

# **Soy vicio a la compu y descuido el estudio. Hábitos de uso de internet en jóvenes de sectores populares de la Ciudad de Buenos Aires.**

Diego Basile, Joaquín Linne.

Cita:

Diego Basile, Joaquín Linne (2011). *Soy vicio a la compu y descuido el estudio. Hábitos de uso de internet en jóvenes de sectores populares de la Ciudad de Buenos Aires. IX Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-034/554>

# **Soy vicio a la compu y descuido el estudio. Hábitos de uso de Internet de jóvenes de sectores populares de la Ciudad de Buenos Aires**

Diego Basile, Joaquín Linne

Instituto de investigaciones Gino Germani  
Facultad de Ciencias Sociales, UBA

[basilediego@hotmail.com](mailto:basilediego@hotmail.com)

[joaquinlinne@gmail.com](mailto:joaquinlinne@gmail.com)

## **Resumen**

En el siglo XXI Internet se ha convertido en una parte central de la vida cotidiana de un importante y creciente número de personas. Los jóvenes de sectores medios y altos fueron los primeros en apropiarse de estas tecnologías, ya que son los que disponen de mayor tiempo libre y ven a la computadora y a Internet como el medio de comunicación y entretenimiento que es propio de su generación y es el que centraliza a los otros medios (Urresti, 2008; Levis, 2009; Albarello, 2011). En los últimos años los jóvenes de sectores populares también han empezado a utilizar las nuevas tecnologías, con los condicionamientos que implican en algunos casos no tener computadora ni habitación propia. ¿Cuáles son las especificidades de los usos de Internet que realizan los jóvenes de sectores populares de la Ciudad de Buenos Aires? A partir de encuestas semiestructuradas y entrevistas en profundidad realizadas a estudiantes de sectores populares en escuelas medias públicas, nos proponemos, desde un enfoque cualitativo, describir y analizar las prácticas que estos jóvenes desarrollan en Internet y explorar en los posibles significados que les atribuyen a sus acciones. ¿Qué lugar ocupa Internet en su organización del tiempo? ¿Utilizan Internet para estudiar? ¿La escuela utiliza las nuevas tecnologías para enseñar? ¿Cuáles son sus principales actividades online y qué representaciones tienen acerca de las mismas? ¿Qué ventajas y desventajas consideran que tiene buscar pareja por Internet? ¿Cómo construyen sus redes de amistad? ¿Cuáles creen que son las cosas buenas y malas de Internet? ¿Su vida es mejor o peor a partir de haber empezado a utilizar Internet? ¿Y cómo imaginan Internet en el futuro?

**Palabras clave: Internet - jóvenes - sectores populares – Facebook**

## **INTRODUCCIÓN**

“Sólo hay cuerpos y lenguaje.”  
(A. Badiou)

En las últimas tres décadas el mundo ha vivido una revolución tecnológica centrada en la información que ha transformado nuestro modo de pensar,

producir, consumir, comerciar, comunicar, vivir, presentarse ante los otros y generar nuevas relaciones sociales. Esta revolución informática y social ha generado una cultura de la *virtualidad real* alrededor de un universo audiovisual cada vez más interactivo, integrando de distintos modos a una amplia variedad de culturas en un hipertexto electrónico (Castells, 1999b).

El dato que podemos observar en el punto siguiente acerca del consumo de Internet en cibernets o locutorios muestra la gran baja en el consumo de Internet en locutorios y cibernets que se ha producido desde el 2008 al 2010, con el consecuente cierre de muchos locales. Del mismo modo han cerrado en la Ciudad locales de cines, cine-clubs, videoclubs, dvd clubs y disquerías que vendían, alquilaban o exhibían consumos culturales en diversos soportes. La principal causa de este fenómeno la encontramos en el abaratamiento de las computadoras y de los servicios de banda ancha de Internet. La tendencia a adquirir y ver consumos culturales por Internet parece en estos momentos irreversible, principalmente por los factores del ahorro económico y la comodidad de la descarga o el streaming que permite hacer todo desde la casa (adquirir, ver o escuchar; guardar o borrar). Con el pago mensual del abono fijo de banda ancha, los grupos familiares pueden acceder, en la mayoría de los casos de modo gratuito, a cientos, miles o decenas de miles de consumos culturales sin salir de su casa.

En la primera parte del trabajo nos dedicamos a citar algunos datos cuantitativos (1), a dar cuenta de la metodología de la investigación (1.2), a referir las condiciones de acceso, frecuencias de uso y preferencias en el consumo de Internet de nuestra población de estudio (2), a describir las principales actividades que los jóvenes de sectores populares de la Ciudad realizan en Internet (3), a explorar la relación que estos jóvenes tienen entre Internet y el estudio (4). En la segunda parte del trabajo, nos abocamos a describir y analizar las percepciones que los jóvenes tienen sobre la pareja (5.1), sobre las virtudes y defectos que encuentran en su interacción con Internet (5.2 y 5.3), sobre el consumo de pornografía que todos mencionan pero nadie asume como propio (5.4), sobre su idea de un día divertido (5.5), sobre la adicción a Internet (5.6), sobre la distracción y el multitasking (5.7), sobre si sus vidas mejoraron o no desde que tienen Internet (5.8) y sobre cómo imaginan que será Internet en el futuro (5.9). Por último, esbozamos algunas ideas e hipótesis en las conclusiones (6).

## **PRIMERA PARTE**

“La pertenencia periférica es una de las características típicas que la subalternidad espacializada imprime en la subjetividad de los sectores populares urbanos.”  
(Urresti y Cecconi, en Margulis, Urresti, Lewin et al, 2007: 42)

### **1. Datos cuantitativos sobre consumo de nuevas tecnologías e Internet en jóvenes de la Ciudad**

Según datos de la Encuesta joven 2010 realizada por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires a jóvenes que tienen entre 15 y 29 años de edad y residen en la ciudad: el 84% (entre 8 y 9 cada 10) tiene acceso a una computadora en el hogar, mientras que en el 2008 era el 66%, 2 de cada 3; el 32% –casi 1 de cada 3– posee una notebook o netbook; el 95% es usuario de Internet (19 cada 20), mientras en el 2008 era el 88% (entre 17 y 18 cada 20).

Respecto a los lugares de acceso a Internet, mientras en el 2008 los jóvenes porteños accedían en un 60% (6 cada 10) desde la casa, ahora lo hace de ese modo el 84% (entre 8 y 9 cada 10). En el 2008 el 39% (4 cada 10) de los jóvenes accedía a Internet desde un ciber o locutorio, mientras que en el 2010 sólo accedía el 13% (algo más de 1 cada 10). El acceso desde la casa de amigos se mantiene estable (8% en ambos casos). Aparece en el 2010 la opción del acceso a Internet en la universidad y el trabajo (aunque apenas es un 4%, en el 2008 no llegaba a aparecer como categoría). El 87% accede a Internet sólo desde la computadora (casi 9 de 10), mientras que sólo el 20% usa una computadora portátil (2 de cada 10) y el 10% accede desde el celular (1 de cada 10).

Un poco menos de la mitad de los jóvenes se entretiene con juegos en Internet de modo frecuente. El 81% de los jóvenes es usuario de Facebook (8 de cada 10) y el 85% hace un uso frecuente de Youtube (entre 8 y 9 cada 10). Entre 1 y 2 cada 10 frecuenta blogs y fotologs. Las páginas que más visitan los jóvenes son Facebook, Hotmail, Youtube y Google, dando cuenta de que la mayoría de los jóvenes prioriza la comunicación y el entretenimiento en Internet. El 94% tiene celular (1 cada 20 no tiene) y la aplicación más utilizada es el mensaje de texto (92%) y después las llamadas (81%).

Estos datos hablan de una población –todos los jóvenes residentes en la Ciudad de Buenos Aires– que tienen un mayor promedio de ingresos económicos (propios y/o familiares) y un mejor acceso a servicios que nuestra población de estudio, pero de todos modos este estudio realizado a 800 jóvenes y con un error muestral del 2% nos una dimensión importante –y una foto bastante precisa a nivel cuantitativo– de los usos que los jóvenes de la Ciudad de Buenos Aires hacen de las nuevas tecnologías en el presente.

Son innumerables las publicidades, los periodistas y los investigadores sociales que repiten el mismo *canto de sirena* respecto a Internet y a todas sus propiedades benéficas. Entre otras virtudes enunciadas por estos *intermediadores culturales* aparecen con frecuente insistencia: mayor comunicación; mayor sociabilidad; mayor éxito social, sexual y económico; mayor grado de felicidad; mayor accesibilidad a infinidad de documentos, personas, materiales de estudio y entretenimiento; mayor sensación de contemporaneidad por parte del usuario (y como aura que irradia al resto); mayor autoestima personal; mayor rapidez para hacer trámites, consultas y compras que antes; mayor relajación y menor grado de stress; mayor conocimiento e información respecto a la actualidad; más diversión; más placer; más expectativas realizadas; más tiempo para hacer más cosas. De

todas estas premisas las que resultan empíricamente comprobables son: Internet permite tener una mayor comunicación al poder estar en contacto con un número mayor de personas, al mismo tiempo que se pueden intercambiar palabras, fotos y signos de modo simultáneo con un gran número de personas, y desde la comodidad de una computadora; los trámites, las consultas y la accesibilidad a diversos consumos culturales pueden ser mucho más rápidos y con un costo cercano a cero; en especial en casos de timidez, distintas fobias, inseguridades o personas poco *sociables* de modo co-presencial, Internet permite relacionarse con distintos grados de intimidad con individuos que en sus interacciones co-presenciales no obtienen resultados satisfactorios. Si bien el alcance de Internet y sus efectos sociales todavía resultan difíciles de analizar, el hecho innegable es que coinciden todas las investigaciones es que el consumo de Internet y de nuevas tecnologías entre los jóvenes de todos los sectores sociales –en Buenos Aires y en todo el mundo– tiende a aumentar.

Considerando este mapa de la cuestión en la Ciudad de Buenos Aires, describiremos y analizaremos a continuación los usos y prácticas de los jóvenes de sectores populares, elaborando primero una caracterización general del fenómeno, para luego indagar en las percepciones y expectativas que motivan y orientan dichos hábitos de uso.

## **1.2 La metodología de investigación**

En nuestra investigación –que continúa en proceso, tanto en su trabajo de campo como en la elaboración analítica– trabajamos con jóvenes de sectores populares de la Ciudad de Buenos Aires. Realizamos más de 20 entrevistas en profundidad y 150 encuestas a jóvenes que tienen entre 13 y 29 años, residentes en los barrios de Soldati y en la Villa 31.<sup>1</sup> Comenzamos las entrevistas y encuestas indagando en los datos estadísticos y de nivel socioeconómico que nos parecen más relevantes: edad y sexo; nivel educativo de ellos y de sus padres; ocupación de los padres. A continuación desarrollamos algunas preguntas sobre hábitos de uso y lugares de acceso a Internet. También preguntamos sobre posesión de teléfono celular y de servicio de Internet en el celular; sobre las principales actividades realizadas con el teléfono y si tienen mail, blog o fotolog; cuántos amigos tienen en Facebook; si tienen amigos que no usan Internet; si dedican tiempo a juegos de computadora; cuáles son los juegos que más utilizan; si frecuentan cibernets o locutorios; si en el colegio utilizan computadoras e Internet y si les enseñan computación; si sus padres controlan qué hacen en Internet; cuáles son las principales páginas que visitan y las actividades que más realizan al navegar y en Facebook (pregunta agregada después de ver que en las primeras encuestas y entrevistas el uso de Internet giraba en gran medida alrededor de esta red social).

En la segunda parte de las encuestas y entrevistas, dedicada a las percepciones, trabajamos a partir de preguntas como por ejemplo si les gustaría tener muchos amigos en Facebook; por qué piensan que algunas personas tienen pocos o muchos amigos en Facebook; si algunos de sus amigos han armado parejas por

Facebook; qué cosas buenas y malas creen que tiene Internet; si la vida con Internet les parece mejor o peor que antes; qué imaginan que hacen sus amigos al navegar; si tienen amigos adictos a la Red de redes y cómo imaginan el desarrollo de Internet en el futuro.

Definimos a los jóvenes de sectores populares de la Ciudad de Buenos Aires como personas que tienen entre 13 y 29 años, viven en barrios humildes o carenciados, sus padres trabajan en empleos manuales y tanto ellos como sus padres tienen un nivel de estudios igual o menor al de secundario incompleto (incluyendo a los padres donde uno tiene secundario completo y otro no).

La mayoría de los jóvenes<sup>2</sup> con los que trabajamos vive en la Villa 31 ubicada cerca de Retiro, la terminal de trenes más importante del Centro de la Ciudad, y asisten a la Escuela técnica N°12, donde fueron realizadas las entrevistas y encuestas. Otro grupo de jóvenes con los que trabajamos viven en el barrio de Soldati, ubicado en la zona sur de la Ciudad de Buenos Aires, y los entrevistamos en el McDonald's del Jumbo<sup>3</sup> de Cruz y Escalada.

## **2. CONDICIONES DE ACCESO, FRECUENCIAS Y PREFERENCIAS EN EL USO DE INTERNET**

### **2.1 Lugares de acceso**

De modo similar a lo señalado por la Encuesta joven 2010, en nuestro trabajo de campo comprobamos que la mayoría de los entrevistados tiene Internet en su casa. Los pocos que no tienen Internet domiciliaria y van al ciber, navegan considerablemente menos, porque les sale más caro, deben movilizarse hasta el local y la sensación de apropiación e intimidad es considerablemente menor, aumentando la sensación de incomodidad y ajenidad que produce estar en un local junto a desconocidos. Por otro lado, algunos van igual al ciber aunque tengan computadora e Internet en sus casas ya que ahí se juntan con amigos y utilizan el lugar como punto de encuentro.

Una parte importante de los jóvenes usa el teléfono celular para mandar mensajes en primer lugar, después para hacer llamadas, en tercer lugar para jugar a juegos y en cuarto para escuchar música. Cada vez son más los que tienen Internet en su celular y desde ahí interactúan en redes sociales (en especial Facebook) y chatean en esa red o en el Messenger. Sobre la televisión, los encuestados responden que miran en promedio 3 horas diarias. En los extremos, algunos declaran no mirar televisión nunca y otros mirar más de 6 horas por día.

### **2.2 Cantidad de horas de uso de Internet**

Respecto a cuántas horas por día utilizan Internet, los jóvenes encuestados pasan conectados en promedio 4 horas diarias. En los extremos están los que se

conectan menos de una hora por día y los que navegan más de 7 horas diarias. En cambio, los que acceden a Internet en un ciber o en lo de un amigo usan Internet menos de una hora por día.

### **2.3 Control parental**

De cada 3 jóvenes, menos de un tercio (30% aproximadamente) declara que los padres realizan algún tipo de control sobre su actividad online. La manera en que se realiza el control parental se presenta de diversas formas, los padres utilizan distintas estrategias que van desde poner filtros y antivirus para prohibir el acceso a ciertas páginas Web hasta estar presentes mientras el adolescente navega en la red o preguntarles qué hacen o chequear regularmente quiénes son sus amigos.

“Mis padres me dicen que tenga cuidado porque puede haber personas muy malas que me hagan daño”; “revisan a los amigos que tengo”; “a veces están al lado mío”; “pasan todo el tiempo cerca para ver qué estoy haciendo”; “me preguntan qué hice”; “están siempre vigilándome”; “mirando y preguntando me vigilan”; “miran a veces en qué ando, cuando pueden”; “poniéndome protección contra menores”; “me controlan poniendo filtro y antivirus”; “miran lo que hago y me dicen qué tengo que hacer”; “mi madre me esconde la notebook todos los días antes de irse a trabajar y sólo me deja usarla cuando ella está en casa.”

Algunos responden que no necesitan del control de sus padres ya que ellos mismos se controlan (“me controlo yo solo”). En los jóvenes de menor edad (13-14 años), el control parental suele ser más mencionado, disminuyendo de modo importante a medida que aumenta la edad.

## **3. PRINCIPALES ACTIVIDADES EN INTERNET, SITIOS Y JUEGOS PREFERIDOS**

### **3.1 Páginas más visitadas y actividades más frecuentes en Internet**

Según la encuesta y las entrevistas realizadas, las páginas más visitadas son: 1) Facebook 2) MSN 3) Youtube 4) Google. Y las actividades más frecuentes en Internet, en coincidencia con las páginas más visitadas son: 1) Usar Facebook 2) Chatear en el MSN 3) Ver videos en Youtube 4) Jugar a juegos en Facebook y otras páginas 5) Buscar información sobre música, juegos, películas y material de estudio en Google.

Observamos que los jóvenes de menor edad de nuestra población –los que tienen entre 13 y 14 años– se dedican casi exclusivamente a utilizar juegos de computadora individuales y en red. Y cuando chatean con sus pares conversan en gran medida sobre juegos y deportes. Algunos de 14 años ya mencionan las redes sociales y el chat como principales actividades. Podríamos denominar a este

período de los 13-14 años como de transición entre el fin de la etapa lúdica y el principio de la etapa de fascinación por las redes sociales.

### **3.2 Juegos más utilizados**

Los juegos más utilizados por los jóvenes son Cityville, Pet Society, Farmville y Rankok (juegos disponibles para usar desde Facebook). También son mencionados entre los juegos más usados el ya clásico Counter Strike (el simulador más conocido dentro de los llamados *shooters*), el Battlefield y el Medal of Honor. Los chicos de 13 años son los que más referencias hacen a los juegos. Ya desde los 14 años las páginas más visitadas y actividades más realizadas en Internet empiezan a ser Facebook (comentar, ver y subir fotos, comentar muros y chatear), MSN (chatear) y Youtube (ver videos).

### **3.3 Principales acciones en Facebook**

Acerca de las actividades desplegadas en Facebook (el lugar de mayor socialización de los jóvenes dentro de Internet), lo que más hacen los jóvenes es: 1) Entrar a la página 2) Chatear 3) Dejar comentarios de fotos, videos y frases en el muro 4) Subir, publicar y ver fotos y videos 5) Jugar a juegos como Cityville, Farmville, Rankok y otros 6) Buscar amigos y agregar gente.

Respecto a otras redes sociales, todos responden tener y usar cotidianamente sólo Facebook y Messenger, salvo contadas menciones acerca de Fotolog y Twitter. Según diversos estudios que circulan en Internet y en medios periodísticos, Facebook no deja de crecer y ya le ganó parte del mercado del chat a Messenger y del mercado de juegos a otras empresas, además de estar ganándole terreno mes a mes a la Web entera.

### **3.4 Cantidad de amigos en Facebook**

Resulta llamativa la exactitud con que la mayoría responde a la pregunta cuántos amigos tenés en Facebook: 133, 198, 845, 608 amigos. Otros responden de modo más aproximado (“entre 100 y 200”; “entre 1600 y 2000”) y sólo algunos jóvenes dicen no darle importancia (“No sé”; “no me acuerdo”). Algunos encuestados hablan con sus mejores amigos siempre que están en Facebook, otros sólo a veces y un tercer grupo dice que nunca habla con sus mejores amigos cuando está en Facebook. Muchos dicen querer tener más amigos en Facebook, para poder principalmente conocer a más personas.

## **4. INTERNET Y EL ESTUDIO**

La mayoría de los encuestados refieren que, entre otras cosas, utilizan Internet para a veces buscar información relacionada al estudio. Describen que buscan páginas sobre el tema de estudio a través de Google o directamente en Wikipedia, imprimen la información seleccionada y la estudian o llevan para la clase. Sin



embargo, la mayoría dice no usar Internet en el colegio y que no les suelen enseñar computación, fuera de algunas clases de informática donde aprenden a utilizar programas básicos del paquete Office como el Word y el Excel. Paralelamente a nuestra investigación, se está aplicando el programa Conectar igualdad del gobierno nacional (que implica darle a cada estudiante de colegio secundario del país una netbook) y por lo tanto las actividades aúlicas vinculadas a la computación es probable que aumenten en el corto o mediano plazo. Por ahora, el uso de Internet en relación con el estudio parece ser básicamente el de buscar y leer textos, imágenes y videos sobre el tema pedido por la autoridad docente pero con un acceso a las fuentes más cómodo y rápido (“busco información sobre el tema, lo imprimo y lo leo varias veces”).

## **SEGUNDA PARTE**

“Cada nueva generación habita en parte en una cultura diferente y presenta diferencias con las anteriores. Estas diferencias se concentran de modo estratégico en los instrumentos con los que se percibe y conoce el mundo. Así, cada generación construye nuevas estructuras de sentido con los que integra y lee los códigos preexistentes.”  
(Margulis, p. 10, en Margulis, Urresti, Lewin et al, 2007).

## **5. PERCEPCIONES, MOTIVACIONES Y EXPECTATIVAS**

La diversidad de temas posibles a la hora de explorar el por qué y el cómo los jóvenes utilizan internet resulta difícil de circunscribir. Nuestro abordaje se ha centrado en algunos aspectos que consideramos relevantes por estar muy presentes en los intereses de los jóvenes adolescentes: las relaciones de pareja, la diversión, el consumo de pornografía, la distracción y la “adicción” como opuestos a las demandas de vida escolar, y las valoraciones acerca de Internet, sus “cosas buenas y malas”, las expectativas sobre Internet, y sus percepciones acerca de si la vida con Internet es mejor o peor.

### **5.1 Búsqueda de pareja en Facebook**

La revolución informática-social de las últimas décadas ha cambiado la forma de pensar el amor y la sexualidad (Castells, 1999). También ha modificado y está modificando los modos de conocimiento, socialización e imaginación respecto a las actuales y futuras parejas. Uno de los modos exploratorios con los que empezamos a trabajar esta cuestión es la pregunta: “¿Se arman entre tus amigos parejas por Facebook?” Algunos encuestados responden que sí y otros que no o que no saben. Otra de las preguntas que realizamos fue cuáles piensan que son las ventajas que tiene conocer una pareja por Facebook. Esta es una selección de las respuestas más representativas:

“Poder mostrarte distinto a los demás”; “poder conocerlo y verlo antes de encontrarte en persona”; “conocés todo sobre ellos”; “te enseñan cosas para

que hables con otras mujeres”; “capaz que te conocés mejor”; “para presumir”; “que es más fácil”; “cuando lo vas conociendo podés tener mejor comunicación”; “tal vez le podés decir cosas que si la tenés enfrente no te animarías”; “la posibilidad de conocer gente de otros lugares lejanos a tu casa.”; “que el Facebook muestra todo lo que te gusta y así uno se conoce mejor.”

Podemos sintetizar las virtudes de conocer a una pareja a través de Facebook que enumera la mayoría de los jóvenes en que: gracias a la red social podés conocer muchas más cosas de esa persona; el nivel de comunicación es mayor; podés conocer a distintas personas que sin la red social no tendrías la posibilidad de conocer; podés animarte a decirle cosas a esta pareja que de modo co-presencial no te animarías. Del mismo modo, ahora mostramos una selección de las respuestas más representativas de los jóvenes ante la pregunta sobre las desventajas de conocer una pareja por Facebook.

Acerca de la fiabilidad de los datos que aporta el otro:

“No tener información privada de la persona”; “puede mentir sobre su edad y donde vive con más facilidad”; “no la conocés y no sabés de dónde es”; “que puede ser todo mentira.”

Acerca del grado de confianza y conocimiento que se puede desarrollar con un/a desconocido/a a través de la red social:

“Nunca llegás a conocerla bien”; “no poder saber cómo es la persona en realidad”; “no tenés la oportunidad de verla personalmente antes de conocerla”; “no saber como es y arrepentirme”; “por Face es una persona y cara a cara otra”; “no sirve para nada, es más para estar en contacto que otra cosa.”

Sobre la ambigüedad de las intenciones del otro:

“No sabés quien está realmente del otro lado y que intenciones tiene para con vos”; “puede ser un violador”; “que te roben”; “te puede dejar plantado”; “puede haber casos de violación.”

Respecto a los celos, el control y la sensación de ser vigilado:

“Crea problemas porque hay personas que se meten”; “tener que dejar de publicar a tus nuevas amigas y de conversar con tus viejas amigas”; “las chicas se ponen celosas”; “te piden cosas”; “hay varias cosas malas, principalmente que te sentís vigilado.”

En las respuestas acerca de las desventajas de conocer una pareja por Facebook aparecen el miedo acerca de que el otro te puede robar o violar, hasta que nunca vas a llegar a conocer de verdad al otro, que puede ser un mentiroso o mentir acerca de algunos aspectos importantes su identidad (edad, lugar de residencia,

sexo, estado civil, aspecto, etcétera), que en persona puede ser alguien muy distinto a la identidad que construye en la red social. Por otro lado, aparece la figura del monitoreo tan cuestionado hacia las redes sociales: son los varones los que más recurrentemente mencionan la sensación de sentirse vigilados y de quedar “escrachados” o sospechados si realizan ciertas acciones virtuales como agregar nuevas amigas; aparecer etiquetados en fotos con otras chicas; que alguna chica les deje comentarios en sus muros (o viceversa); escribir o recibir DM’s (mensajes privados) de chicas.

Mientras los mayores de treintaicinco años utilizan con mayor frecuencia las páginas de citas y contactos para buscar pareja (donde sienten que es más fácil refinar la búsqueda del otro), los menores de 35 años tienen a Facebook como el principal *matchmaker* (y a su aliado el *Messenger* o *MSN* de Windows, todavía hoy el principal programa de chateo personal).

Uno de los efectos de la *facebookización* en la vida social de los jóvenes es que la hegemónica red social ha ayudado a crear como a destruir a millones de parejas de jóvenes adolescentes y adultos jóvenes en el mundo. Dado que el programa mantiene un registro de todas las acciones que generan los usuarios (y este registro muchas veces es de acceso público), otros usuarios de la red social pueden con relativa facilidad hacer un seguimiento de las acciones de los otros.

Facebook permite contactar y monitorear en pocos movimientos del mouse a actuales, ex y potenciales parejas o amantes. Esta red se ha convertido en una herramienta central en todo el mundo para “viralizar” las relaciones amorosas y sexuales hacia mayores niveles de movilidad e inestabilidad.<sup>4</sup> Esta tendencia hacia la inestabilidad es sutilmente promovida por las redes sociales, más concentradas en la cantidad de los vínculos que en la calidad.

## 5.2 Pros de Internet

Casi todos los jóvenes resaltan aspectos positivos de Internet que podemos organizar en tres categorías: el acceso a la información, la sociabilidad y los consumos culturales. A su vez, la velocidad, la facilidad y el entretenimiento son cualidades altamente valoradas que atraviesan todos los aspectos.

Los jóvenes refieren que lo más importante de Internet para ellos es el acceso a la diversa información y a materiales de consulta y estudio. Se observa una valoración positiva de la gran variedad de información, que se presenta asociada a dos aspectos. Por un lado, la facilidad en el acceso: “La amplia información, te ayuda a buscar cosas importantes”; “podés ahorrar tiempo buscando en libros”; “está todo al alcance.” Dicha facilidad –y rapidez– en el acceso se vincula al carácter gratuito de la información disponible, lo cual es percibido positivamente, en contraposición a la búsqueda y compra tradicional de libros y material de estudio. Lo útil para el estudio es justamente el segundo aspecto positivo que los jóvenes destacan: “Es una herramienta útil para el colegio”; “poder estudiar”;

“facilidad para aprender, mucho material para aprender”; “información y cosas para el estudio.” La valoración positiva de Internet en relación al estudio que tienen estos jóvenes es similar a la valoración que tienen los jóvenes universitarios de sectores medios (Linne, 2010). De esta manera, la asociación positiva entre Internet y estudio se presenta de forma nítida en el discurso de los jóvenes de todos los sectores sociales. Por otro lado, tanto en el trabajo citado del 2010 como en el presente, aparecen reiteradas quejas de los jóvenes sobre la dificultad para concentrarse en el estudio ante la hiperestimulación mediática –social, lúdica, informativa, cultural, erótica y narrativa– que les permite experimentar Internet.

Por otra parte, los jóvenes destacan la sociabilidad que pueden desarrollar a través de las redes sociales, en las distintas opciones de mensajería instantánea y en especial a través de Facebook: “Estás más comunicado y es entretenido”; “podés hablar con otras personas.”

Esta sociabilidad y comunicación se desarrolla principalmente con el grupo de pares: “Diversión, entretenimiento, chusmerío”; “chamuyarte a las pibas”; “estar en Facebook hablando con amigos”. Pero también socializando con familiares: “Además de encontrar lo que sea, poder comunicarse con familiares y amigos que están lejos.” La comunicación a distancia se ha valorado en varias oportunidades, en especial en los casos de jóvenes con familiares en el interior del país o en el extranjero.

El entretenimiento es el otro gran aspecto mencionado entre las “cosas buenas” de Internet, junto con el acceso a la Información –en general y en función al estudio– y la sociabilidad. El entretenimiento se vincula con la gran variedad de consumos culturales en el tiempo de ocio (“poder jugar a un montón de juegos a cualquier hora”). Entre las distintas opciones de acceso a consumos culturales en Internet, se destacan: el streaming de música y video (películas, series, fragmentos de programas de TV, videoclips y grabaciones amateurs, especialmente en Youtube), el download de juegos, programas, música y videos (especialmente en Taringa y Cuevana) y las consultas de información (en especial vía Google y Wikipedia). Poder acceder a materiales musicales específicos es algo que también se valora de la Web. Las respuestas son bien descriptivas: “Juegos, videos, música”; “los juegos”; “los videos”; “las descargas”; “encuentro pistas de rap o acordes de guitarra para poder tocar.” A modo de síntesis, algunos entrevistados refieren a la cantidad y la variedad de lo que pueden encontrar en Internet: “Está todo lo que querés buscar.” Y en relación al carácter entretenido: “Te sirve para pasar el tiempo”; “está bueno no aburrirse nunca”.

### **5.3 Contras de Internet**

Entre las “cosas malas de Internet”, los adolescentes destacan, en primer lugar, la información errónea. En las respuestas, ésta se presenta de forma general: “Mucha porquería dentro de la información”; “que hay mucho contenido basura”; “información equivocada.” Pero cuando los encuestados detallan, se observa que

estas afirmaciones contemplan básicamente tres elementos: la publicidad, el virus, el spam (“los anuncios engañosos y las páginas que traen virus”) y la información falsa o equivocada. Este último aspecto es relacionado con los obstáculos que trae para el estudio: “Hay mucha información falsa y equivocada y hay que leer mucho”; “a veces sirve para estudiar y a veces no.”

El reclamo por la lentitud de Internet se asocia de modo frecuente y viene a las informaciones erróneas o de baja calidad que dificultan realizar las búsquedas de forma rápida y eficaz. Pero también destacan otros factores que contribuyen a la lentitud como el ancho de banda (“Internet es muy lento”) o las características de la propia computadora desde la que acceden (“es muy lenta si es mi PC”). La lentitud en todas las menciones a una sensación de “pérdida de tiempo”.

Vinculado a las informaciones erróneas, los adolescentes usan otro término que aporta a la caracterización de sus experiencias en Internet: la distracción. “Te distrae de las cosas importantes”, dicen en repetidos casos. La distracción se presenta en principio como un problema menor, pero susceptible de convertirse en algo más grave cuando los lleva a perder el control de su práctica en Internet y a descuidar las cosas importantes de su vida cotidiana (el estudio, el trabajo y las relaciones familiares o con pares). Eso es lo que ocurre cuando Internet “se te hace un vicio”, como declaran. La idea de “vicio” se presenta respecto de Internet, pero se puntualiza específicamente cuando refieren a los videojuegos: “Es malo lo adictos que muchos chicos se hacen a los juegos en red”.

Uno de los principales contenidos mencionados como “cosas malas de Internet”, dentro de la idea de que hay “mucho basura” o “mucho porquería” en la Web, es la pornografía: “videos atrevidos”; “el porno y otros”; “la pornografía y las mentiras.” Pero también en relación a la publicidad: “Mucha pornografía en los anuncios comerciales.” O respecto a la exposición de los menores a dichos contenidos: “Páginas pornográficas con acceso libre para menores.”

Dos cuestiones que creemos importante subrayar acerca de la percepción de las “cosas malas de Internet” son por un lado la casi nula mención respecto del tema de la privacidad. Han dicho que “no es seguro” y también que hay “gente que chusmea tu perfil.” Pero el tema parece no generar grandes preocupaciones y se nota un alto grado de desconocimiento y falta de conciencia al respecto. Por último, encontramos algunas menciones al tema económico (“gastás plata”) en relación a las horas pasadas en un ciber o locutorio chateando, bajando cosas, viendo videos y jugando en red. Esto es relevante tratándose de jóvenes de sectores populares. Si bien es necesario indagar en dicho aspecto, podemos formular la hipótesis de que hay una diferencia entre la percepción del acceso a Internet y el uso. Siendo, en el caso de estos jóvenes, el acceso pago (“lo malo es que gastás plata”) y el uso relativamente libre (según las características de la máquina y la conexión, el control de los padres, la disponibilidad de la computadora para su uso y las competencias del usuario).

Por último, la mayor parte de las respuestas mencionan entre las cosas malas de Internet a las “páginas prohibidas” o “páginas para adultos” y “la abundante publicidad de páginas pornográficas”, lo que expresa la ambigüedad de este consumo.

#### **5.4 Consumo de pornografía: el vicio de los otros**

Según datos de Google y otros estudios, la pornografía es lo más buscado y consumido en Internet. Si bien en las actividades que enumeran los jóvenes, casi ninguno declara consumir pornografía, es común que su consumo sea adjudicado a los pares (“la mayoría ve porno y se hace la paja”; “los otros miran todo el día XXX”; “ven mucho porno”; “ven videos prohibidos”). Ante la pregunta “¿qué imaginás que hacen tus amigos en Internet?”, muchos responden ver porno (“ver videos porno en redtube”; “boludear y hacerse la paja”; “ver XXX”), lo que sugiere que este consumo parece todavía ser un tema tabú o políticamente incorrecto entre ellos (no para hablarlo entre pares, sino para referirlo como un consumo cotidiano ante adultos). Paradójicamente, casi todos dicen que sus amigos hacen más o menos lo mismo que ellos. Las preguntas acerca de este consumo han conformado un tema huidizo del que al menos ante los adultos parece ser mejor no hablar.

#### **5.5 Un día divertido**

Para casi todos los jóvenes de sectores populares un día divertido es salir con amigos y estar “al aire libre”, en algunos casos específicamente “jugando a la pelota” (una de las respuestas más mencionadas entre los varones), “yendo a la pileta” o “andando en bici”, con música, sin ir al colegio y sin pelearse con los padres, “estando hasta tarde en la calle” o “con amigos en una plaza”, lúdicamente, alegres y relajados. Son contados los casos que describen un día divertido navegando en Internet o viendo televisión.

A conclusiones similares llega la investigadora Morduchowicz (2008:106): “la primera opción de los chicos para su tiempo libre es *salir con amigos*. Así, cuando definen *un día aburrido y uno divertido*, los chicos dejan en claro que un día divertido es aquel en que salen [fuera de la casa] y uno aburrido es aquel en que se quedan en el hogar, con algún medio, especialmente mirando televisión.” En algunas respuestas se menciona el uso social y lúdico de Internet, pero siempre como actividad complementaria en el día divertido. Los resultados muestran que para los jóvenes Internet no es la principal actividad en un día divertido. Sin embargo, resulta llamativo que los jóvenes consideran la diversión y el entretenimiento como cualidades altamente valoradas de Internet. Considerando que cada vez es más frecuente el uso de Internet entre los jóvenes, y que éste uso es valorado por su carácter entretenido, ¿por qué Internet no figura como prioridad entre las actividades de los adolescentes en un día divertido?

Esto nos lleva a distinguir entre, al menos, dos tipos de uso lúdico de Internet por parte de los jóvenes. Uno, bien concreto, que implica el involucramiento completo del usuario con su computadora, cuyo ejemplo modelo es el del jugador de videojuegos. Éste tipo de uso lúdico-pleno es el que podría “competir” con las actividades al aire libre con amigos. Los adolescentes prefieren estar con amigos al aire libre que jugando con sus computadoras. Éste es también el tipo de uso que suele causar el temor de los padres, que observan con nostalgia el cambio histórico en las formas de diversión adolescente: el chico que jugaba en la plaza versus el chico aislado, abstraído del mundo, sumergido en la computadora. Pero existe un segundo tipo de uso lúdico, más disperso pero también transversal, que se filtra en los intersticios de todas las prácticas adolescentes.

Con la masificación de la telefonía móvil y los distintos dispositivos móviles<sup>5</sup>, el uso lúdico-intersticial llega hasta aquello que en el esquema anterior se presenta como su contrario: la plaza, el aire libre, la sociabilidad co-presencial. Los adolescentes entran a Facebook desde sus celulares en las plazas, en la escuela o en la esquina. De esta manera, el uso lúdico-intersticial no es divertido en sí mismo, sino que *hace divertidas* a otras prácticas: sociales, escolares, y hasta laborales.

Como demuestra la Encuesta joven de la Ciudad (la del 2010 en relación a la del 2008), nuestro trabajo de campo y otros estudios, el uso de Internet en el celular está creciendo, y los adolescentes usan Facebook, mensajean, chatean, escuchan música, comparten videos, sacan fotos, al mismo tiempo que pueden salir en grupo a una plaza o simplemente estar en la calle o a la salida del colegio. Es así como Internet ingresa al celular, y desde el celular a todas las prácticas cotidianas de los adolescentes.

Es importante distinguir entre la diversión en Internet que pueden causar los videojuegos (el uso lúdico-pleno), uso que es relativamente nuevo y tendrá mayor arraigo en algunos adolescentes –principalmente varones– que en otros. Y por otro lado la diversión causada por un uso lúdico-intersticial que es más inminente aún, que tiende a masificarse y a inmiscuirse por medio del celular en todas las esferas de la vida.

Los jóvenes también asocian un día divertido con la libertad, a la que asocian con la falta de control parental (“cuando no me controlan”; “cuando mi mamá no me reta”; “cuando puedo hacer lo que quiero y mis viejos no me hinchan”), la ausencia de clases (“un día sin colegio”; “sin clases”) y la cercanía co-presencial con amigos en un ámbito al aire libre (“salir con amigos”; “ir a una plaza con amigos”) o estando con amigos de modo virtual (“jugando, chateando con mis amigos y estando en Face”; “un día divertido es cuando todos están conectados”).

## **5.6 Adictos a Internet**

El problema básico de hablar de adicción es cómo medirlo, cuánto es mucho o poco y según quién. Pero nuestro enfoque se limitará a ver la percepción que los jóvenes tienen de la adicción en Internet. Para nuestro análisis definimos la adicción, siguiendo a Urresti, como los casos en que alguien hace cosas que no quisiera hacer, como por ejemplo dejar de comer por varios días o de ir al colegio por quedarse encerrado con la propia computadora o en el ciber.

Ante la pregunta “¿Tenés amigos adictos a Internet?”, los encuestados suelen responder afirmativamente, pero sólo algunos pueden especificar el por qué. Incluimos esta pregunta porque nos interesaba indagar en las representaciones que los jóvenes tienen de sí mismos y de sus pares con respecto a cuánto es demasiado, cuando el *vicio* creen que se convierte en adicción respecto al uso de Internet. La pregunta refiere a los “amigos” porque busca rescatar aquellas prácticas que quizás sean incómodas de declarar en primera persona, tales como el tiempo excesivo frente a la computadora vinculado al consumo maníaco de porno, a la interacción en redes sociales virtuales o al uso de juegos de computadora individuales o en red.

Si bien el consumo de Internet en el ciber insume un costo directo para el bolsillo de los adolescentes –y en particular en sectores populares–, esto no se presentó como un obstáculo a la “adicción”. En sus respuestas, la tenencia de computadora “propia” no es condición necesaria para un uso excesivo de Internet. El “límite” se presenta en todos los casos asociado a la propia voluntad (“sé cuando cortar con el vicio”) o al control parental (“en mi casa me dejan sólo dos horas por día en Internet”). La idea de adicción o “vicio” es asociada a una cantidad exagerada de horas frente a la computadora.<sup>6</sup> Estos jóvenes definen a los adictos como los que “tienen la compu en casa y no tienen límites de horarios”, “están jugando todo el tiempo”; “están siempre en Internet”; “nunca se alejan de la computadora”; “están todo el tiempo conectados”; “utilizan Facebook todo el tiempo”). Y simultáneamente descuidando las tareas escolares (“se ratean para ir al ciber”) e *hiperconectados* (“no se pueden desconectar de las redes sociales”).

## 5.7 Distracción o multitasking

La *burbuja del multitasking* encuentra a los jóvenes interactuando con otros internautas, consigo mismos, con su computadora y con diversos contenidos que hay en Internet. Dado que toda multimedia implica interacción (Negroponte, 1995), el multitasking de los jóvenes se genera sobre una serie o secuencia de actividades que estos superponen y compatibilizan con fluidez: escuchar música, armar listas de temas para futuras reproducciones, seleccionar discos y canciones para bajar o escuchar online, chatear, buscar contactos y actualizar estados en redes sociales, ver, comer, subir fotos y videos, comentar otros comentarios, mirar fotologs y blogs, consultar foros, leer distintas páginas sobre informaciones diversas (sobre un músico, actor/actriz, película o programa de TV o sobre algún tema de estudio, por ejemplo), ojear algún diario, revista o sitio de noticias, aunque este consumo sea más típico de los jóvenes de sectores medios/altos y casi no lo



mencionan los de sectores populares, fuera del *transversal* diario deportivo Olé. Y, lo que nadie dice hacer pero todos saben que hacen los otros, mirar videos pornográficos, una forma no mediada e íntima de aprender y explorar sobre la propia sexualidad y las relaciones sexuales.

Respecto a si Internet les saca tiempo para otras cosas, los jóvenes comentan que a veces no hacen la tarea por estar demasiado tiempo navegando. Similar al efecto hipnótico de pérdida de la dimensión temporal que produce la TV, Internet parece generar algo similar en los *nativos digitales* (los jóvenes que manejan ciertas destrezas de navegación suficientes para poder disfrutar y sentir como *natural* la importante parte de tiempo diario que pasan en Internet). Podríamos pensar que el multitasking, esta mezcla de actividades que los jóvenes realizan en simultáneo y frente a la computadora, genera cierta adrenalina que no produce la pasividad de sólo mirar televisión y pasar los canales. Igarza (2009) señala que con la masificación de Internet la mayoría de las pausas que antes las personas se tomaban para descansar del estudio o el trabajo y para realizar actividades como conversar, escuchar radio o música, ver televisión o una película, entre otras cosas, ahora las realizan en gran medida frente a la computadora, en micropausas que denomina burbujas de ocio.

### **5.8 ¿Tu vida mejoró desde que tenés Internet?**

Respecto a la pregunta sobre si consideran que la vida con Internet les parece mejor o peor, los encuestados responden en gran medida que la vida es mejor (“porque nunca te aburrís”, “podés acceder a un montón de información y cosas que antes no podías”, “podés conocer a un montón de gente”, “te facilita las cosas”), pero también en muchos casos lo matizan con el problema de la distracción (“si te distraés, te olvidás lo que estabas haciendo y podés terminar en cualquier cosa”; “a veces dejo de hacer cosas por estar en Internet”). Algunos creen que con Internet la vida es peor ya que “después se hace vicio”. Berardi (2010) refiere que la digitalización de los procesos comunicativos genera una desensibilización a los procesos continuos de lento devenir, y una sensibilización en algunos casos extrema a los códigos informacionales y a los repentinos cambios de estado que se dan en la interacción de las redes sociales.

### **5.9 Internet en el futuro**

Respecto a cómo ven Internet en el futuro, los jóvenes piensan que va a ser “mejor y super rápida”; “estará en todos lados”; “todos con notebook”; “piola, más tecnológica”; “más moderno, con más tecnología”; “mucho más importante”, “más rápido y gratis”; “va a ser en 3D”, “todo va ser táctil”, “con hologramas”; “más usado por todos, porque ahora la tecnología está viniendo por Internet”; “vamos a poder entrar adentro del Internet”. Algunos responden que no saben cómo será, que no piensan en el futuro o que creen que será igual que ahora, pero la mayoría responde de modo optimista, dando por descontada la universalización de su uso y del acceso inalámbrico a Internet con un servicio rápido y gratuito para todos los

usuarios. En este sentido podemos leer cierto idealismo –ingenuo o visionario– en la visión de estos jóvenes acerca del futuro de Internet. Pero en todo caso este optimismo tecnológico es compartido por los jóvenes de todos los sectores sociales. Por otro lado, también parecen responder de modo automático que “habrá más tecnología”, sin especificar acerca de cómo será esta mayor tecnologización de la sociedad en la que viviremos.

## 6. CONCLUSIONES

Internet ha sido sobredimensionado por las empresas de nuevas tecnologías, la publicidad, los investigadores sociales y técnicos apólogos de la Red y los medios masivos de comunicación, que suelen pensar y apuntar a un *target* de jóvenes con mayor poder adquisitivo que el aquí estudiado. Internet, a diferencia de lo que una gran parte de la massmedia, el periodismo y la academia nos dice, no es hegemónico como medio: en algunos ámbitos sociales, como por ejemplo en la mayoría de los barrios humildes o villas miseria de la Ciudad, la televisión sigue siendo el medio de comunicación primordial; en diversos ámbitos laborales y suburbanos es la radio el principal medio comunicativo; en los casos de jóvenes en situación de calle de la Ciudad de Buenos Aires, al igual que en muchas personas adultas y en especial de la tercera edad, es la telefonía móvil el medio de comunicación más usado (y en la convivencia con jóvenes son muchas veces los adultos y ancianos quienes imponen estos otros medios en el hogar).

La particularidad en los usos de Internet de los jóvenes de sectores populares se independiza cada vez más de los problemas de acceso y conectividad. La especificidad de dichos usos entonces debe buscarse más en el aspecto cultural y menos en las limitaciones del acceso. La gran mayoría de los jóvenes utiliza Internet, salvo en el caso de jóvenes en situación de calle, en situaciones de indigencia o extrema pobreza. Entre los jóvenes de sectores populares escolarizados, quienes no usan Internet deciden no hacerlo, por desinterés o apatía u otros intereses. La expansión en el acceso y la calidad de la conectividad tiende a reducir la brecha digital, en parte a partir del abaratamiento de los equipos, los costos de conexión y la acción del Estado por medio del sistema de educación pública y el programa Conectar igualdad, entre otros. Cada vez en menor medida, los bajos recursos económicos imposibilitan el uso. Internet está entre los principales consumos de estos jóvenes. Si bien en sus comienzos Internet penetró sólo en los sectores medios y altos, en los últimos años su consumo se ha ido extendiendo a los jóvenes de todos los sectores sociales. En la actualidad, cuando los jóvenes de sectores populares deciden cómo gastar su –escaso– dinero o aquel dado por sus padres, entre sus primeras preferencias están Internet y la telefonía celular. Internet se ha convertido en el nuevo *metamedio* de referencia y convergencia mediática-cultural para un creciente número de estos jóvenes.

Internet convive con el resto de los medios de comunicación en la cotidianidad de la mayoría de los jóvenes. Este *nuevo* medio se recombina con los *antiguos*

medios generando nuevos modos de cotidianidad mediática. Los medios se van transformando en la mediamorfosis (Fidler, 1998) que surge del modo en que los combinan los distintos usuarios. Como vemos en nuestra propia investigación y en otras, Internet se ha convertido en el nuevo medio alrededor del cual la mayoría de los jóvenes proyecta una parte cada vez más importante de sus expectativas sociales, culturales y de entretenimiento. Además, el tiempo que los jóvenes de todos los sectores sociales pasan conectados a Internet tiende a aumentar año a año (Livingstone, 2003; Morduchowicz, 2008; Urresti et al, 2008; Baricco, 2008; Piscitelli, 2009; Berardi, 2010; Encuesta joven, 2010; Albarello, 2011).

La computadora ha sucedido a la televisión en su condición de tótem, pero con la característica de que los “nativos digitales” encuentran en ella un sentido diferente y proyectan sobre este aparato una gran cantidad de expectativas, ligadas al juego, la experimentación, el aprendizaje y la socialidad, al punto que la consideran parte de su identidad. (Albarello, 2011:38)

Las páginas que más visitan los jóvenes encuestados son: 1) Facebook 2) MSN 3) Youtube 4) Google. Y las actividades más frecuentes en Internet, en coincidencia con las páginas más visitadas son: 1) Usar Facebook 2) Chatear en el MSN 3) Ver videos en Youtube 4) Jugar a juegos en Facebook y otras páginas 5) Buscar información sobre música, juegos, películas y material de estudio en Google.

En este sentido, los jóvenes hacen lo mismo que hacían antes de Internet: buscar y hacer amigos, socializar con el grupo de pares, experimentar con el amor y la sexualidad, identificarse con consumos de la industria de la cultura y el arte, responder a los encargos de la escuela y sobre todo buscar diversión y entretenimiento. Lo singular se halla en que ahora deciden hacer todo ello “mediante” Internet. ¿Por qué? Aquí entran en juego los códigos, el capital cultural, el habitus, las valoraciones y representaciones del sector social al cuál los jóvenes pertenecen. Al respecto, las encuestas y entrevistas han arrojado que estos jóvenes usan Internet porque: 1. Es divertido. 2. Por las ventajas de poder conocer a mucha gente, conversar con muchas personas al mismo tiempo y hacer varias cosas a la vez. 3. Porque es el único lugar donde hay una diversidad casi inagotable de información y contenidos con acceso y consumo gratuito. 4. Porque simplemente la vida con Internet “es mejor.”

Según encuestas y entrevistas realizadas, estas razones son similares a las que tienen los jóvenes de sectores medios. ¿Cuáles serían las diferencias? Aunque las actividades sean en gran parte las mismas, cambia la intensidad con que se utiliza cada herramienta así como las percepciones y valoraciones de las mismas. Por ejemplo, los jóvenes de sectores medios de padres universitarios utilizan más plataformas como Twitter, blogs y diversos diarios, en especial Clarín (Linne, 2009), si bien no dejan de utilizar prioritariamente los anteriores sitios. Según Margulis, las diferencias culturales entre los jóvenes de sectores populares y los de sectores medios son enormes dentro del área metropolitana de Buenos Aires, en especial en lo referente a representaciones, imaginarios, *habitus* y

comportamientos en el plano de la afectividad y la sexualidad (Margulis, Urresti, Lewin et al, 2007). Uno de los interrogantes a indagar en posteriores etapas de investigación es si Internet funciona como una zona de transición cultural entre los jóvenes de sectores populares y los de sectores medios.

Los jóvenes *bárbaros* (Baricco, 2008) o *nativos digitales* (Piscitelli, 2009) consideran que chatear con sus amigos es una experiencia más de la realidad, y no son de diferenciar entre la calidad o *valor* de una experiencia co-presencial y una a la que podríamos denominar virtual. Esto no es más que otro indicador de que para los jóvenes ha cambiado el modo de adquirir experiencias (Baricco, 2008). Los jóvenes conversan de modo co-presencial y virtual sobre los mismos temas: los programas de televisión, las series, las películas, los videos, las fotos, la música, los juegos y las personas preferidas. En síntesis, sobre los distintos temas que surgen en la sociabilidad diaria online y offline, y acerca de las diferentes estrategias que evalúan poner en práctica para socializar en las redes sociales, en los mundos simulados y en los distintos espacios de co-presencialidad.

## Bibliografía

- Albarello, F. (2011): *Leer y navegar en Internet*, La crujía, Buenos Aires.
- Baricco, A. (2008): *Los bárbaros*, Anagrama, Barcelona.
- Bauman, Z. (2002): *Modernidad líquida*, Fondo de cultura económica, Buenos Aires.
- Berardi, F. (2010): *Generación post-alfa*, Tinta limón, Buenos Aires.
- Castells, M. (1999): *La era de la información: economía, sociedad y cultura: la sociedad red*, Siglo XXI, México DF.
- Castells, M. (1999b): *La era de la información: economía, sociedad y cultura (vol. 3): fin de milenio*, Alianza, Barcelona.
- Cecconi, S. y Urresti, M. (2007): "Territorios subalternos: una aproximación a los sectores populares urbanos", en Margulis, M., Urresti, M., Lewin, H. y otros (2007:11-20): *Familia, hábitat y sexualidad en Buenos Aires*, Biblos, Buenos Aires.
- Eco, U. (1968): *Apocalípticos e integrados*, Tusquets, Barcelona.
- Fidler, R. (1998): *Mediamorfosis. Comprender los nuevos medios*, Granica, Buenos Aires.
- Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (2010): *Encuesta joven*, Buenos Aires.
- Igarza, R. (2009): *Burbujas de ocio*, La crujía, Buenos Aires.

- Levis, D. (2009): *La pantalla ubicua* (2° edición ampliada), La Crujía, Buenos Aires.
- Linne, J. (2010): “*Dejé de ir a bibliotecas, ahora hago fast food académico: cambios recientes en el modo de estudio de jóvenes de sectores medios de la Ciudad de Buenos Aires*”, ponencia presentada en la *II Reunión Nacional de Investigadoras/es en Juventudes de Argentina (RENIJA)*. 13, 14 y 15 de octubre de 2010. Salta, Argentina.
- Livingstone, S. (2003): *Young People and New Media*, Sage, Londres.
- Margulis, M. (2007): “Presentación”, en Margulis, M., Urresti, M., Lewin, H. y otros (2007:11-20): *Familia, hábitat y sexualidad en Buenos Aires*, Biblos, Buenos Aires.
- Morduchowicz, R. (2008): *La generación multimedia. Significados, consumos y prácticas culturales de los jóvenes*, Paidós, Buenos Aires.
- Negroponte, N. (1995): *Being Digital*, Hodder & Stoughton, Londres.
- Piscitelli, A. (2009): *Nativos digitales*, Santillana, Buenos Aires.
- Turkle, S. (1984): *The Second Self: Computers and the human spirit*, Simon & Schuster, Nueva York.
- Urresti, M. (ed.): (2008): *Ciberculturas juveniles*, La Crujía, Buenos Aires.

---

<sup>1</sup> “En la actualidad pertenecer a los sectores populares es casi un sinónimo del lugar que se ocupa en la ciudad.” (Cecconi y Urresti, en Margulis, Urresti, Lewin et al, 2007:49)

<sup>2</sup> Una parte importante de las madres de los jóvenes son amas de casa y trabajar de empleadas domésticas. Muchos de los padres son albañiles, obreros o empleados estatales. En algunos casos se menciona por propia iniciativa del joven la ocupación del padrastro: ¿Cuál es la ocupación de tus padres? “Madre: ama de casa; padrastro: capataz; padre: metalúrgico”.

<sup>3</sup> El “Jumbo” es el modo en que los vecinos llaman al único shopping de la zona. Esta nominación probablemente se deba a que el supermercado Jumbo es el negocio del shopping con el cartel más grande y que se ve desde más lejos. Además de los varios puntos de acceso a pie, se puede ingresar en auto al amplio estacionamiento o se puede llegar a través del pre-metro (estación Escalada), ubicada en frente al estacionamiento del shopping. Estas características, además de la omnipresente vigilancia privada, hacen del Jumbo uno de los puntos de encuentro y referencia más importantes del área, y una de las “zonas más seguras” del barrio para sus vecinos.

<sup>4</sup> Esta tendencia contemporánea es lo que Bauman (2002) denomina *relaciones líquidas*.

<sup>5</sup> Igarza (2009:50) plantea que “los dispositivos de telefonía móvil son la más corpórea de todas las tecnologías digitales conocidas, después y en reemplazo del reloj pulsera (...). Su polifuncionalidad portátil la eleva a la categoría de los elementos vivenciales que todo usuario lleva consigo, incluso en el hogar.”

<sup>6</sup> Turkle (1984), una de las pioneras en investigar los efectos que las computadoras e Internet han tenido y tienen en las personas, afirma que la excesiva adhesión a los mundos simulados tiende a afectar negativamente las relaciones con el mundo real.