital natives, Digital immigrants” . Revista *On the Horizon* vol. 9 nº 5, en (www.marcprensky.com) (fecha de consulta: 16/09/2008).

Rodríguez, Elena (2002). *Jóvenes y videojuegos. Espacio, significación y conflictos*. Madrid: Injuve, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

Sanchez de la Yncera, Ignacio (1993). „La sociología ante el problema generacional. Anotaciones al trabajo de K. Mannheim” , en *REIS* nº 62 (pp. 147-192).

Sarena, Natalia (2006). „Los jóvenes e Internet: experiencias, representación, usos y apropiaciones de Internet en los jóvenes” , en *UNIRrevista* vol. 1 nº 3 (pp.1-11).

Serapio Costa, Ana (2006). „Realidad Psicosocial: la adolescencia actual y su temprano comienzo” , en *Revista de Estudios de Juventud* nº 73 (pp. 11-23).