

Las nuevas tecnologías y los estilos comunicacionales de jóvenes universitarios.

Mabel Giammatteo y Alejandro Parini.

Cita:

Mabel Giammatteo y Alejandro Parini (2014). *Las nuevas tecnologías y los estilos comunicacionales de jóvenes universitarios. I Jornadas Nacionales de Humanidades Digitales. Asociación Argentina de Humanidades Digitales, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/aahd2014/90>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/eXtF/tr9>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.



FILO:UBA
Facultad de Filosofía y Letras
Universidad de Buenos Aires



Las Humanidades Digitales desde Argentina

Tecnologías, Culturas, Saberes



Buenos Aires, 2014

Actas de las I Jornadas de Humanidades Digitales



FILO:UBA
Facultad de Filosofía y Letras

FILODIGITAL
Repositorio Institucional de la Facultad
de Filosofía y Letras, UBA

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS DE LA UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

Decana Graciela Morgade	Secretaria de Investigación Cecilia Pérez de Micou	Subsecretario de Publicaciones Matías Cordo
Vicedecano Américo Cristófalo	Secretario de Posgrado Alberto Damiani	Consejo Editor Virginia Manzano, Flora Hilert; Carlos Topuzian,
Secretario General Jorge Gugliotta	Subsecretaria de Bibliotecas María Rosa Mostaccio	María Marta García Negroni Fernando Rodríguez, Gustavo Daujotas; Hernán Inverso, Raúl Illescas Matías Verdecchia, Jimena Pautasso; Grisel Azcuy, Silvia Gattafoni Rosa Gómez, Rosa Graciela Palmas Sergio Castelo, Ayelén Suárez
Secretaria Académica Sofía Thisted	Subsecretario de Transferencia y Desarrollo Alejandro Valitutti	
Secretaria de Hacienda y Administración Marcela Lamelza	Subsecretaria de Relaciones Institucionales e Internacionales Silvana Campanini	
Secretaria de Extensión Universitaria y Bienestar Estudiantil Ivanna Petz		

Cantamutto, Lucía

Actas de las I Jornadas de Humanidades Digitales / Lucía Cantamutto; Gimena del Río Riande; Gabriela Striker (eds.). - 1a ed. . - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Editorial de la Facultad de Filosofía y Letras Universidad de Buenos Aires, 2015.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga
ISBN 978-987-3617-89-8

1. Ciencias Sociales y Humanidades. 2. Aplicaciones Informáticas.
I. Río Riande, Gimena del II. Título
CDD 301

LAS HUMANIDADES DIGITALES DESDE ARGENTINA: CULTURAS, TECNOLOGÍAS, SABERES

Gimena del Rio Riande, Lucía Cantamutto, Gabriela Sriker (eds.)

PRELIMINARES

Sobre la Asociación Argentina de Humanidades Digitales y sus Primeras Jornadas. Palabras preliminares. FUNES, Leonardo (IIBICRIT, CONICET)

La Asociación Argentina de Humanidades Digitales. Punto de encuentro para las culturas, las tecnologías y los saberes. RIO RIANDE, Gimena del (IIBICRIT, CONICET)

I. REPRESENTACIONES SOCIALES Y HUMANIDADES DIGITALES

Asuntos globales en clave digital: mapeando prácticas, herramientas y desafíos. BRUSSA, Virginia (CIM, Universidad Nacional de Rosario)

¿De qué hablamos cuando hablamos de Humanidades Digitales?. DEL RÍO RIANDE, Gimena (SECRIT-IIBICRIT, CONICET)

Narrativas sobre salud materna. ORTIZ, María (GarageLab)

El Laboratorio de Innovación en Humanidades Digitales y la redefinición del perfil del humanista y la academia en el siglo XXI. GONZÁLEZ BLANCO García, Elena (Universidad Nacional de Educación a Distancia, España)/MARTÍNEZ CANTÓN, Clara Isabel (Universidad Nacional de Educación a Distancia, España)/ RIO RIANDE, Gimena del (IIBICRIT, CONICET)

II. REPOSITORIOS, DOCUMENTACIÓN, DIGITALIZACIÓN Y EDICIÓN DIGITAL ACADÉMICA

Una propuesta metodológica de relevamiento para iniciar proyectos de digitalización y preservación. BORREL, Marina (Universidad Nacional de La Plata)/FUENTE, María Virginia (IdIHCS, Universidad Nacional de La Plata)/GONZÁLEZ, Claudia (IdIHCS, Universidad Nacional de La Plata)

Transformación de datos y jerarquización de saberes. Notas acerca del proyecto ReMetCa. BARRIOS MANNARA, Mariana (Universidad de Buenos Aires)/ RIO RIANDE, Gimena del (IIBICRIT, CONICET)

Cóncavo y convexo: Documentación y Humanidades Digitales, punto de inflexión. BOSCH, Mela (CAICYT, CONICET)

Repositorio colaborativo de comunicaciones digitales: aproximación a un corpus para el español. CANTAMUTTO, Lucía (Universidad Nacional del Sur-CONICET)/VELA DELFA, Cristina (Universidad de Valladolid)

Proyecto Archivo Digital Dr. Alberto Rex González: digitalización y catalogación de un fondo documental en dirección al acceso abierto. DOMÍNGUEZ, Marcelo Adrián (DILA-CAICYT, CONICET)

Plataforma Interactiva de Investigación en Ciencias Sociales. LEFF, Laura (PLIICS, CONICET)/PLUSS, Ricardo (PLIICS, CONICET)

Propuestas y desafíos para una base de datos de mujeres artistas en Argentina. GLUZMAN, Georgina (Universidad de San Martín-CONICET)

Un proyecto de edición digital académica en Argentina. *Diálogo Medieval.* RIO RIANDE, Gimena del (IIBICRIT, CONICET)/ZUBILLAGA, Carina (IIBICRIT, CONICET/Universidad de Buenos Aires)

III. LA PUBLICACIÓN DIGITAL

Herramientas de publicación académica en la web 2.0: ¿tercera vía para el acceso abierto?. DE GRANDE, Pablo (Proyecto Acta Académica)/QUARTULLI, Diego (Proyecto Acta Académica)/RUSSO, Alejandra (Proyecto Acta Académica)

Publicaciones digitales: hacia una edición profesional. DIEZ, María Clara (Universidad de Buenos Aires)/KESSLER KENIG, Carola (Universidad de Buenos Aires)

Editing de publicaciones digitales. ESPÓSITO, Cecilia (Universidad de Buenos Aires)

Políticas editoriales en el entorno digital. El caso de los materiales educativos. TOSI, Carolina (CONICET – Universidad de Buenos Aires)

Hypothèses: un aliado para las Humanidades Digitales. TEJADA-CARRASCO, Beatriz (Universidad Nacional de Educación a Distancia, España)

IV. REFLEXIONES SOBRE LO DIGITAL

Las humanidades en la era del canon digitalizado. GABRIELONI, Ana Lía (Universidad Nacional de Río Negro-CONICET)

Ejes para un debate sobre el uso ético de datos interaccionales escritos y orales obtenidos en línea. DE-MATTEIS, Lorena M. A. (CONICET- Universidad Nacional del Sur)

Imaginario y Tecnologías Digitales: el sueño del receptor activo. LESTA, María Laura (Universidad Siglo 21)/ORTEGA VILLAFañE, Manuel (Universidad Siglo 21)/RODRIGUEZ, Ana Paula (Universidad Siglo 21)/TORRES, Celeste Rocío (Universidad Siglo 21)

El conocimiento digital desde una visión foucaultiana. PIRIZ, Franco (Universidad Nacional de Mar del Plata)/ CAMARA, Ezequiel (Universidad Nacional de Mar del Plata)

V. EDUCACIÓN Y DESAFÍOS DIGITALES

La implementación de las tecnologías móviles en las escuelas: las ciudadanías digitales. HANDAL, Boris (Universidad de Notre Dame, Australia)/WATSON, Kevin (Universidad de Notre Dame, Australia)/DENG, Hui Hong (Universidad de Notre Dame, Australia)

Conectar Igualdad, la política de inclusión tecnológica del Estado argentino. Reflexiones sobre la escolarización en el siglo XXI. NECUZZI, Constanza (Programa Conectar Igualdad, Universidad de Buenos Aires)

Construcción de espacios interculturales en la educación superior: un abordaje desde las clases invertidas. POZZO, María Isabel (Universidad Nacional de Rosario)/TALLEI, Jorgelina (Universidad de Integración Latinoamericana)

Producción y gestión de contenidos educativos digitales y una nueva agenda. SAGOL, Cecilia (Ministerio de Educación, Portal educ.ar)

Comunidades de práctica virtuales: conocimiento compartido para el crecimiento profesional y personal de los docentes. SCORIANS, Erica Elena (Universidad Nacional de La Plata)/VERNET, Mercedes (Universidad Nacional de La Plata)

VI. COMUNICACIÓN. TEXTO E IMAGEN DIGITAL (Imagen y comunicación digital)

La comunicación por mensajes de texto en el español bonaerense: uso y percepción. CANTAMUTTO, Lucía (Universidad Nacional del Sur-CONICET)

Las nuevas tecnologías y los estilos comunicacionales de jóvenes universitarios. GIAMMATTEO, Mabel (Universidad de Buenos Aires)/ PARINI, Alejandro (Universidad de Belgrano)

La imagen en Facebook y la comunicación visual móvil. El caso de la fotografía celular. GUREVICH, Ariel (Universidad de Buenos Aires)/SUED, Gabriela (Universidad de Buenos Aires)

Contenido digital accesible. Accesibilidad de los materiales y entornos virtuales académicos. MARTINEZ, María del Milagro (Universidad Nacional de Córdoba)

Los dos Borges. Imágenes de un escritor en YouTube. De la cultura textual a la cultura visual. SUED, Gabriela (Universidad de Buenos Aires)

De lo vertical a lo disperso. Apuntes para una historia de la perspectiva. MENDOZA, JUAN (Universidad de Buenos Aires-CONICET)

VI. LAS HUMANIDADES DIGITALES EN PRÁCTICA

Introducción a la edición digital académica. MARTÍNEZ CANTÓN, Clara Isabel (Universidad Nacional de Educación a Distancia, España)/RIO RIANDE, Gimena del (IIBICRIT, CONICET)

Gestores de referencias bibliográficas. Zotero y Mendeley. CAMPOS, Guadalupe (Universidad de Buenos Aires)/VILAR, Mariano (Universidad de Buenos Aires)

Introducción a la edición de textos en LaTeX. DE-MATTEIS, Lorena (Universidad Nacional del Sur-CONICET)

Archivos y mapas. NAVARRO, Gustavo (Universidad Nacional de la Patagonia Austral)

Bibliotecas y archivos digitales con Greenstone. PICHININI, Mariana (Universidad nacional de La Plata)

Scrapping visual. CINGOLANI TRUCCO, Gino (Universidad de Buenos Aires)/RODRÍGUEZ KEDIKIAN, Martín (Universidad de Buenos Aires)/VACCARI, Gonzalo (Universidad de Buenos Aires)/ALONSO, Julio (Universidad de Buenos Aires)

Las nuevas tecnologías y los estilos comunicacionales de jóvenes universitarios

GIAMMATTEO, Mabel / Universidad de Buenos Aires – ggiammat@gmail.com

PARINI, Alejandro / Universidad de Belgrano – alejandro.parini@ub.edu.ar

» *Palabras clave: estilos comunicacionales, estudio de corpus, estudiantes universitarios, perspectiva sociocultural, análisis comparativo.*

» **Resumen**

Este trabajo se enmarca en un macroproyecto que tiene por finalidad explorar aspectos lingüísticos y sociales de la comunicación mediada por las nuevas tecnologías. En el macrocontexto de la sociedad móvil, la interpretación de los metamensajes sobre el uso de los nuevos medios resulta particularmente desafiante, dado que las ideologías sobre estos medios de comunicación suelen estar en constante evolución y varían de un grupo de usuarios a otro, sobre todo de un grupo etario a otro. Así, tomando la edad como variable demográfica, diversos estudios (Baron, 2008; Gershon, 2010a, entre otros) han centrado la atención en la forma en que grupos de jóvenes evalúan las prácticas sociales en función de los medios digitales. Partiendo de lo expuesto, en esta comunicación nos proponemos indagar, como etapa previa a un análisis de corte lingüístico, las manifestaciones de grupos de estudiantes universitarios de diferentes nacionalidades respecto de la percepción que tienen de sus propios hábitos comunicacionales electrónicos. El análisis se centra en un corpus conformado por 300 encuestas estructuradas y administradas a alumnos universitarios, de entre 18 a 25 años de edad (150 argentinos, 100 noruegos, 25 canadienses y 25 norteamericanos) en el período abril-agosto de 2013. Argumentaremos que la forma en la que los estudiantes conceptualizan el uso de un determinado tipo de medio de comunicación electrónica demuestra estar más estrechamente vinculada a los tipos de dominio de uso, al tipo de actividad comunicativa y a la edad de los usuarios, que a su cultura o nacionalidad.

» **Introducción**

Este trabajo se enmarca en un macroproyecto sobre lenguaje, identidad y uso de las nuevas

tecnologías, que explora la comunicación mediada por computadoras (CMC) desde diferentes enfoques alternativos y, a la vez, complementarios (pragmático-discursivo, socio-cultural, lingüístico-comunicacional, tecnológico-educativo, entre otros). La investigación es llevada a cabo por el grupo LENCOTEC (Lenguaje, Comunicación y Tecnologías), radicado en la Facultad de Lenguas y Estudios Extranjeros de la Universidad de Belgrano y el PICT Tipo A 2013-0568/2014-2017, radicado en la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires.

Para este trabajo nos centramos en la perspectiva sociocultural, a fin de indagar la manera en que jóvenes universitarios conceptualizan las nuevas tecnologías de la comunicación y los usos que hacen de ellas. Para tal fin, estudiamos los discursos evaluativos que construyen, mediante los cuales adoptan diversas posturas respecto de la contribución de los medios sociales y del lenguaje que en ellos se emplea para la mediación de sus relaciones interpersonales.

Nuestro interés es indagar, como etapa previa a un análisis de corte más propiamente lingüístico, las manifestaciones de grupos de estudiantes universitarios de diferentes nacionalidades respecto de la percepción de sus propios hábitos comunicacionales electrónicos.

En esta ocasión, en primer lugar, presentamos unas breves consideraciones teóricas, luego de las cuales, en segundo lugar, exponemos los datos correspondientes al corpus de análisis y a la metodología de trabajo. En tercer lugar, introducimos los criterios y categorías de análisis, y mostramos los principales resultados obtenidos. Por último, en las conclusiones, argumentamos que la forma en que los estudiantes conceptualizan el uso de un determinado medio de comunicación electrónica suele estar más vinculada al dominio de uso, a la actividad comunicativa involucrada y a la edad de los usuarios, que a diferencias de cultura o nacionalidad, y también presentaremos las futuras líneas de nuestra investigación.

› ***Algunas consideraciones teóricas***

El advenimiento de las llamadas tecnologías sociales ha revolucionado la forma en que las personas concretan sus variadas agendas sociales en un macrocontexto en donde convergen:

1. Un estilo de vida móvil o hiperactivo, en el cual la conectividad constante se torna imperiosa.
2. Una tendencia en las sociedades urbanas a la interacción mediada por la tecnología, como complemento a la interacción cara a cara.
3. Un incremento de la producción escrita, en la cual, el texto, muchas veces, aparece enriquecido por otras modalidades, tales como imágenes, voz, videos, etc.
4. La reconfiguración y reinterpretación de las relaciones interpersonales en función de nuevas formas de percibir los grupos sociales en los que están ancladas y los espacios no físicos y temporales en los que se desarrollan (Parini, 2014).

A pesar del incremento que día a día experimenta este tipo de comunicación, como ya han señalado Gálvez Mozo & Tirado Serrano (2006) y Gershon (2010a, 2010b), entre otros, todavía

parecen no existir consensos generales, en cuanto a lo que debería considerarse apropiado o inapropiado, en términos del uso, para ciertas formas de comunicación mediada, lo cual revela distintas ideologías en las formas de apreciación del fenómeno. Más aún, en muchos casos se ha planteado que el medio en sí constituye un metamensaje (Bateson, 1972), es decir que, más allá de lo que dicen las palabras, la simple elección de un medio u otro proporciona indicios que permiten a los oyentes inferir qué es lo que en realidad los hablantes quieren decir o hacer. Para Tannen (2013), en su conjunto, estos medios pueden entenderse formando un sistema semiótico de significación, que comunica por sí mismo. La interpretación de los metamensajes es particularmente desafiante, dado que las ideologías sobre los medios se encuentran en constante evolución y varían de un grupo de usuarios a otro, sobre todo en relación con el parámetro de edad.

En este sentido y tomando la edad como variable demográfica, diversos estudios (Baron, 2008; Gershon, 2010a, entre otros) se han centrado en la forma en que grupos de jóvenes evalúan las prácticas sociales en función de los nuevos medios. Otros trabajos (Weber & Mitchell, 2008; Androutsopoulos, 2011; Barton & Lee, 2012, entre otros) han indagado cómo estos grupos etarios se apropian de las nuevas tecnologías y negocian, mediante el lenguaje, aspectos identitarios, ya sea individuales o grupales. Por su parte, otros autores han privilegiado el análisis lingüístico de las nuevas formas, tanto léxicas como gramaticales que emergen en diversos contextos de comunicación en línea entre jóvenes (Tagg, 2012; Giammatteo, en prensa; Cantamutto, 2014, entre otros).

Por otro lado, en sintonía con el paradigma de la construcción social de la tecnología, Bijker (1995: 77) explica que la tecnología se describe sobre la base de los grupos sociales que hacen uso de ella: “los significados que le da un grupo social le dan la razón de ser al artefacto”. Es así que la tecnología como tal no posee esencia, solo los significados que los grupos le otorgan. Diferentes grupos le confieren diferentes significados, que, en consecuencia, le otorgan flexibilidad interpretativa. Así, esta perspectiva pone el acento en el aspecto más importante y menos estudiado de la tecnología, es decir, lo que la gente puede hacer y, efectivamente, hace con ella. Esta concepción nos lleva a considerarla en función de prácticas sociales que se orientan a la construcción y mantenimiento de las relaciones interpersonales, a través de prácticas que han revolucionado la forma en que las personas interactúan (por ejemplo, la interacción a través de avatares, las interacciones para-sociales, etc.).

En nuestro caso, partiendo de esta noción social-constructivista (Bijker, Hughes & Pinch, 1987), buscamos articular las diversas posibilidades comunicativas que estas tecnologías ofrecen (o *affordances*) con las formas en que los usuarios construyen o co-construyen significado social, a través de las prácticas discursivas que realizan en los diferentes tipos de interacciones mediadas digitalmente en las que intervienen (Parini & Giammatteo, 2014).

› **Datos y métodos**

El análisis se centra en un corpus de 300 encuestas estructuradas y administradas en forma

de entrevistas a alumnos universitarios de entre 18 y 25 años de edad. Los encuestados son jóvenes de diferentes nacionalidades: 150 argentinos, 100 noruegos, 25 canadienses y 25 norteamericanos. Los datos fueron tomados entre abril de 2011 y agosto de 2013. Las entrevistas se llevaron a cabo en diversos espacios públicos e institucionales de las universidades de Belgrano (Argentina), Massachusetts (Estados Unidos), Ottawa (Canadá) y Vestfold (Noruega).

Los alumnos participaron de entrevistas estructuradas en torno a 26 preguntas cuya finalidad era indagar sus hábitos, preferencias y percepciones, en relación al uso de distintas formas de comunicación mediada por dispositivos móviles y computadoras, según diferentes ámbitos y actividades comunicativas.

En esta primera etapa, el análisis se abordó desde una perspectiva cuantitativa, aunque no se realizaron pruebas estadísticas, dado que para ello se necesitaría un número mayor de informantes. Sin embargo, como el análisis lingüístico que se pretende llevar a cabo como meta final es de corte cualitativo, la cuantificación aquí presentada tiene el objeto de proveer información de índole no lingüística, que resulta crucial para poder indagar cómo el lenguaje se articula con el uso de las nuevas tecnologías en la creación de significado social.

Las preguntas de investigación que nos hemos hecho han sido las siguientes:

1. ¿Cómo conceptualizan los alumnos universitarios los diferentes medios digitales de comunicación en el proceso de mediación social?
2. ¿Cómo relacionan estos medios con diversos dominios de uso y actividades?
3. ¿Cómo evalúan a los nuevos medios y a sus usuarios en diferentes situaciones comunicativas que se plantean en el marco de las relaciones interpersonales?
4. ¿Existen diferencias culturales en la conceptualización y evaluación de los nuevos medios?

› **Análisis**

Creemos importante aclarar que las encuestas no tienen por finalidad indagar el uso que los encuestados hacen de los nuevos medios, sino explorar cómo conceptualizan el uso que hacen de ellos en determinadas actividades de la esfera social. Es decir, nos interesa examinar cómo perciben y evalúan a estas formas de comunicación y a sus usuarios.

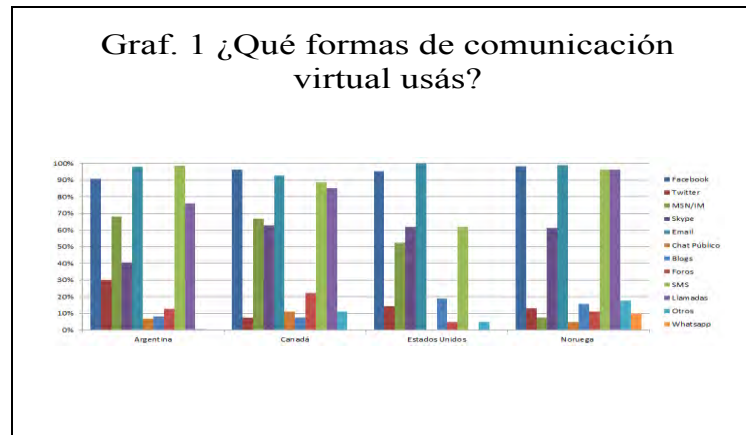
A fin de presentar los principales resultados de la encuesta, los hemos organizado en función de las distintas áreas sobre las que indagaban las preguntas:

1. Uso general de los distintos medios.
2. Uso de los medios, según dominios sociales.
3. Uso de los medios, según actividad comunicativa.
4. Uso de los medios y enfoque *multitareas*.
5. Percepciones: aspectos relacionales y afectivos.

> Resultado por área

Uso general de los distintos medios

En los cuatro países encuestados -Argentina, Estados Unidos, Canadá y Noruega- los medios favoritos son los mensajes de texto, email, *Facebook* y llamadas de celular; mientras que los de menor preferencia son blogs, foros y otros medios menos vinculados con la interacción¹:



En Estados Unidos, es aún más evidente el predominio de *Facebook* y del email frente a los dos medios que siguen -llamadas y mensajes-, que no superan el 60%. Destacamos también que, en Argentina, el uso de *Skype* está menos extendido aún que en los otros tres países encuestados.

Por otra parte, contrariamente a nuestras expectativas iniciales, el uso de *Twitter* no parece estar tan difundido entre los jóvenes encuestados. Tampoco lo estaba, en el momento en que se tomó la muestra, la aplicación *WhatsApp*, ya que su actual lugar estaba todavía ocupado por *MSN*, dada su gran aceptación como medio de comunicación vía chat.

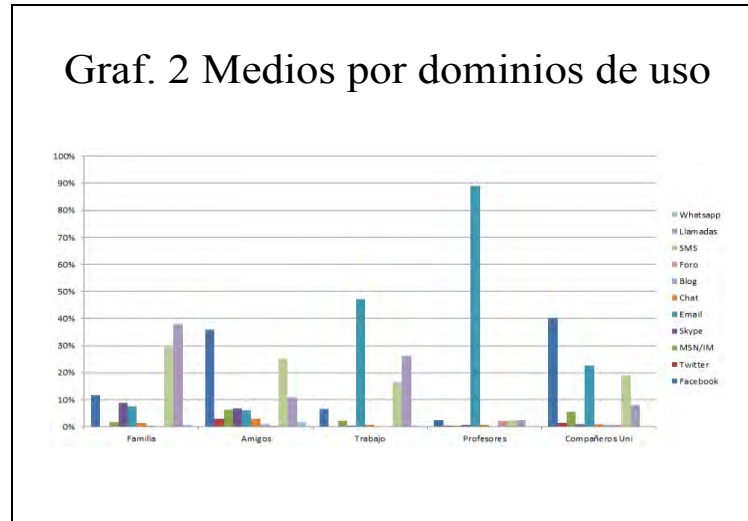
Cabe aclarar también que, en las dos muestras mayores, las de Argentina y Noruega, en las que se tuvo en cuenta la variable género, las diferencias al respecto no resultaron demasiado significativas, ya que los cuatro medios mayoritariamente preferidos -mensajes de texto, email, *Facebook* y llamadas de celular- presentaron una distribución pareja entre varones y mujeres.

Uso de los medios según dominios sociales

Esta área procura determinar qué medios los encuestados dicen utilizar mayormente para establecer contacto con distintos dominios sociales: amigos, familia, trabajo, compañeros de universidad, profesores. Según manifiestan los encuestados de los distintos países, el uso de *Facebook* predomina para relacionarse con amigos y compañeros de la universidad, mientras que email está mayormente concentrado en la comunicación con profesores, seguido de su uso en las relaciones de trabajo y, en menor medida, con compañeros de universidad. Los mensajes de texto se

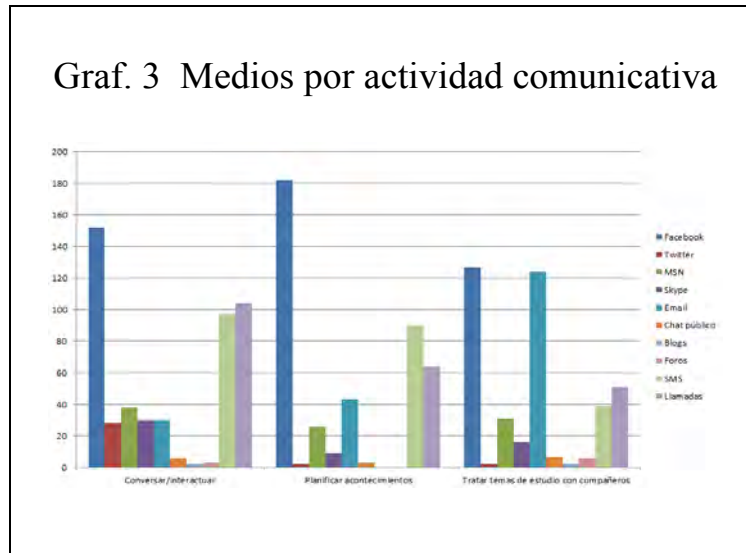
¹ Todos los gráficos son de elaboración propia.

distribuyen entre familia, amigos y compañeros; en cambio, las llamadas predominan fundamentalmente en las comunicaciones con la familia, seguidas por las relacionadas con el trabajo. Finalmente, el uso de MSN se distribuye casi equitativamente entre los distintos ámbitos considerados:



Uso de los medios según actividad comunicativa

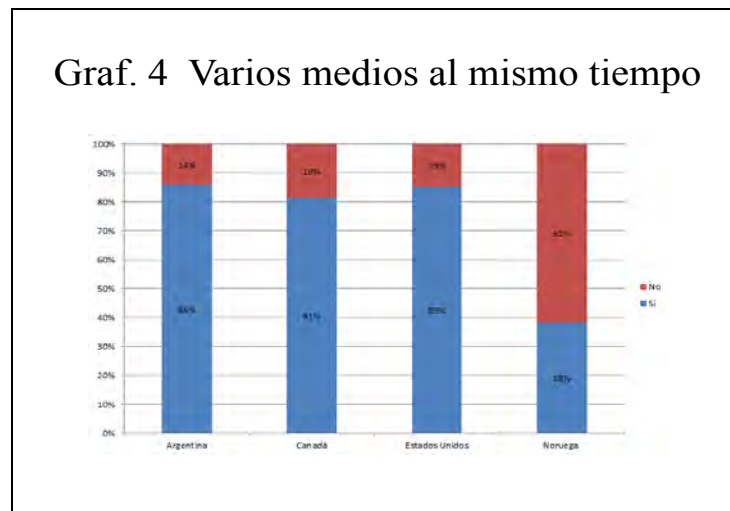
En relación con las preferencias para cumplir distintos objetivos o desarrollar determinadas actividades comunicativas, se advierte la predilección por *Facebook*, tanto para planificar acontecimientos como para interactuar. Por otro lado, para tratar temas de estudio hay paridad entre *Facebook* y el email, medio que también se usa para planificar acontecimientos. Los mensajes de texto se distribuyen entre interactuar, planificar acontecimientos y, muy mínimamente, para tratar temas de estudio. Las llamadas son elegidas como medio de interacción casual o para organizar alguna salida, no para tratar temas relacionados con la universidad:



Quizás pueda resultar interesante la distribución que presentó el uso de MSN: bastante parejo entre conversar/interactuar y tratar temas de estudio, mientras que su uso disminuye cuando se trata de planificar encuentros.

Uso de los medios y multitarea

En los países encuestados es muy alto el porcentaje de usuarios que manifiesta un uso *multitareas*: en Argentina, Estados Unidos y Canadá, supera el 80% y, en Noruega, llega al 60%:

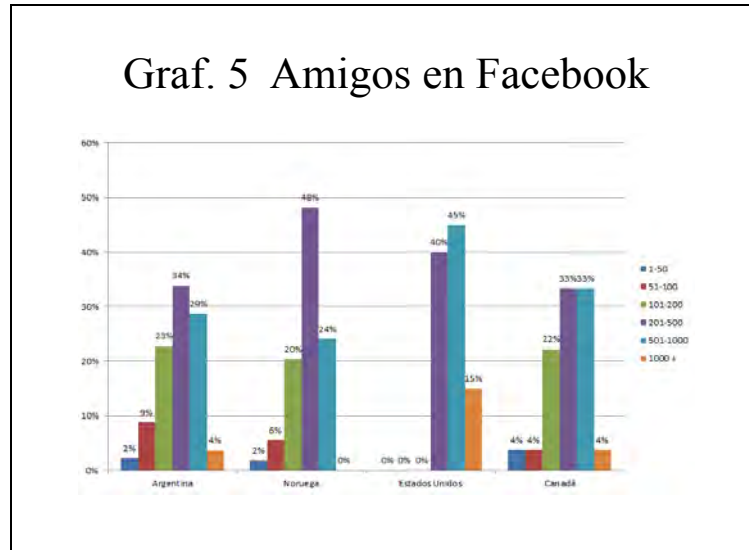


En cuanto a *multiplicidad* de las conversaciones, la mayoría afirma mantener entre dos y tres en simultáneo.

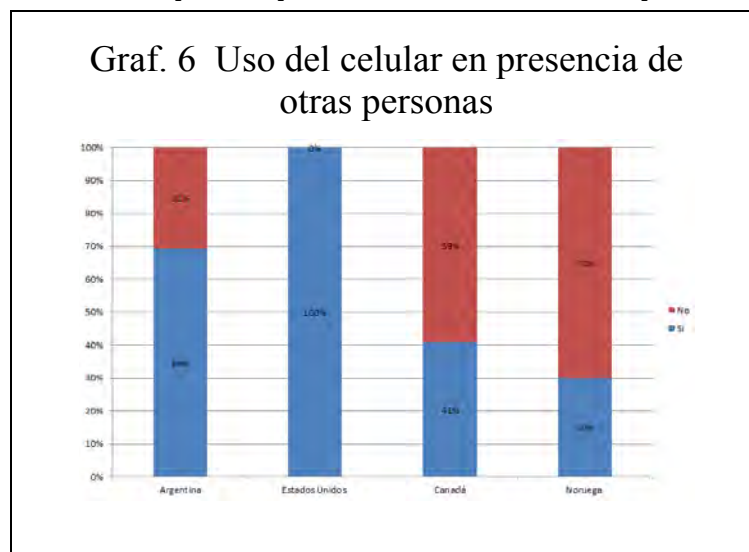
Una de las preguntas de la encuesta se enfocó en evaluar la multiplicidad de tareas en las que podían verse involucrados. La pregunta se enfocó en cuatro tareas: buscar información en Internet, jugar en la web, hacer trabajos para la universidad y leer el diario. Los encuestados debían

contestar cuál de todas estas tareas solían realizar habitualmente mientras se comunicaban en línea con otras personas. Las respuestas reflejaron que lo que más hacen los encuestados mientras interactúan en línea es buscar información en Internet y hacer trabajos para la universidad. Menos frecuente fue la respuesta de jugar y menos aún, la de leer el diario, excepto para los encuestados de Noruega, para quienes después de la búsqueda en Internet, estaba la lectura de periódicos.

En cuanto a *cantidad de amigos*, la mayoría de los encuestados que utiliza Facebook en los dos corpus mayoritarios, el de Argentina y el de Noruega, afirma tener entre 200 y 500 en esta red, mientras que en Estados Unidos y Canadá el espectro resulta más amplio, entre 200 y 1000:



La última pregunta de esta área procura indagar sobre la costumbre de usar el celular simultáneamente con una interacción cara a cara. A partir de las respuestas obtenidas, se puede decir que se trata de un uso muy extendido en Argentina, con un 69% de aceptación, que alcanza el 100% en Estados Unidos; en cambio, en Canadá, tiene solo el 41% de aceptación y, en Noruega, desciende al 30 %, dando cuenta de que esta práctica es mucho menos aceptada:

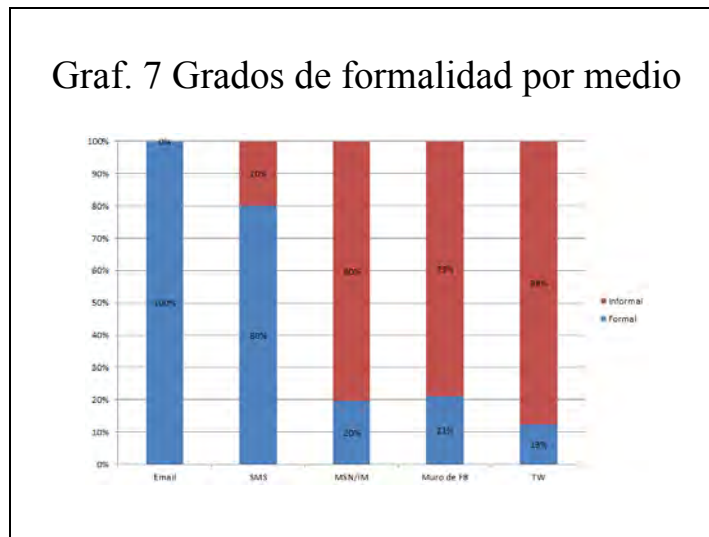


No obstante, en relación al amplio consenso encontrado en nuestro país para esta actividad

en simultáneo, las entrevistas complementarias de la encuesta que hemos estado aplicando y que nos permiten establecer distinciones más finas, muestran que los encuestados no aceptan indiscriminadamente cualquier tipo de intervención. Según manifiestan, si es un mensaje breve, cuya respuesta implica poco tiempo, no tienen problema en contestarlo mientras interactúan con otros; pero rechazan las interrupciones más largas, que puedan distraerlos del intercambio *cara a cara* que están sosteniendo.

Percepciones: aspectos relacionales y afectivos

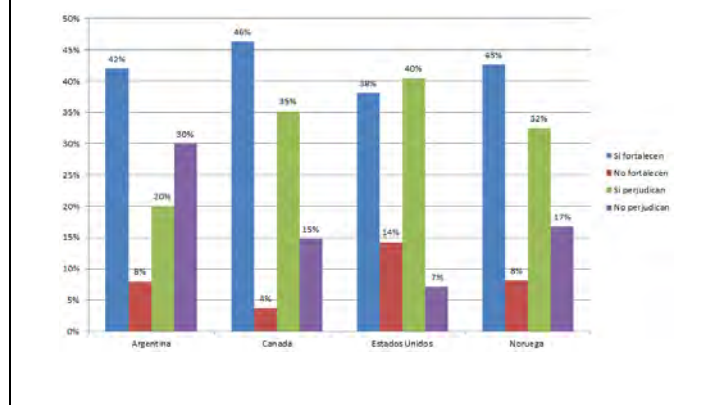
En esta área, la primera pregunta apunta a evaluar la percepción de los encuestados respecto del grado de formalidad que le asignan a los distintos medios sobre los que se los interroga. El medio que los usuarios de los distintos países encuestados perciben como más formal es el email. Un dato interesante es que la mayoría dice percibir a MSN como más formal que *Facebook*, aunque su uso no se encuentra tan extendido:



Con respecto a *Facebook*, es necesario aclarar que las evaluaciones se refieren principalmente al muro y no a otras partes constitutivas de esta red social.

Las siguientes preguntas de la encuesta tienen por objetivo indagar las percepciones de los encuestados respecto del impacto de los distintos medios en sus relaciones sociales, ya sea laborales, de amistad, de pareja, etc. En cuanto a la incidencia positiva o negativa que los medios virtuales pueden tener en las relaciones sociales, los encuestados mayoritariamente sostienen que los medios colaboran en el fortalecimiento de sus relaciones:

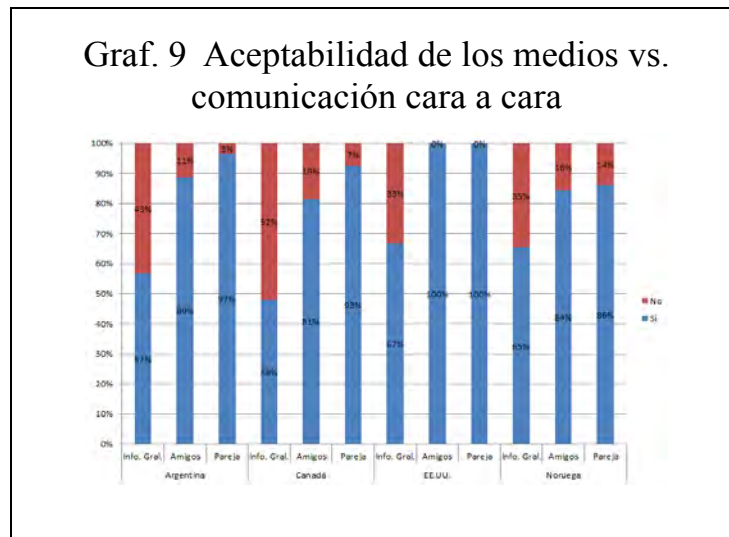
Graf. 8 Impacto en las relaciones sociales



Solo en la pequeña muestra de Estados Unidos los resultados están más balanceados entre los que están a favor y los que no consideran positivo este tipo de comunicación para las relaciones interpersonales.

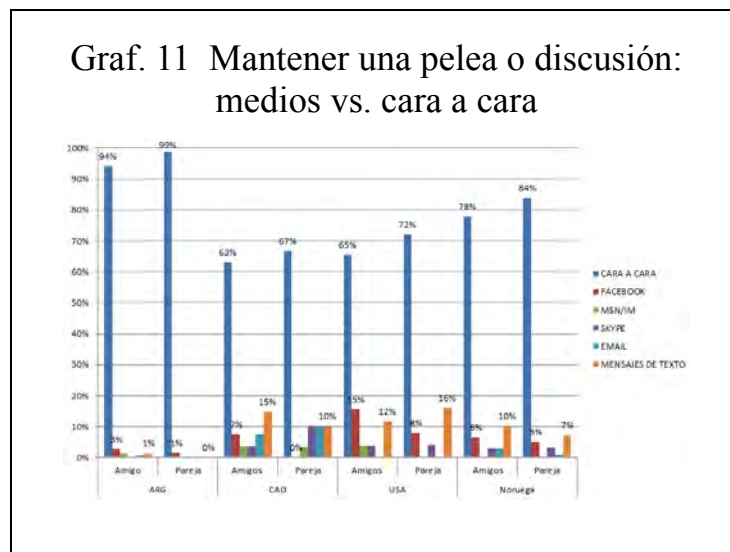
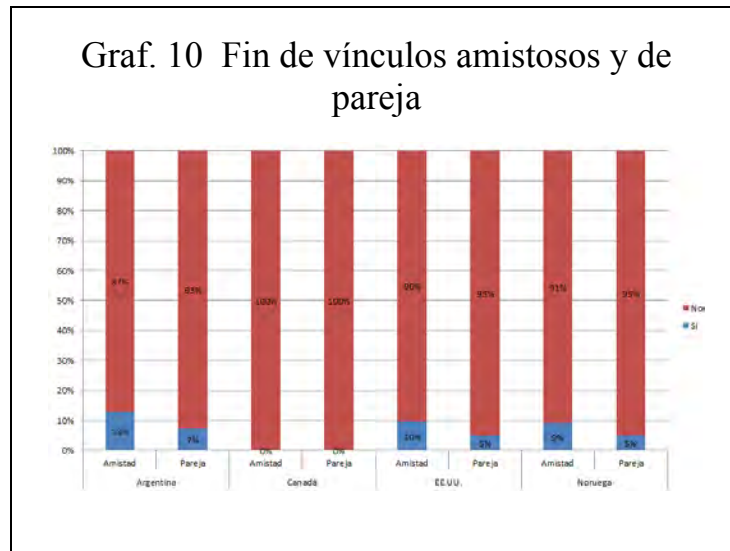
Asimismo, cuando se les pregunta sobre su preferencia respecto de los medios virtuales frente a la comunicación cara a cara para ofrecer ya sea información general o expresar sentimientos para con sus amigos o pareja, los encuestados de los distintos países de la muestra se pronuncian favorablemente respecto de su aceptación de la comunicación mediada:

Graf. 9 Aceptabilidad de los medios vs. comunicación cara a cara



Las dos últimas preguntas de la encuesta tienen que ver con aspectos que involucran el ámbito afectivo de los participantes. La primera de ellas puntualmente interroga acerca de la aceptabilidad de los medios para terminar con una amistad o relación de pareja y la segunda busca saber si los encuestados prefieren hacer uso de los medios virtuales o de la comunicación cara a cara al momento de enfrentar una situación de conflicto, como puede ser mantener una pelea o una discusión con alguien. Contrariamente a la gran aceptación respecto de la comunicación mediada

obtenida en las respuestas anteriores de este bloque, para este tipo de situaciones que comprometen el ámbito de los sentimientos, la mayoría de los encuestados rechaza la intermediación y se pronuncia a favor de estar en presencia del interlocutor:



Estas respuestas permiten comprobar claramente cómo el medio constituye un metamensaje dado que, más allá de lo que se pueda expresar textualmente en el mensaje, los encuestados parecen adosar otras interpretaciones al uso mismo de los diferentes medios. Para ejemplificar esto, nuevamente hemos recurrido a las entrevistas complementarias, en las que los encuestados pueden explayarse más sobre los temas, tal como lo muestran los siguientes comentarios en los que los participantes explican por qué consideran inapropiadas las formas de

comunicación mediada en una situación de ruptura de pareja:

1. Porque si (él) me deja mandándome un texto quiere decir que nunca le importé.
2. Es de cuarta largar a tu novia con un texto...
3. No podés cortar con un email, un texto o un *WhatsApp*, es como decir que la relación nunca existió. Es de cobarde.
4. Está re-mal. Yo no le diría a mi novio que lo dejo escribiéndolo en *Facebook*. Es humillante y a parte porque se lo hacés saber a todo el mundo...

› **Conclusiones**

En la actualidad resulta indudable el gran avance global de la CMC y otros dispositivos tecnológicos en todo tipo de ambientes y situaciones. Sin embargo, salvo en algunos aspectos puntuales, no parece haber diferencias abismales, al menos en el ámbito universitario encuestado, entre los hábitos de los usuarios de los distintos países considerados. En cambio, se advierte una importante diferencia en lo que tiene que ver con las esferas del intercambio: el ámbito más formal e institucional, por un lado, y el mundo de las relaciones interpersonales donde entra lo afectivo, por el otro. Los resultados de las encuestas muestran que los diferentes medios también parecen estar especializados para los distintos ámbitos: *Facebook* es el más *polifuncional* y el que se presta mejor a distintas aplicaciones; el email, en cambio, resulta preferido para contactos de índole más formal; por otra parte, los mensajes de texto son frecuentes para comunicarse con compañeros y amigos; y las llamadas predominan en las relaciones familiares.

Asimismo, en el ámbito interpersonal se comprueba lo planteado respecto de que el medio puede llegar a constituir un metamensaje. Según los comentarios transcritos más arriba, por ejemplo, una estudiante dice que si corta una relación por un medio electrónico, eso se entiende como que la relación nunca existió, es decir, que no tuvo importancia. En estas explicaciones, se observa también que los usuarios cambian el tenor con que se expresan, dejando de lado los comentarios más morigerados y optando por afirmaciones categóricas: “Está re-mal”, “es de cobarde”, llegando incluso a utilizar formas imperativas: “No podés cortar con un email”. Si bien no hemos incursionado de pleno en los aspectos lingüísticos, estas breves consideraciones nos permiten plantear que el grado de aceptación de estos medios no está tanto relacionado con el tipo de comunicación de que se trate -*Facebook*, email, *Twitter*, o lo que fuera-, sino más bien con el tipo de interacción que se esté entablando. Así, los encuestados no dudan de los beneficios de la comunicación tecnológica en sus ámbitos laborales e institucionales, la aceptan también en su actividad social con compañeros, amigos e incluso familiares, siempre y cuando no comprometa sus intercambios afectivos. Allí, por ahora al menos, parece estar el límite.

› **Futuras líneas de investigación**

Hasta aquí, nuestros resultados han permitido explorar cómo los encuestados conceptualizan y manifiestan las distintas ideologías respecto de estos nuevos medios. La cuantificación presentada provee información sociolingüística básica para abordar la segunda etapa de nuestra investigación, centrada en un análisis lingüístico, de corte cualitativo. Para esta próxima etapa, y sobre la base de otras entrevistas administradas en las mismas instituciones educativas, nos proponemos considerar las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Qué recursos lingüísticos utilizan en la construcción de los discursos evaluativos por medio de los cuales los encuestados se posicionan con respecto al uso de los nuevos medios y de sus usuarios?
2. ¿Qué recursos lingüísticos utilizan para manifestar las diversas posturas, tanto epistémicas como evaluativas, que adoptan?
3. ¿Cómo evalúan los encuestados el uso del lenguaje mediado por las nuevas tecnologías cuando realizan comentarios metalingüísticos que reflejan sus ideologías sobre el lenguaje y los nuevos medios?

› **Bibliografía**

Androutsopoulos, J. (2011). From Variation to Heteroglossia in the Study of Computer-Mediated Discourse. En Thurlow, C. & Mroczek, K. (Eds.), *Digital Discourse: Language in the New Media* (277-298). Oxford: Oxford University Press.

Baron, N. (2008). *Always On: Language in an Online and Mobile World*. New York: Oxford University Press.

Barton, D. & Lee, C. (2012). Redefining Vernacular Literacies in the Age of Web 2.0. *Journal of Applied Linguistics*, 33(3), 282-298.

Bateson, G. (1972). *Steps to an Ecology of Mind*. London: Jason Aronson Inc.

Bijker, W., Hughes, T. & Pinch, T. (1987). *The Social Construction of Technological Systems: New Directions in the Sociology and History of Technology*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.

Bijker, W. (1995). *Of Bicycles, Bakelites, and Bulbs: Toward a Theory of Sociotechnical Change*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.

Cantamutto, L. (2014). El discurso de los mensajes de texto en el habla adolescente del español bonaerense. En Parini, A. & Giammatteo, M. (Eds.), *Lenguaje, discurso e interacción en los espacios virtuales* (65-81). Mendoza: Editorial de la Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Cuyo-SAL.

Gálvez Mozo, A. & Tirado Serrano, F. (2006). *Sociabilidad en pantalla: Un estudio de la interacción en los entornos virtuales*. Barcelona: Editorial UOC.

Gershon, I. (2010a). *The Breakup 2.0: Disconnecting over New Media*. New York: Cornell

University Press.

---- (2010b). Media Ideologies: An Introduction. *Journal of Linguistic Anthropology*, 20(2), 283-293.

Giammatteo, M. (en prensa). Aspectos léxicos y expresivos de la lengua de Internet. *En Actas del VII Coloquio de la Asociación Latinoamericana de Estudios del Discurso (ALEDAR)-Capítulo Argentina*. Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires.

Parini, A. (2014). La problematización del contexto en la comunicación en línea. En Parini, A. & Giammatteo, M. (Eds.), *Lenguaje, discurso e interacción en los espacios virtuales* (145-165). Mendoza: Editorial de la Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Cuyo-SAL.

Parini, A. & Giammatteo, M. (Eds.) (2014). *Lenguaje, discurso e interacción en los espacios virtuales*. Mendoza: Editorial de la Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Cuyo-SAL.

Tagg, C. (2012). *Discourse of Text Messaging: Analysis of SMS Communication*. London: Continuum.

Tannen, D. (2013). The Medium Is the Metamessage: Conversational Style in New Media Interaction. En Tannen, D. & Trester, A. (Eds.), *Discourse 2.0: Language and New Media* (99-117). Washington, DC: Georgetown University Press.

Weber, S. & Mitchell, C. (2008). Imaging, Keyboarding, and Posting Identities: Young People and New Media Technologies. En Buckingham, D. (Ed.), *Youth, Identity, and Digital Media* (25-48). Cambridge, Massachusetts: MIT Press.