

Cibercultura de la noche: los usos del teléfono celular, el MSN y el chat de Facebook en la vida nocturna de los jóvenes de sectores medios y altos de la ciudad de Buenos Aires. El caso de la “previa”.

Magdalena Felice.

Cita:

Magdalena Felice (2011). *Cibercultura de la noche: los usos del teléfono celular, el MSN y el chat de Facebook en la vida nocturna de los jóvenes de sectores medios y altos de la ciudad de Buenos Aires. El caso de la “previa”*. IX Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-034/556>

Cibercultura de la noche: los usos del teléfono celular, el MSN y el Chat de Facebook en la vida nocturna de los jóvenes de sectores medios y altos de la ciudad de Buenos Aires. El caso de la “previa”.

Magdalena Felice

Carrera de Sociología, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.

machi_felice@hotmail.com

Resumen:

La creciente presencia que asumen las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC's) en la sociedad contemporánea impactan en los mundos de vida de los jóvenes, en las culturas juveniles y, en particular, en la cultura de la noche. Así como las culturas juveniles devienen ciberculturas juveniles (Urresti, 2008), la vida nocturna es atravesada por un espacio de socialización virtual que, diluyendo las fronteras entre realidad y virtualidad, estaría generando una ciber- cultura de la noche (Margulis, 2005). En este sentido, las formas de diversión, el uso del tiempo libre y los modos que asume la noche porteña se ven influenciados por las dinámicas de uso de dichas tecnologías.

Nos preguntamos entonces: ¿cómo intervienen las nuevas tecnologías de la comunicación y la información en los modos en que los jóvenes se comunican entre sí, sostienen lazos de amistad y organizan sus salidas nocturnas? ¿Quiénes componen la lista de contactos de su celular, su MSN y su Facebook? ¿Qué usos hacen de cada uno de estos medios a la hora de planificar sus espacios de entretenimiento y elegir sus compañeros de diversión? ¿Cómo lo hacen?

Analizaremos estos aspectos entre los jóvenes de entre 20 y 25 años pertenecientes a sectores medios y altos de la Ciudad de Buenos Aires y, en particular, para el caso específico de la organización de “la previa” en tanto ésta constituye un ritual del encuentro juvenil que se ha instalado desde hace ya un tiempo en la cultura de la noche.

Palabras clave: Culturas juveniles- Ciberculturas- TICs- Cultura de la noche- sectores medios y altos

INTRODUCCIÓN

Comprender los modos en que las TIC' S se incorporan en la vida nocturna de los jóvenes implica analizar los usos y significaciones atribuidos a las mismas; en este artículo nos concentraremos en tres: el teléfono móvil, (en su formato de SMS¹ y llamado telefónico), el MSN² y el Facebook³ (el Chat y mensaje privado). Estos dos últimos forman parte del universo de Internet.

Es importante considerar que se trabajó con jóvenes de sectores sociales medios y altos que tienen acceso a una conexión de banda ancha, desde su hogar y no desde ciberes. Asimismo, en muchos casos suelen poseer también conexión a Internet libre desde sus teléfonos celulares por lo que la distinción

entre MSN, Facebook Chat, Chat ofrecido por el teléfono⁴ y SMS se hace más confusa y los límites no están claros.

Tanto el teléfono móvil, el MSN como el Chat de Facebook son medios de interacción entre los jóvenes; a través de ellos se comunican, se contactan, se acercan virtualmente adquiriendo “presencia” y “visibilidad” en la vida de los otros. Estos medios se diferencian entre sí por: a) sus listas de contactos, es decir, por el entorno específico al que hacen referencia; b) por la significación que le adjudican los usuarios, o en otras palabras, por las tramas de sentido en las están insertos; c) por su portabilidad.

En la vida cotidiana en general, y en la nocturnidad en particular, estas TIC`S tienen una importante presencia que se refleja en su utilización constante durante la noche para organizar salidas y encuentros tanto con los grupos de pares más cercanos como con personas conocidas. La lista de contactos que ofrece cada medio hace del mismo el Relacionista Público de la noche (RR.PP): los planes nocturnos se crean, organizan, se confirman, se desarman, se vuelven a organizar gracias a y por estos medios de comunicación que nos permiten estar presentes y “disponibles” ante los otros. Una lista de contactos amplia y acorde a la “onda” de su dueño o dueña, multiplica las posibilidades y maximiza las oportunidades: previas, fiestas, discotecas a cualquier hora y a gusto del consumidor. En este sentido, los encuentros mediados por estas tecnologías no remplazan encuentros cara a cara sino que más bien se constituyen en alternativas válidas para ampliar las posibilidades de estar siempre conectado, “visible” y disponible frente a los otros y con ello, extender esos encuentros sin mediaciones tecnológicas.

A continuación haremos una clasificación de estas tres TIC`S en base a los tres criterios previamente mencionados. Luego, analizaremos la dinámica de los mismos y los modos en que son utilizados para el caso específico de la organización de la “previa”.

EL TELÉFONO MÓVIL, EL MSN y EL FACEBOOK: LOS RR.PP DE LA VIDA JUVENIL

Capital social: La lista de contactos. ¿De dónde vienen, quiénes son, cuántos son?

En términos generales, entre los jóvenes de este sector social, todas las personas que configuran cada una de las listas provienen de la realidad offline de los usuarios; el entorno definido es una extensión del ambiente en el que circulan, circularon o podría circular en su vida real. Son todos “conocidos”, aunque no todos “cercaños” y sólo algunos “muy cercaños”; vale decir, ninguno es un extraño del que no tienen referencias, son siempre personas que han visto alguna vez, con las que minimamente tuvieron un acercamiento físico y/o de las que algún amigo/a les habló pero con el que perfectamente podrían haberse cruzado en la vida cotidiana. Entonces, podemos decir que están: los “conocidos muy cercaños”, conocidos cercaños”, los “conocidos” y “los desconocidos- conocidos”. Los primeros conforman las relaciones

primarias mientras que los otros constituyen las relaciones secundarias o la comunidad. No hay extraños.

Las comunidades digitales tienen así su base en las comunidades offline por lo que la ampliación de los contactos en nuestra vida real es el factor que permite aumentar nuestros contactos en el celular, el MSN o el Facebook. Si Internet crea su propio espacio (el espacio virtual o el ciberespacio), lo hace desde el espacio real; así, entre los jóvenes de sectores medios y altos, en el espacio virtual como territorio de encuentro, sólo se encuentran quienes ya se encontraron.

Desde esta perspectiva, la lista de contactos no es azarosa ni casual pues ella emerge de contactos o posibles contactos en los espacios de socialización de la vida cotidiana que no son a su vez accesibles para todos por igual. Como consecuencia, la segregación espacial del mundo real se expresa en la segregación virtual o digital: quienes están cerca en el espacio social tenderán a encontrarse y acercarse, convirtiéndose así en potenciales contactos del teléfono móvil, el MSN o el Facebook⁵. La elección de personas, así como de bienes que se poseen y de prácticas que se realizan, se encuentra condicionada por la pertenencia a determinado sector social; este condicionamiento no se da necesariamente de modo conciente y planeado por el agente sino de un modo casi espontáneo, a través del *habitus de clase* (Bourdieu, 1997) incorporado (sistema de esquemas de producción de prácticas y sistema de esquemas de percepción y apreciación de las prácticas).

Este *habitus* social condiciona tanto los espacios por los que nos movemos en la vida real como las personas con las que elegimos contactarnos. La censura respecto a quienes se agrega a la lista procede del hecho de pertenecer o no a una posición social determinada que les brinda a sus miembros ese *habitus* social que, por un lado, a través de sus prácticas, los une, los integra, o los separa y distancia en diferentes espacios cotidianos; y, por el otro, en caso de ser mezclados en esos espacios o de ámbitos de mayor heterogeneidad (como el trabajo o la facultad), los guía a través un estilo de vida similar, a acercarse con aquellos con los que están próximos en el espacio social.

Se advierte, entonces, que el escenario tecnológico resulta absolutamente unclasista pues reproduce la segmentación del espacio social en términos de clase y con ello refuerza la desigualdad y la segregación social, asegurando que no haya “mestizajes”. La incorporación a cualquiera de estos medios responde a un “azar organizado” y quien se agrega es un “cualquiera” dentro de un marco bien delimitado que no permite anonimato.

Al referirnos a “quienes son” y “cuántos son” en estas tecnologías, encontramos diferencias. Respecto al “quiénes”, por transitarse del entorno más particular al más general, cada uno va incorporando al anterior y, por lo tanto, respecto a “cuántos” vemos un aumento progresivo desde el teléfono, MSN y Facebook.

El teléfono móvil funciona como el VIP de las discotecas, allí se encuentran las personas más importantes y significativas para el usuario como aquellas con

las que tiene un trato cotidiano, las englobamos bajo la categoría “muy cercanos” (familiares, amigos, parejas, parejas circunstanciales de una noche). En el MSN, la lista se amplía al incorporar a aquellos con los que se comparte cierta cotidianeidad pero que carecen del peso significativo que tienen los del celular: son los “cercanos”. Muchas veces se trata de contactos que son útiles para los espacios por donde circulan los usuarios: compañeros de la facultad o el trabajo, por ejemplo. En el Facebook, están “todos los demás”, es decir, todos los “conocidos” y en algunos casos los “desconocidos- conocidos”. Se trata de todos aquellos con los que uno se cruzó alguna vez en algún espacio de la vida cotidiana y tuvo algún mínimo acercamiento, alcanza con un simple “hola” y “chau”; o alguien “recomendado” por algún amigo/a cercano/a⁶. No tienen ni peso significativo para el sujeto ni son necesariamente cotidianos (ex compañeros del jardín de infantes, del colegio primario, del secundario, los del club, los de algún viaje, de algún cumpleaños o salida nocturna); por lo tanto, suelen considerar que en Facebook está “cualquiera” que como ya hemos visto, es un “cualquiera regulado” por el criterio de “conocido” que hace que no se trate más que de personas del mismo sector social.

Dado que Facebook es un medio reciente, es importante considerar que antes de su existencia, esa lista de contactos, a veces más reducida, estaba incluida en MSN. Por lo tanto, con su llegada el MSN vio disminuir sus “agregados” y restringirlos a aquellos con los que se busca exclusivamente chatear. Es decir, Facebook reemplazó al MSN como medio para mantener el contacto con las personas que uno iba conociendo en la vida diaria.

Entonces, respecto a la cantidad, la escala se constituye de menor a mayor: teléfono móvil, MSN, Facebook. En esta red social, estos jóvenes tienen entre 350 y 550 personas, provenientes en su mayoría de viajes realizados, clubes y countries, colegio primario y secundario, facultad y cursos que realizan, familiares y amigos de amigos que conocieron en cumpleaños y eventos privados y/o discotecas.

La cantidad se traduce en mayor o menos posibilidades ofrecidas por la lista de contactos respecto a la organización de encuentros nocturnos; una lista más amplia maximiza las oportunidades.

Las tramas de sentido del Teléfono móvil, MSN y Facebook:

El teléfono móvil es significado como el medio más privado e íntimo, en el que están las personas con las que se tiene más confianza. Asimismo, se considera que comunicarse a través de él implica un mayor grado de compromiso, formalidad e interés, en comparación al MSN y Facebook. Esto se puede graduar a través de la distinción entre SMS y llamado telefónico pues el primero es más informal, menos comprometido y refleja menos interés. Como consecuencia, mientras el llamado telefónico es reservado para los casos en los que se tiene más confianza, el SMS se manda a “cualquiera” que esté en la lista. Ahora bien, en ambos casos, están dirigidos a alguien en particular, han sido pensados y planeados, hay una intención que media esa comunicación por lo que no hay señales de “encuentro casual”.

Los jóvenes no privilegian la voz en el uso del teléfono sino que tienden a incorporar los mensajes de texto, reduciendo al mínimo el habla. Esta elección no se explica sólo por tratarse de un medio más fácil y económico, también aparecen cuestiones vinculadas al compromiso y al interés diferente que se manifiesta con un SMS o con un llamado. El involucramiento de la voz se traduce en una mayor exposición del sujeto que a su vez genera mayor inhibición. En los casos de “levante” o de organización de una noche con un grupo del sexo opuesto estos factores adquieren relevancia.

El MSN es percibido como un medio privado pero no necesariamente íntimo, un espacio en el que están las personas cercanas y cotidianas con las que se puede o no tener confianza. Este Chat es percibido como informal, con él se manifiesta cierto interés y cierto compromiso pero mucho menor al expresado por el teléfono móvil. Comunicarse por MSN es como encontrarse por casualidad en una plaza, aunque no pública, pues no hay intención manifiesta ni planificación en el encuentro; ubicarse en el Chat no es más que coincidir en la conexión, es andar sin buscarse aunque sabiendo a quienes podemos encontrar. En este sector social no suele haber anonimato en ninguno de los medios de comunicación digitales.

Facebook es un espacio virtual que si bien no es privado tampoco es público, podríamos definirlo como un espacio público cercado en la medida que se hizo una previa selección y control de aquellos que conforman el público según la privacidad que el usuario decida. En el caso de estos jóvenes, sólo tienen acceso a la información que publican aquellos que han sido primero admitidos y aceptados por ellos. Aquí, las personas no tienen que ser ni íntimas ni de confianza; y dado que el criterio para incorporar a alguien es muy amplio, no se lo percibe como un medio de comunicación comprometido ni formal.

Ahora bien, si Facebook brinda más información sobre la persona que el teléfono móvil y el MSN, ¿por qué se lo conciba como el menos comprometido y privado? En este medio los jóvenes suben fotos de la vida cotidiana, con sus amigos y familiares, informan sobre sus gustos, los lugares que frecuentan, el colegio al que fueron y, sin embargo, consideran que no es lo más íntimo. Desde esta perspectiva, nos preguntamos entonces qué entienden estos jóvenes por “intimidad” y, en tal caso, por qué no sería íntimo el Facebook.

Portabilidad: “donde estás, estaré”

Mientras el teléfono móvil (con su lista de contactos) acompaña a los jóvenes en sus rutinas diarias; el MSN y el Facebook depende de la conexión a Internet, por lo tanto, el acceso a estas listas de contactos es más limitado y se restringe a las situaciones en las que se cuenta con una computadora (de hogar o “portátil”).

A medida que el celular se constituye en una herramienta multimediática que permite conectarse a Internet⁷, las tres listas de contactos se confunden y se mezclan en el mismo soporte, aumentando las posibilidades de “estar conectado” con todos los “conocidos” (muy cercanos, cercanos, conocidos,

conocidos- desconocidos). De estos casos no nos ocuparemos en este primer artículo.

La portabilidad del teléfono móvil hace que esta lista de contactos sea una de las más importantes a la hora de organizar los encuentros nocturnos. Siguiendo a Quevedo:

“la portabilidad es el fruto de las sociedades en constante movimiento, una especie de neo nomadismo, con individuos que necesitan revestirse de los objetos que utilizan, movilizarse con ellos, tenerlos siempre consigo. Algo así como un “hombre caracol” que lleva su vida simbólica, laboral y social a cuestas, en uno o varios pequeños dispositivos digitales.” (2007: 3)

Asimismo, lo que importa del teléfono móvil no es tanto el aparato tecnológico en sí (que suele ser renovado con frecuencia por otros más novedosos y con más prestaciones), sino su número; los cambios de celular son siempre cambios de aparatos, manteniendo el mismo número. Con la adquisición del celular, los jóvenes cuentan con un número de teléfono que los identifica, que es personal y ambulante; a diferencia del teléfono fijo en el hogar, este número les otorga independencia de los domicilios fijos y privacidad. Ahora bien, eso los hace también permanentemente “ubicables”, donde quiera que estén y a cualquier hora. Podemos pensar así que en la misma medida en que el teléfono móvil les permite independencia y control sobre su lista de contactos, también los somete a estar siempre conectados.

Como consecuencia, los jóvenes con celular “en la palma de la mano” combaten la soledad y hacen de ella un momento para estar en compañía: “los otros” pueden aparecer en cualquier momento, habiendo siempre alguien con quien compartir un rato a través de un SMS, de la voz, del envío de una foto. Aunque sea tan sólo “para nada”, es decir, para mantener un contacto efímero y primitivo, los jóvenes se comunican o, más bien, se conectan. Generalmente, las conversaciones son lúdicas, buscan la pura sociabilidad: estar con otros porque sí, esa es la finalidad misma que, leída de otro modo puede ser evitar estar en soledad (Simmel, 2002). Solos pero acompañados virtualmente, digitalmente, se entretienen, yendo en una especie de nube en los colectivos, subtes, y calles. Con el celular, los momentos de espera, de “pérdida de tiempo” se transforman en actos de presencia en la vida de otros con un simple y económico SMS. Es un refugio, nos protege y nos hace aparecer ante los otros como si siempre estuviéramos “haciendo algo” y ocupados. Si antes era frecuente el cigarrillo en los momentos de espera, hoy el teléfono móvil tiende a remplazarlo. Los planes de a llamadas números gratis y el Chat gratuito que ofrece el mismo Blackberry entre sus usuarios dan cuenta de esta necesidad casi compulsiva a conectarse.

La conexión nunca se termina ni se agota, ni siquiera cuando se apaga el celular. Mientras en el MSN y Facebook es posible no estar disponible o directamente evitar conectarse sin que nadie lo reclame, con el celular no pasa lo mismo. Desconectarse apagando el teléfono genera en “los otros” preguntas, dudas, temores, incertidumbres, ansiedad. No responder un SMS o evitar contestar una llamada se traduce en una promesa de respuesta a posteriori pero jamás en una “no respuesta”; el celular genera un compromiso

con el otro pues se supone que es algo que se lleva siempre y está incorporado en la vida de las personas. Asimismo, este supuesto hace que en el “levantar” tardar en responder sea leído como “hacerse desear” y que se constituya como parte del juego de conquista (y de poder).

En palabras de Winocur:

“el teléfono celular es visualizado como una estrategia individual y colectiva de cohesión, visibilidad e inclusión social. Estar comunicado en sentido amplio no sólo representa una defensa contra la dispersión sino fundamentalmente una defensa contra la exclusión” (2008: 12).

A través del celular, los jóvenes se vuelven ubicuos: están en todas partes y en todo momento, “no se pierden de nada” y saben “dónde están” y “en qué andan” (típicas preguntas que circulan por los SMS) sus más cercanos. El territorio personal se encuentra así redefinido por la aparatología que acompaña a los jóvenes todo el tiempo; a modo de “panóptico ambulante”, el teléfono móvil controla y nos controla pero ese control es vivido a veces como opresión y otras como un “calmante”: el sentirnos observados, ubicables, localizables nos hace sentir visibles ante los otros y nos da tranquilidad y seguridad.⁸

LOS RITUALES DE LA NOCHE: LA PREVIA Y EL TELÉFONO MÓVIL

La “previa”: un ritual del encuentro

La previa refiere a un tiempo que precede a algo que vendrá después; en este sentido, no es percibida como una “salida” por sí misma sino como una instancia que antecede al plan principal de la noche que es “la salida”. Por lo tanto, no es, en un principio, más que un “punto de paso”, un “tiempo comodín”, un “aguantadero”, y quienes asisten tienen la creencia y la expectativa de que luego se “saldrá”, generalmente, a una discoteca o una fiesta privada, lugares en los que se espera estar hasta altas horas de la madrugada.

En términos generales, la previa transcurre en un tiempo específico, aquel configurado por la distancia temporal entre la finalización de la cena (entre las 23 hs y las 24 hs) y el comienzo de la noche cada vez más tarde, alrededor de las 2 30 am, 3am. Así también, transcurre en un espacio determinado: los domicilios particulares, concretamente en los living o en los salones de usos múltiples (SUM) de los edificios, prefiriéndose aquellos que están cerca de las zonas por donde estos jóvenes suelen salir: Palermo, Belgrano, Cañitas, Barrio Norte. No siempre se realiza en el mismo lugar, se trata de ir turnando; la previa es nómada por definición, aún cuando siempre haya alguien “que se la juega por el equipo” y presta su hogar más veces que otros.

Según quienes participan se pueden distinguir dos tipos de previa: las previas intragrupales y previas intergrupales. Las primeras son las constituidas por un grupo de amigos, ya sean todos hombres, todas mujeres o mixto; se conocen entre todos, tienen contacto frecuentemente y funcionan como unidad. Las segundas pueden ser pensadas como una sustancia compleja, como el

resultado de la integración de dos previas intragrupalas: una masculina y otra femenina. Como vemos, estas últimas consisten en encuentros exclusivamente heterosexuales; la homosexualidad no tiene lugar y el “levante” o la conquista refiere a personas del sexo opuesto.

En tanto “punto de paso”, la previa es considerada como un espacio de “preparación” para ir al boliche, es allí donde sus participantes van adquiriendo progresivamente el “espíritu de fiesta” y “diversión” necesario para estar en sintonía con el ambiente de la discoteca. Si llegan “aburridos”, “apagados”, “bajoneados” o “sin energía”, salen de ella “divertidos”, “muy arriba”, “con pilas”; es el espacio y el tiempo de calentamiento y de adquisición de las aptitudes requeridas para ingresar a la discoteca, o dicho en otras palabras, el momento del entrenamiento para llegar al partido en tiempo y forma. Un elemento imprescindible para “prepararse” es el alcohol pues es el que “activa y tira para arriba”, el que “va soltando” y desinhibiendo, el que instaura un clima festivo, de chistes y risas, haciendo que todo se torne más divertido y colaborando con la meta de “pasarla bien” y “cagarse de risa”.

Quien asiste a una previa puede notar que la misma funciona como el escenario para el encuentro con el grupo de pares y que, en ese sentido, satisface el deseo de encuentro y comunicación, de acercamiento y socialización que la discoteca, en tanto lugar de mera coincidencia y amontonamiento, ya no logra brindar.

El teléfono móvil: “soy uno con el universo”

La cultura de la noche está atravesada por el uso constante y permanente del celular. Quien asiste a cualquier evento nocturno rápidamente nota la presencia protagónica de esta aparato que, cual amigo incondicional o RR.PP, brinda la certeza de un “plan”, una fiesta, entradas gratis a una discoteca, “previas”, a cualquier hora. La noche “la hace” el teléfono móvil, o mejor dicho, una “buena” lista de contactos en él.

Con el teléfono móvil estamos comunicados o más bien, potencialmente comunicados con todos nuestros contactos que en el espacio de la nocturnidad se traducen en posibles “planes” y “salidas”. Se utiliza para la organización de la noche, él es el eje fundamental del armado de las previas intragrupalas e intergrupales, siendo generalmente la primera la base para la segunda.

La movilidad del teléfono celular es la que le otorga su papel protagónico; si bien en MSN y Facebook se tiene un abanico más amplio de contactos y, por ende, de oportunidades nocturnas, su sedentarismo producto de la dependencia a una conexión a Internet que suele tenerse únicamente en computadoras, los deja en segundo plano. En este sentido, coincidimos con Quevedo en que:

“el celular se adapta perfectamente a la necesidad de movilidad de los jóvenes: estar localizable las 24 horas, poder chequear las acciones del grupo constantemente y tener disponibilidad inmediata de respuesta”. (2007: 13)

Entonces, quienes se reúnen en la previa tienen el celular “al alcance de la mano” o, mejor aún, en la mano; su tamaño lo hace accesible a “la cartera de la dama y el bolsillo del caballero”. En otras palabras, al teléfono móvil se lo lleva “puesto”, es parte de la indumentaria; no es casual que una marca de ropa reconocida se haya asociado a una empresa que ofrece teléfonos móviles para hacer una de sus campañas; o que en muchas de las fotos de promoción de la marca se incorpore al celular: vestirse hoy no es sólo ponerse ropa.

Ahora bien, la presencia del celular y en algunos casos del MSN y Facebook hace a los jóvenes circular virtualmente por diferentes ambientes; están con unos físicamente y con otros digitalmente, van y vuelven, se conectan con unos y se desconectan de otros, transitando simultáneamente por espacios virtuales y espacios reales. Como consecuencia, otras realidades se inscriben en la realidad que se está viviendo, otras cuestiones y otros asuntos invaden e interrumpen. El “multitasking” se torna un modo de ser en el mundo, de estar con otros. La omnipresencia del teléfono móvil corre paralela a la omnipresencia que buscan los jóvenes; más allá de quien haya iniciado la cadena, la realidad es que ellos tienen necesidad de “saber” de los otros y estar en varios lados a la vez, necesidad que satisface el celular.

Asimismo, este artefacto es clave para la modalidad principal de organización nocturna: espontánea, casual, inmediata, haciendo “zapping” a través de la lista de contactos. Todo surge en el momento, sin anticipación ni grandes planificaciones. Por este mismo motivo, MSN y Chat de Facebook son útiles cuando son portátiles ya sea gracias a una Notebook o a un celular con acceso a Internet. Lo que no se “porta” con uno, no es garantía de la instantaneidad que se requiere para que las cosas surjan espontánea y casualmente. Esto explica porque no son tan utilizados el e-mail y los mensajes privados de Facebook durante el fin de semana como medios de organización.

Las previas intragrupalas: “la base está”

Estas previas pueden organizarse con anticipación o surgir espontáneamente. Dado que se trata del grupo de pares muy cercano, quienes participan suelen formar parte de las tres listas: la del celular, la del MSN y la de Facebook. Recordemos que toda salida nocturna lleva implícita una previa que podemos llamar “previa- base” que es ésta que se hace con el grupo de amigos.

Una posibilidad es organizar la previa en pos de un plan nocturno que se conoce con anticipación para lo cual se utiliza como método principal el envío de e-mails durante la semana. Generalmente esto se hace cuando hay un evento concreto que se conoce antes de la llegada del fin de semana o para asegurarse de que todos puedan el mismo día. Se usa este medio porque es práctico, sobre todo cuando se trata de un grupo que supera las tres personas, pues permite comunicarse con varias personas a la vez, contestar cuando se desee y ver las respuestas de todos, sin necesitar estar sincronizados en la conexión a Internet y sin gastar dinero. Estas características del e-mail hacen más fácil la coordinación cuando se planea con anticipación.

Otra posibilidad, la más frecuente, es organizar la previa el mismo día a pocas horas de la noche. Generalmente se conoce más o menos el día del fin de semana en el que se reúnen y el horario pero no se tiene ni un plan concreto ni definido. A lo largo del día en que se supone se van a reunir comienzan los intercambios ya sea por celular como por MSN, cuando cuentan con conexión a Internet. Dada la necesidad de respuesta instantánea, el teléfono móvil es utilizado con más frecuencia.

Una vez reunidos se pensará el plan de la noche, buscando tanto contactarse con grupos del sexo opuesto con quien asociarse para la diversión conformando una previa intergrupala como con gente que les informe de discotecas o fiestas privadas.

Las previas intergrupales: la extensión de la previa

Para organizar esta previa se debe buscar y encontrar un grupo del sexo opuesto con el cual hacerla; cada uno piensa en sus contactos y conocidos e intenta comunicarse con alguno de ellos, una vez localizado un grupo, los demás instantáneamente dejan de buscar o postergan lo encontrado para la próxima. Esto puede hacerse cerca del fin de semana anticipadamente o el mismo día cuando ya está el grupo de amigos reunidos (previas intragrupal); la invitación suele ser muy abierta y poco comprometida. La confirmación de la asistencia, la determinación del horario dentro de los márgenes ya conocidos, y la dirección, suelen indicarse a pocas horas antes del posible encuentro.

El integrante del grupo que hizo el contacto oficia de “representante” y habrá uno del grupo femenino y otro del grupo masculino; entre ellos se conocen, fueron a la misma facultad, al mismo colegio, al mismo club, o tienen al menos un espacio cotidiano compartido que los puso en contacto. Por el contrario, los demás integrantes quizás nunca se vieron ni sabían que existían hasta ese momento, son “completos desconocidos pero dentro de una red de conocidos”. Vale decir, si bien no se conocen directamente, se mueven en el mismo “círculo”, tienen probablemente muchas actividades y lugares en común y están mas cerca de lo que creen.

En el caso de una organización anticipada, quienes offician de “representantes” se contactan durante la semana a través del medio que utilizan frecuentemente: celular, MSN o Facebook y determinan un día del fin de semana para el encuentro. La elección de uno u otro medio depende del grado de confianza y el nivel de compromiso y formalidad que se quiera expresar. Suele ser un mix: primero a través de MSN o Facebook y luego para concretar, se envía SMS.

En los casos en que surgen “espontáneamente”, la lógica es que comenzada “la noche” a partir de las 23 horas, los RR.PP personales (teléfono móvil, MSN y Facebook) se ponen en acción con el objetivo de saber “qué onda”, “en qué andan” otros grupos del sexo opuesto, “qué sale” esa noche y asociarse en la diversión. A estas horas y en la medida que se va haciendo más tarde (o más temprano, dado que se acercan a la madrugada) “todo vale” y los niveles de compromiso con los que se significa a cada medio pueden distorsionarse: la

necesidad de un “plan” inmediato, justifica los medios. No obstante, el llamado telefónico (con la voz de por medio) sigue siendo reservado a los casos en los que hay confianza (los amigos/as cercanos/as) y se prefiere evitarlos. Generalmente, a aquellos con los que se acostumbra comunicarse a través del Chat de MSN o Facebook, durante la noche se les envía SMS. Como vemos, el horario nocturno es un factor de desinhibición: cuanto más tarde es, más “libres” se sienten; aquí es importante recordar que paralelamente en toda previa está presente el alcohol que produce el mismo efecto.

Se inicia así una búsqueda intensiva en la que “todo suma”, incluso la información que se brinda en Facebook sobre dónde están y qué están haciendo las personas de interés. A partir de las cargas móviles⁹ que reflejan lo que se está haciendo y/o de los comentarios de las personas que indican el lugar dónde están o a dónde van a ir, se cuenta con información valiosa para asociarse en la diversión. Funcionan como disparadores de conversaciones que pueden desencadenar en un encuentro nocturno. Además, Facebook es un elemento central para verificar a través de las fotos “la onda” y el “ambiente en el que se mueve” el grupo que se logró localizar para la previa cuando éste no es muy cercano (pero sí conocido).

Entre el Chat de MSN y el de Facebook, se prefiere este último debido a la mayores posibilidades que ofrece producto del abanico de personas con la que se cuenta allí. Además, en el MSN se tiene gente más cotidiana y cercana que cada vez más, con la implementación de esta red social, suele coincidir con quienes se tiene en el celular. Facebook ofrece así una buena proporción mayor de contactos que son recién conocidos, no se tienen en el celular y con los cuales puede haber intenciones de conquista- levante. A su vez, el Chat le proporciona a la invitación y organización del encuentro un tono más casual y espontáneo que diluye posibles inhibiciones y/ o temores al rechazo.

Después de la previa: “La salida”

Estas tecnologías de comunicación permiten también informarse sobre discotecas y/ o fiestas privadas, a donde se suele ir después de la previa. Del mismo modo en que se comunican para organizar una previa intragrupal cuando están reunidos entre amigos, los jóvenes se conectan con otros grupos de amigos que tienen y los públicas de ciertas discotecas para conocer lo que les ofrece la noche porteña. Gracias a sus más cercanos, logran enterarse de fiestas privadas integrando amigos provenientes de diferentes circuitos cotidianos. Gracias a los Públicas, logran entrar gratis o con precios reducidos a las discotecas.

Como última opción y menos frecuencia, recurren a los eventos publicados en Facebook que, aún si se los llega a leer, no suelen completar la asistencia. En términos generales hay tres tipos de eventos asociados a la nocturnidad en esta red social: los masivos que son invitaciones a discotecas o fiestas públicas, los privados que provienen de conocidos, y los privados que están asociados a los “muy cercanos”. Los primeros no se leen ni se responden, sólo son considerados antes de salir a la noche cuando se decidió ir a determinada discoteca y con el objetivo de conseguir descuentos. Los segundos tampoco se contestan pero se observa la gente que respondió que asistirá (aún si se sabe

que no tiende a ser una fuente fiable) para informarse sobre la cantidad y el ambiente de la fiesta. Los terceros se responden pero se sabe que no se depende de Facebook para conocer el evento, generalmente han sido invitados o lo serán a través de otro medio: e- mail, celular, MSN. En este último caso, se completa con el objetivo de darle popularidad al evento y hacerlo así más atractivo.

REFLEXIONES FINALES

A lo largo de este trabajo hemos visto los diferentes mecanismos que llevan adelante los jóvenes de sectores medios y altos para hacer de su círculo de pertenencia un espacio “privado”, “exclusivo” y “selectivo”; asimismo, hemos analizado como se configuran sus listas de contactos en el teléfono celular, el MSN y el Facebook y puesto a la luz los criterios de su utilización en la noche porteña considerando las tramas de sentido en la que estos medios de comunicación se insertan.

Estas Tics son centrales en la vida cotidiana de los jóvenes en general y en la vida nocturna, en particular. Con su creciente y permanente utilización, las fronteras entre realidad y virtualidad se diluyen, y los actores transitan y circulan por el mundo offline y el mundo online simultáneamente. Quienes componen las listas de contactos de estas tecnologías de la comunicación emergen de la vida real de los sujetos, de sus espacios de socialización cotidianos en los que conocen diferentes personas en el marco de un “azar organizado”; son personas conocidas con las que tienen o tuvieron un contacto diario y ocasional fuera de la red o conocidos de sus conocidos más cercanos.

Tal como hemos visto a lo largo de este artículo, quienes se cruzan en la vida cotidiana y se acercan suelen ser aquellos que están cerca en el espacio social, o dicho en otras palabras, que pertenecen al mismo sector social. En este sentido, lejos de ser “democráticas”, las TIC`S no quedan exentas de las formas de dominación vigentes en la sociedad y hay en ellas una dinámica de exclusión que garantiza estar entre iguales, ofreciendo “seguridad” y “protección” frente a “los otros”.

Al ser espacios clausurados para aquellos que no pertenecen al mismo sector social, cuando funcionan como RR.PP y generan encuentros nocturnos, éstos son mas bien “reencuentros” entre quienes ya se cruzaron o hubieran podido cruzarse más adelante; como consecuencia, funcionan como un dispositivo más para mantener las distancias y asegurar las cercanías ya existentes en el espacio social. Desde esta misma perspectiva, la gente “nueva” que se conoce a través del espacio virtual y que se agrega por tener un amigo en común, más que un “desconocido” es un “potencial conocido” o un “desconocido- conocido” pues se trata siempre de personas cercanas en el espacio social con las que uno podría cruzarse en la vida cotidiana. Decimos entonces, que estas listas tienen un carácter netamente endogámico: como una especie de círculo que aún al ampliarse nunca sobrepasa ciertos límites.

Asimismo, la portabilidad de los aparatos tecnológicos permite que las listas de contactos acompañen a los jóvenes en sus rutinas y, en particular, en sus salidas nocturnas. Como consecuencia, se construye un mundo offline atravesado por el mundo online, y una comunicación cara a cara entrelazada con la digital. Así, los jóvenes no se sienten solos pues sus contactos están muy cerca (aunque no necesariamente físicamente) y siempre está la posibilidad de que alguien “aparezca”. En la vida nocturna, ese carácter ambulante de la lista de contactos se traduce en un abanico de encuentros nocturnos al “alcance de la mano”. Por esto les hemos dado el nombre de RR.PP personales.

De este modo, vemos que los aparatos móviles con sus diversas listas de contactos controlan la incertidumbre de los jóvenes y les proveen de salidas nocturnas, espontáneas y casuales, que no requieren de grandes organizaciones, modalidad típica que asume la noche juvenil. La flexibilidad es así un elemento crucial en la noche de estos jóvenes. El teléfono móvil asegura entonces un potencial plan nocturno a “cualquier” hora, en “cualquier” lugar y con “cualquiera”; todos “cualesquiera” regulados en última instancia por la segregación del espacio social.

Asimismo, el protagonismo que hemos notado de los SMS cuando se trata del celular o de la modalidad del Chat (MSN o Chat de Facebook) cuando se tiene conexión a Internet, dan cuenta de un interés que tienen los jóvenes en comunicarse del modo “menos comprometido”, “más informal” y “casual” posible. Además, no es ingenuo que este modo protagónico de contactarse con sus pares sea aquel que evade la voz, las manifestaciones del cuerpo que pueden expresar vergüenza, miedo, alegría, dolor, angustia y que el sujeto pocas veces puede controlar. Los jóvenes buscan, entonces, el modo de comunicación que menos los exponga frente a los otros, sobre todo cuando se trata de un “otro” con el que se tiene interés de conquista. En este sentido, la exposición, tan frecuente en nuestros días, sólo parece ser posible cuando puede ser controlada por el sujeto, cuando es él quien decide qué se expone, cómo se expone y con quiénes se expone. Desde este punto de vista, “lo íntimo” estaría vinculado con aquello que no quieren mostrar, por ejemplo, lo incontrolable de las expresiones del cuerpo (voz, cara, mirada) que se tornan visibles en los encuentros cara a cara o a través de la comunicación por llamada telefónica.

La inmediatez que permite el celular, el MSN y el Facebook en la comunicación habilitó esta cultura de la “espontaneidad”, la “informalidad” y lo “casual”, pero el éxito de estos medios debe comprenderse en tanto favorecen la desinhibición en las relaciones con sus pares.

En este sentido, el uso del SMS no puede explicarse únicamente desde una perspectiva pragmática, aduciendo que se trata de un medio de comunicación más fácil y económico; otros factores parecen circular entre los jóvenes. Así como el consumo de alcohol aumenta en la nocturnidad haciendo que los jóvenes se sientan más “seguros”, “libres” y “alegres”, los SMS contribuyen también a la desinhibición. La pregunta es, entonces, qué presiones se esconden por detrás de las relaciones entre los jóvenes produciéndoles

temores e inhibiciones que los llevan a buscar medios de comunicación “informales” y “poco comprometidos”.

BIBLIOGRAFIA:

- Bourdieu, Pierre. (1998) *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*. Taurus, Madrid.
- Bourdieu, Pierre (1997) *Razones prácticas, Sobre la teoría de la acción*, Anagrama. Barcelona.
- Finquelievich, S y Blejman, M (2000), *¡Ciudadanos a la red!: los vínculos sociales en el ciberespacio*, et al, La Crujía, Buenos Aires.
- Levis, Diego. (2005), *Amores en Red: Relaciones afectivas en la era Internet*, Prometeo, Buenos Aires.
- Margulis, Mario y otros (2003), *Juventud, cultura, sexualidad: La dimensión cultural en la afectividad y la sexualidad de los jóvenes de Buenos Aires*, Biblos, Buenos Aires.
- Margulis, Mario y otros (2005), *La cultura de la noche: La vida nocturna de los jóvenes en Buenos Aires*, Biblos, Buenos Aires.
- Quevedo, Luis Alberto (2007) “Portabilidad y cuerpo. Las nuevas prácticas culturales en la sociedad del conocimiento” Ponencia presentada en el *Seminario sobre Desarrollo Económico, desarrollo social y comunicaciones móviles en América Latina*, Fundación Telefónica. Buenos aires, 20-22 de abril.
- Simmel, Georg (2002). *Cuestiones fundamentales de Sociología*. Barcelona, Gedisa.
- Urresti, Marcelo y otros (2008) *Ciberculturas juveniles. Los jóvenes, sus prácticas y sus representaciones en la era de Internet*. La Crujía, Buenos Aires.
- Urresti, Marcelo (2006) “Culturas juveniles” , Ministerio de Educación y Cultura de la Nación, enero de 2006). 17 págs.
(http://www.me.gov.ar/curriform/publica/urresti_juveniles.pdf)
- Winocur, Rosalía (2008). *Robinson Crusoe ya tiene celular*, Siglo XXI, México.

¹ SMS es la abreviatura de “Short Message Service” (servicio de mensajes cortos). Es un sistema de mensajes de texto para teléfonos móviles.

² MSN es el mensajero instantáneo de Hotmail. El MSN se caracteriza por contactos que el usuario agrega a su lista o da autorización para que ingresen mientras que el tradicional chat es un espacio virtual al que accede cualquiera libremente, permitiendo relacionarse con personas desconocidas. El MSN es entonces un programa de mensajería instantánea en el que los jóvenes chatean; en este trabajo cuando digamos “chat” o “chatear” estaremos haciendo mención al MSN y, en otros casos, al chat ofrecido por Facebook. No analizamos los chats de acceso libre y público.

³ Es un sitio web de redes sociales que contiene fotos, chat, juegos, microblogging, etc. Se “agrega” personas a través de su nombre y apellido y el procedimiento implica buscarla y enviarle una “solicitud de amistad”; luego se espera su respuesta: aceptación o rechazo. Si bien su función principal no es “comunicarse” sino “estar en contacto”, cuenta con dos herramientas principales de comunicación: el chat y los mensajes privados. Cuando mencionemos Facebook se considera el chateo a través de él.

⁴ Los teléfonos móviles que cuentan con conexión libre a Internet, ofrecen también la posibilidad de un Chat: el What’s Up, que permite comunicarse con aquellos que tienen Iphone

o Blackberry. A su vez, este último ofrece un chat interno que funciona sólo con aquellos que tiene la misma marca de celular. En este sentido, todos los que tienen Blackberry o Iphone forman parte de una nueva comunidad virtual propia del teléfono celular con acceso a Internet. Para acceder a esa comunidad no alcanza de todos modos con tener uno de estos teléfonos, es necesario saber el "PIN" para agregar a alguien.

⁵ En palabras de Bourdieu (1997: 23): "La proximidad en el espacio social predispone al acercamiento: las personas inscritas en un sector restringido del espacio estarán a la vez más próximas (por sus propiedades y sus disposiciones, sus gustos y aficiones) y más inclinadas al acercamiento; también resultará más fácil acercarlas, movilizarlas"

⁶ En estos casos, la imagen corporal que aparece en las fotos adquiere relevancia y se traduce en una promesa de interacción cuando se produce atracción física.

⁷ Los jóvenes entrevistados comentaron que siempre hay uno del grupo de pares que tiene Blackberry o Iphone con acceso libre a Internet.

⁸ En el Blackberry existe una aplicación que permite saber donde se encuentran espacialmente nuestros contactos que tengan también Blackberry; un GPS nos indica en que parte de la ciudad se encuentran en cualquier momento del día. Lo interesante es que son los mismos sujetos los que habilitan en su móvil esta función para ser ubicables.

⁹ Las cargas móviles son fotos y/o videos que se suben a Facebook desde los celulares que tienen conexión a Internet sin necesidad si quiera de entrar a la página. Son instantáneas.