

## **La Discoteca Virtual. Búsqueda De Pareja En Adolescentes De Sectores Populares A Través De Facebook**

### **The Virtual Nightclub. Dating in Adolescents Popular Sectors Through Facebook**

**Joaquín Linne**

**joaquinlinne@gmail.com**

**Universidad de Buenos Aires**

**Diego Basile**

**basilediego@hotmail.com**

**Universidad de Buenos Aires**

#### **Resumen**

El objetivo de nuestro artículo de investigación es explorar y describir los modos en que los adolescentes de sectores populares de la Ciudad de Buenos Aires buscan pareja a través de la red social Facebook. Para esto indagamos en la información que proveen en sus perfiles, en las estrategias que despliegan para seducir y lograr visibilidad en los muros de su comunidad de pares, en las ventajas y desventajas que ellos señalan en torno a buscar pareja a través de la red social y en las diferencias según género. A nivel metodológico, en esta investigación de tipo mixta, realizamos a nivel cuantitativo una encuesta a adolescentes de sectores populares de la Ciudad de Buenos Aires (n: 150); a nivel cualitativo, hemos hecho observaciones y veinticinco entrevistas en profundidad a adolescentes de sectores populares en colegios, ciberlocutorios y centros comunitarios, así como también observaciones virtuales a través de Facebook. Los principales resultados encontrados fueron que las fotos personales y las declaraciones del “estado sentimental” funcionan como elementos centrales para la presentación de sí mismos entre los adolescentes, así como también para motorizar la sociabilidad mediante los comentarios. En cuanto a las principales ventajas y desventajas acerca de conocer a una pareja por Facebook, observamos la importancia del conocimiento de los gustos y preferencias como forma de anticipar un primer acercamiento. A su vez, identificamos los temores al encuentro cara a cara y la

desconfianza respecto de lo que se presenta como “verdadero” en los perfiles. Por último, denominamos “discoteca virtual” a la red social, a fin de destacar las transformaciones que se han producido en las interacciones de los adolescentes en torno a la búsqueda de pareja.

**Palabras clave:** Búsqueda de pareja, adolescentes, sectores populares, Facebook.

### **Abstract**

The aim of this research paper is to explore and describe the ways in which adolescents of popular sectors of Buenos Aires City search for Internet dating through the social network Facebook. For this, we investigate the information they provide in their profiles, the strategies that deploy to seduce and gain visibility in the walls of their community of peers, on the advantages and disadvantages about dating through social network and gender differences. At the methodological level, in this research mixed type, we conducted, on a quantitative level, a survey of adolescents of popular sectors of the City of Buenos Aires (n= 150); on a qualitative level, we have made observations and in-depth interviews to twenty-five adolescents from popular schools, cybers and community centers, as well as virtual observations through Facebook. The main findings were that the personal photos and statements of "feeling state" function as central to the presentation of self among adolescents, as well as for powering the sociability through feedback. As for the main advantages and disadvantages about meeting a couple in Facebook, we observe the importance of knowledge the tastes and preferences as a way to anticipate a first approach. In turn, we identify the fears of a face to face encounter and distrust of what is presented as “true” in the profiles. Finally, we call “virtual club” to the social network, in order to highlight the changes that have occurred in the interactions of adolescents around the matchmaking.

**Keywords:** Internet Dating, adolescents, popular sectors, Facebook.

### **Introducción**

“Aunque pongan en cuestión las imágenes directrices del matrimonio y de la familia, la mayoría de los jóvenes no aspira a una vida sin lazos.” (Beck, 2007: 134)

Junto con la masificación de Internet producida en la primera década del siglo XXI, se han transformado los modos de conocimiento y socialización juveniles. Esta revolución informático-social ha cambiado la forma de pensar el amor y la sexualidad (Castells, 1999), lo que implica que se han modificado también los modos de socialización e imaginación respecto a la búsqueda de pareja. Por ello entendemos las múltiples estrategias que las y los adolescentes llevan adelante a fin de presentarse atractivos frente a sus pares, con intenciones de seducir, conquistar y entablar vínculos

afectivos, amorosos y sexuales. En esta investigación cualitativa, a partir de observaciones y entrevistas en profundidad, exploramos las prácticas online de búsqueda de pareja que realizan los adolescentes de sectores populares (en adelante, SP) de la Ciudad de Buenos Aires (CABA). Asimismo, indagamos en las relaciones entre estas prácticas y sus representaciones acerca del amor y la sexualidad, a partir de las siguientes preguntas: ¿qué estrategias de seducción despliegan a través de Internet? ¿Qué relación existe entre las imágenes y textos de autopresentación con la construcción performativa de género? ¿Qué datos proveen en las redes sociales virtuales? ¿Cuáles creen que son las ventajas y desventajas de conocer a una pareja a través de Internet? ¿Cuáles son las expectativas que ponen en juego?

Dentro de los más de mil cien millones de usuarios activos que posee Facebook (FB) (Internetworldstats.com, 2013), los argentinos se encuentran en el puesto doce, con más de veintidós millones (Checkfacebook.com, 2013). En esta plataforma multipropósito, los adolescentes son el sector más numeroso y activo en cuanto a la publicación de fotos personales (Internetworldstats.com, 2013). Esto puede explicarse, en cierta medida, por su alta disponibilidad de tiempo, su condición de nativos digitales (Prensky, 2001; Urresti, 2008) y, a su vez, porque se encuentran en la etapa central de experimentación y construcción identitaria (Krauskopf, 2010), en la que esta plataforma les resulta especialmente útil y satisfactoria. A diferencia de lo que ocurría hasta la “cultura Kodak” (Chalfen, 1987), las tecnologías digitales móviles permiten que esta exploración y configuración sea registrada y puesta a prueba ante una amplia comunidad.

Por todo esto nos parece necesario contribuir con las investigaciones de adolescentes de SP, ya que es una de las poblaciones menos estudiadas y que más dificultades posee: a las dificultades económicas, sociales, educativas y habitacionales, suele añadirse la estigmatización social, la violencia de género, las adicciones y los embarazos a edad temprana.

La vida cotidiana de estos adolescentes se compone de diversas actividades: ir al colegio, hacer changas, cuidar a los familiares menores y, en algunos casos, trabajar y participar de talleres gratuitos de idiomas, arte, deportes, oficios y computación. En su tiempo libre organizan salidas con amigos, conversan por Whatsapp y mensajes de texto vía el teléfono celular, juegan a la “Play”<sup>2</sup>, ven contenidos audiovisuales de modo online, visualizan, toman y editan fotos, y utilizan sitios de redes sociales. En este contexto, FB aparece como la mayor interfaz y el medio de comunicación primordial para articular su entretenimiento y comunicación.

## Metodología

En esta investigación de tipo mixta, a nivel cuantitativo realizamos una encuesta a adolescentes de SP de la CABA (n: 150); a nivel cualitativo, hemos hecho observaciones y veinticinco entrevistas en profundidad a adolescentes de SP en colegios, ciberlocutorios y centros comunitarios, así como también observaciones virtuales a través de FB. Definimos a los adolescentes de SP como quienes tienen entre 12 y 18 años, cuyos padres poseen un nivel educativo inferior al secundario y carecen en sus hogares de al menos un servicio social básico (por ejemplo, agua o gas de red).

Parte del trabajo de campo fue posible gracias a nuestro desempeño como docentes (ad honorem) en el taller de computación del centro comunitario Conviven, ubicado en las calles Murgiondo y Avenida Eva Perón (barrio Lugano, Zona Sur de la Ciudad). Durante el 2011 concurrimos a este taller, donde hicimos observaciones participantes y entrevistas en profundidad con adolescentes de SP. De este modo, nos acercamos exploratoriamente a su cotidianidad y a las prácticas de comunicación y autopresentación que realizan a través de entornos tecnológicos.

Mediante el método etnográfico “bola de nieve”, implementado a partir de los informantes clave encontrados en dicho centro comunitario, creamos un perfil ad hoc en FB que en la actualidad posee más de 2.500 contactos (en su mayoría adolescentes de SP de la CABA). Estas observaciones virtuales que desarrollamos durante dos años (2011-2013), nos permitieron indagar en las prácticas de sociabilidad y las estrategias que despliegan los adolescentes para buscar pareja y seducir a través de la publicación en red de textos e imágenes personales.

### **Adolescentes, nativos digitales y multitasking**

Los estudios sobre nuevas tecnologías e Internet han elaborado categorías que contribuyeron, en su debido momento, a combatir las posturas conservadoras que en diversos ámbitos –académico, educativo, intelectual– oponían fuertes resistencias a dichas innovaciones e impedían visualizar sus potencialidades. Así, ideas como las de “nativos e inmigrantes digitales” (Prensky, 2001) echaron luz sobre el tema, a partir de categorías dicotómicas, asignando determinadas características a unos que no poseen los otros.

La soltura y la ‘naturalidad’ con las que los adolescentes se mueven en Internet los representa claramente como nativos digitales, es decir, aquellos nacidos después de 1990, que crecieron desde su infancia junto con las herramientas de la multimedia, pero especialmente “respirando la atmósfera Internet” (Castells, 2001). A esta nueva generación se la considera hablante “nativa” del lenguaje de las computadoras, los videojuegos e Internet. Los “nativos digitales” también son definidos como “generación @” (Piscitelli, 2009) o “generación multimedia” (Morduchowicz, 2008).

Con “multitasking”, categoría definitoria compartida por la mayoría de los adolescentes, nos referimos a la capacidad de realizar varias tareas al mismo tiempo en diferentes pantallas o interfaces dentro de una misma pantalla. Este concepto sirve para ejemplificar el uso de categorías dicotómicas, ya que es una práctica propia de los nativos digitales, la cual está ausente en los inmigrantes, quienes se caracterizan por la carencia de:

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).

En la actualidad, estos conceptos pioneros comienzan a agotarse en su potencialidad explicativa. Es necesario, por lo tanto, complejizar desde una perspectiva sociológica las formas en que la sociedad hace uso de las TIC. Con dicha intención, nuestro trabajo se detiene en los SP, y en su interior indaga en las diferencias de género. Si bien utilizamos dichas categorías de un modo general, cabe destacar que los usos de Internet en los SP presentan diferencias específicas que el concepto de nativos digitales no permite distinguir satisfactoriamente.

## **1. Búsqueda de pareja en Facebook**

### **1.1. Relaciones líquidas**

La desaparición de la cultura del deber y la celebración social de los derechos subjetivos a la vida libre y realizada no conducen en absoluto a la deriva orgiástica, el erotismo se despliega siempre en límites estrictos, es más exhibido que practicado, estable que nómada, equilibrado que paroxístico. (Lipovetsky, 1994: 62)

En cierto modo FB ha contribuido a crear millones de parejas pero también ha colaborado en la disolución de otras tantas. Dado que la plataforma mantiene un registro de todas las acciones que generan los usuarios (y este registro muchas veces es de acceso público), otros usuarios pueden, con relativa facilidad, hacer un seguimiento de las acciones ajenas. Esta posibilidad de monitoreo o control, sumado a la facilidad en rastrear a ex, amantes o potenciales parejas, deviene en una suerte de vigilancia multilateral que, al menos en parte, es sintomática de lo que Bauman denomina “relaciones líquidas” (2002), en el sentido de que los adolescentes tienden a relaciones con altos niveles de movilidad e inestabilidad. Sin embargo, esto no implica que las

nuevas generaciones vivan en una espiralidad de sexo y experiencias extremas. En este sentido, destaca Lipovetsky:

En la cultura de masas el erotismo se generaliza y todas las “posiciones” amorosas son legítimas, pero las prácticas sexuales reales son poco arriesgadas, poco diversificadas: el amor entre varios, el intercambio, la sodomía, la homosexualidad, las relaciones sexuales con una persona a quien se ha conocido ese mismo día siguen siendo experiencias muy minoritarias. (Lipovetsky, 2008: 62)

En este sentido, hemos observado en nuestro trabajo de campo que, si bien hay una mayor visibilidad de nuevas prácticas y nuevos modos de presentar los cuerpos a través de las imágenes, junto con un mayor exhibicionismo de relatos y estéticas, las actitudes preponderantes en la mayoría de los adolescentes a través de FB suelen ser el cuidado de sí mismos, el control de lo visible y la selección de sus contactos significativos.

Las interacciones de los adolescentes se llevan a cabo en una vida cotidiana imbricada continuamente con las redes sociales, donde la conexión es intersticial y la dinámica responde al multitasking: a la vez que realizan tareas en simultáneo alrededor de las pantallas, también activan búsquedas de pareja en simultáneo o exploran relaciones afectivas-eróticas de modo paralelo, tanto varones como mujeres. En esta nueva práctica, mientras los varones suelen ser populares y exitosos dentro y fuera de FB, las mujeres suelen ser más cuestionadas por sus pares, que las acusan de “chicas fáciles” o “robanovios”.

En el taller de computación, una chica de nacionalidad boliviana mira videos de hip hop que realizó su novio. Las otras compañeras sienten envidia y dicen que no lo deje nunca; otra chatea por FB de modo apasionado con su novio (dado que la madre descubrió la relación y le prohibió verlo, ahora sólo se comunican por chat y mensajes de texto); otra chica le agrega efectos digitales como estrellitas y brillos a su álbum de fotos en FB; un varón adolescente observa fotos y perfiles de chicas y les envía solicitudes de amistad; otro mira goles de Messi en Youtube. (Linne, 2013)

Los adolescentes realizan todas estas actividades mientras chequean a cada rato su perfil en la red social. Este uso combinado de redes, sociabilidad y vida cotidiana en, por ejemplo, un ámbito educativo, suele ser de modo significativo más “natural” para los adolescentes que para los adultos. Son ellos quienes prefieren FB como plataforma de convergencia de comunicación y entretenimiento, mientras que los adultos prefieren –aun cuando son asiduos a Internet– mantener separados sus lugares de socialidad

erótico-afectiva y recreación, aunque sea dentro del mismo medio convergente que es la Web. Así, mientras los adultos mayores de cuarenta años suelen buscar pareja a través de páginas de citas y contactos (donde sienten que es más fácil refinar la búsqueda del otro), los jóvenes y adolescentes tienen a FB como el principal matchmaker.

### Estrategias

En el marco de este uso cotidiano de las redes sociales, de comunicación y entretenimiento con los amigos y compañeros de clase, los adolescentes utilizan la plataforma FB para buscar pareja. Con tal fin, ellos desarrollan estrategias de presentación ante los otros. En la autopresentación que despliegan en FB, los dos elementos centrales que se visualizan primero en los perfiles son la foto de portada y la de perfil. Éstas suelen ser fotos personales, de sí mismos, ya sea solos, con amistades íntimas o con familiares.



Asimismo, las imágenes que publican sobre el cuerpo propio –en muchos casos autofotos– son centrales en su configuración identitaria online. A partir de estas imágenes, ellos se muestran ante los otros exhibiendo las fotografías de sí mismos que consideran más atractivas, a la espera del feedback de su comunidad de pares. A través de los comentarios que generan y que reciben de los otros se despliega la sociabilidad cotidiana dentro del sitio. En ciertos casos, esta dinámica es explícita, como por ejemplo en las fotos de duelos estéticos entre dos amigas o amigos. Estos montajes de fotos personales buscan específicamente la comprobación de los adolescentes como cuerpos deseados. Una estrategia lúdica de chequear la atractibilidad del cuerpo propio, es

realizar un duelo estético con una amiga o amigo íntimo. En las horas siguientes a la publicación, el feedback de la comunidad de pares dará su veredicto en forma de MG y de cantidad y calidad de comentarios.



Tanto las imágenes como los textos personales convocan a los comentarios. Mediante los “me gusta”, las “firmas” de muros y los emoticones, van cargando de sentido a las publicaciones personales, asignándoles carácter de atractivas y deseadas, o de indiferentes e ignoradas dentro de su comunidad. En este conjunto de imágenes, por ejemplo, ella posa para la cámara y pide a su audiencia, como en un concurso de modelos, que la califique: “Del 1 al 10, ¿cuánto me dan?”





Asimismo, en el plano del discurso escrito, se proveen datos relativos al lugar de residencia, a la edad, al lugar de estudio o trabajo y al estado sentimental, que complementan la configuración identitaria de los adolescentes en sus respectivos perfiles. FB define ciertas características para describir la situación sentimental (en este orden: soltero/a, tiene una relación, prometido/a, casado/a, es complicado/a, tiene una relación abierta, viudo/a, separado/a, divorciado/a). Cuando el estado sentimental es modificado por el usuario, éste se publica como novedad en el muro de sus contactos. Estas actualizaciones de estados funcionan como manifestación pública del comienzo o el fin de una relación, y por ende, de estar o no disponibles para la seducción y la búsqueda de pareja. La publicación de estas “situaciones sentimentales” ayudan a la vigilancia multilateral y el

monitoreo horizontal de pares que realizan los adolescentes entre sí. Cuando se publica que un amigo o amiga ha empezado o terminado una relación, suele suscitar un gran flujo de comentarios que motorizan por un tiempo la sociabilidad dentro de sus grupos de amistades.

### Imágenes 4 y 5



Ahora bien, ¿qué es lo novedoso en la presentación de sí mismos de los adolescentes? A

diferencia de generaciones anteriores, despliegan una autobiografía visual (Mendelson et al, 2010) en su perfil de FB a través de la práctica cotidiana de tomar fotos personales, publicarlas y comentarlas. De este modo, eligen qué mostrar y monitorean sus perfiles y el de su grupo de pares en busca de crear la mejor autopresentación posible. Esta destreza no es espontánea sino que resulta de la experiencia en el uso de la red social y del aprendizaje compartido con los pares. Al tener un mayor control sobre las impresiones que exponen ante los otros (Goffman, 1959), los sitios de redes sociales como FB les permiten presentarse ante sus pares generacionales con una versión altamente selectiva de sí mismos. De este modo, suelen exponer en la red social aspectos positivos de su intimidad. En sectores populares, son frecuentes las fotos personales de adolescentes con bebés propios. Al mismo tiempo que exponen su condición de madres o padres, cuidan su imagen y siguen activos en el juego de la seducción.

## Imagen 6



Dentro de esta práctica cotidiana, encontramos ciertas diferencias en las formas de presentación de mujeres y varones. Las adolescentes mujeres se concentran, por un lado, en la búsqueda de un varón que cumpla con las expectativas de compromiso, actividades, proyectos y atracción, y por otro, en volverse femme fatales con un alto grado de autonomía respecto de la exclusividad que demanda una pareja monogámica.

A su vez, los varones se concentran en la búsqueda y seducción de contactos femeninos con las que explorar la sexualidad, pero también aspiran a conseguir una pareja estable, una chica que sea “fiel, cariñosa, romántica y familiar”. Para esto, a través de la multimedia y vía chat, mensajes privados y publicaciones ajenas y propias, generan mensajes ingeniosos o románticos bajo el formato de textos, fotos, memes, videoclips y animaciones.

### Ventajas

Desde el punto de vista de las percepciones propias de los adolescentes, la búsqueda de pareja en FB conlleva tanto ventajas como desventajas. Al preguntar a nuestros entrevistados sobre cuáles piensan que son las ventajas de conocer a una pareja por FB, ellos respondieron de diversos modos. Por un lado, los adolescentes valoran que

les permite conocer aspectos del otro antes de decidir encontrarse (“podés conocerlo y verlo antes de encontrarte en persona”; “conocés todo sobre ellos”; “el Face muestra todo lo que te gusta y así uno se conoce mejor”). Por otra parte, rescatan de la Red que les ayuda a construir su propia imagen (“podés mostrarte distinto a los demás”).

Asimismo, resaltan que “es más fácil” conocer gente por este medio; que les genera mayor grado de desinhibición para comunicarse y establecer vínculos (“capaz que te conocés mejor”; “cuando lo vas conociendo podés tener mejor comunicación”; “tal vez le podés decir cosas que si la tenés enfrente no te animarías”); que pueden conocer personas de distintos barrios y ciudades (“la posibilidad de conocer gente de lugares lejanos”); que aprenden comunicándose y observando la comunicación de los otros (“te enseñan estrategias y te dan tips para hablar con otros”). De este modo, la red social opera como lugar e instancia de socialización, dado que los adolescentes socializan con sus pares mientras aprenden observando de las publicaciones más populares cuáles son los códigos y modelos a seguir en la búsqueda de pareja.

### **Desventajas**

Ante la pregunta sobre las desventajas de conocer a una pareja por FB, las mujeres presentan más preocupaciones que los hombres. En las redes sociales, el “otro” –principalmente el otro desconocido– puede mentir acerca de algunos aspectos importantes de su identidad. Con respecto al lugar de residencia, se observan dos actitudes. Por un lado, el ocultamiento, ya que dicho dato es una referencia fuerte que puede obstaculizar la posibilidad de construir una relación; los barrios de bajos recursos y estigmatizados, aquellos que portan un sentido negativo, no suelen estar presentes en los “perfiles” de los adolescentes, lo cual provoca una incertidumbre en las expectativas ajenas. Pero ese ocultamiento del lugar de residencia no es una característica exclusiva del uso de las redes, sino que es una práctica generalizada en los SP, que evalúan los costos y beneficios que acarrea la presentación de dichos datos estigmatizados.

Por otro lado, es necesario matizar este ocultamiento del estigma de “ser villero” o vivir en un barrio humilde, ya que los mismos adolescentes, en diversos casos, reivindican la cultura villera, o simplemente su barrio. Tanto varones como mujeres agregan “villa”, “villera” o alguna otra referencia barrial-identitaria junto a su nombre o sobrenombre en su perfil de FB. También agregan una referencia a su barrio junto con su nombre (por ejemplo, “Mtd”, contracción del barrio Mataderos o “Lgn”, contracción del barrio Lugano). Esta referencia territorial que incluyen en su nombre de perfil opera como modo de anclar su identidad y sociabilidad dentro del sitio web. Si bien cualquier usuario puede interactuar con cualquiera y existen contactos interbarriales e interclasistas, la mayoría de los contactos son entre usuarios de territorios cercanos y del mismo o similares sectores sociales.

Como se observa, para los adolescentes de SP el barrio es una marca identitaria fuerte con la que construyen su perfil online. A modo de reivindicación territorial y cultural, rescatan su lugar de pertenencia y los valores que asocian al mismo, como por ejemplo “valentía”, “lealtad”, “aguante”, “resistencia” e “historia”. De este modo, la sociabilidad en Internet no se genera de modo totalmente ubicuo, sino que se produce, en la mayoría de las veces, entre pares que comparten el mismo territorio, el mismo barrio y las mismas condiciones sociales (Linne, 2013).

Imagen 11



Por otra parte, mientras las mujeres adolescentes de SP poseen miedos más relacionados a la integridad física (“puede ser un violador”; “te pueden robar”), los varones tienen miedos más vinculados a la pérdida de autonomía (“si tenés novia te controla todo lo que hacés en Face”; “perdés tu libertad porque te controlan todas las publicaciones”). Este temor ha empezado a aparecer también de manera recurrente en los muros de mujeres adolescentes de SP.

Tanto los varones como las mujeres de nuestro estudio coinciden en que a través de este medio no es posible conocer de verdad al otro (“nunca lo vas a conocer muy bien”), en que el otro puede faltar a la cita (“te puede dejar plantado”), o ser alguien muy distinto a la identidad que construye en la red social (“no sabés quien está realmente del otro lado y qué intenciones tiene para con vos”; “por Face es una persona y cara a cara es otra”). Estos testimonios evidencian que, si bien la plataforma es una herramienta imprescindible para buscar pareja, también posee sus riesgos y desventajas, ya que allí se construye una performance que no siempre coincide con la identidad copresencial.

Estos desajustes entre las performances virtuales y las copresenciales generan diversos conflictos cotidianos entre los adolescentes: desde una pareja que encuentra dificultoso traspasar la fluidez de su comunicación virtual al plano copresencial, hasta los celos porque el otro actúa como si fuese soltero en FB, o la sensación de no ser valorado o registrado por el otro en uno u otro plano. Por ejemplo, una adolescente de quince años de Lugano nos decía sobre su relación de pareja: “cuando estamos conectados está todo bien y el finde también, pero después en la semana no me da cabida, nunca me llama, es un turro.”

### **La discoteca virtual**

Considerando todos estos aspectos, podemos pensar a la red social como una discoteca virtual, a fin de realizar un contrapunto entre los modos tradicionales de búsqueda de pareja, y las nuevas formas que se desarrollan a partir de las interacciones en la red. En este sentido, destacaremos a continuación algunas características de la discoteca virtual:

✓ Permanece abierta las 24 horas: la plataforma funciona de forma continua, sin interrupciones, como un espacio para dejar mensajes a usuarios específicos o al conjunto de los contactos. En tanto la comunicación es en su mayor parte diferida, no es necesario que se encuentren activos el emisor y el receptor. Por lo tanto, quien desea iniciar una conversación, realizar un comentario, enviar un mensaje privado o dejar un MG puede hacerlo en cualquier intersticio del día.

✓ El acceso es gratuito: Cualquiera que posea acceso a Internet y esté dispuesto a brindar ciertos datos personales puede interactuar con el otro mediante el envío y la aceptación de solicitudes de “amistad”. Además, el acceso es libre, dado que nadie controla la admisión en la puerta, la apariencia, la forma de vestir o el calzado. En este sentido, la discriminación, la seguridad y la gratuidad son mucho mayores que en cualquier local privado donde se exige cierta vestimenta, y hasta a veces se producen disputas entre grupos de pares y se cobra entrada o consumición.

✓ La presentación ante los otros: no requiere de la habilidad que exige el protocolo cara a cara, ni tampoco del manejo de la gestualidad y del cuerpo en escena. Por ejemplo, saber o no saber bailar, no incidirá en las posibilidades de los pretendientes. O ponerse nervioso frente a la presencia de otros tampoco incidirá en la performance de seducción virtual que desarrolle cada usuario. Por el contrario, la práctica de mostrarse ante los demás cuenta con la posibilidad de realizar un trabajo lento, meditado y selectivo, tanto en la elaboración y compartido de fotografías como en los

comentarios. De este modo, la habilidad con que el usuario se expresa en FB se ejercita y se consolida en el propio uso de la Red.

Imagen 12



✓ El acercamiento a los desconocidos: es uno de los aspectos más novedosos, dado que por medio del compartido de las cadenas de contactos (amigos de amigos) es más sencilla la aproximación a otros que rápidamente pueden contactarse. Así, una vez aceptada la solicitud de amistad, es posible elaborar una idea de los gustos y preferencias del otro, de su grupo de amigos y de su familia. Luego, el chat funciona como una instancia intermedia entre la comunicación diferida y el encuentro cara a cara. En el chat se reintroduce cierta incertidumbre de la comunicación espontánea. Rápidamente, un usuario puede obtener un panorama general de los gustos y preferencias de un desconocido a la distancia.

En especial para los más tímidos, la posibilidad de comunicación previa es una ventaja. La sociabilidad en la red social facilita la prueba y el error sin la presión de la situación cara a cara. Dicho de otro modo, se genera desinhibición por el “semi anonimato” (conocidos de conocidos que no se conocen en persona) o por el carácter no copresencial de las interacciones. A su vez, una gran ventaja para los adolescentes, que suelen ser poco experimentados en las relaciones interpersonales erótico-afectivas, es la posibilidad de aprender mediante la observación de las actitudes,

publicaciones y comentarios de otros. En este sentido, FB funciona como instancia de socialización amorosa, ya que provee contactos para interactuar y para aprender de ellos: son los perfiles, muros y publicaciones de sus pares más exhibicionistas, efectivos, populares y seguros de sí mismos quienes operan como “manual de estilo” y proveen una guía de instrucciones de seducción, autopresentación y expresiones afectivas, de lo que gusta y lo que no, de las imágenes y palabras que “enamoran” y las que producen indiferencia.

### Imágenes 13



Para ser una persona destacada en la “discoteca virtual” es preciso tener un alto nivel de visibilidad. Los adolescentes saben cómo lograrlo: “firmando” decenas, cientos y hasta miles de muros ajenos, pero sobre todo teniendo muchas “firmas” (comentarios), MG, suscripciones y menciones de otros. Es por ello que buscan permanentemente lograr esa visibilidad, y para ello convocan a sus pares a que dejen su firma en el muro propio. Esto se produce, por lo general, en forma de intercambio: tú me firmas y yo te firmo, como se observa en el siguiente ejemplo:

### Imagen 14





✓ El paso al encuentro cara a cara: pasar a la dimensión copresencial suele implicar un riesgo alto. Aquí, cuando se encuentran cara a cara, es más difícil disimular los nervios, la ansiedad, el deseo y el miedo al rechazo. Además del temor al engaño mediante identidades falsas y a las posibilidades de peligro concreto a través de robos, secuestros y agresiones físicas, los adolescentes también temen que la persona no cumpla con las expectativas generadas en la Red. En este sentido, la gran capacidad performativa que posibilita la red, capacidad que los adolescentes valoran y explotan al máximo, conlleva un revés importante: la posibilidad de desilusionarse al encontrarse cara a cara. En otras palabras, FB facilita enormemente el “primer acercamiento” pero, a su vez, hace más difícil el quiebre de la tensión en el encuentro cara a cara, cuestión que declaran los adolescentes cuando expresan el temor a “no saber quién es en realidad”.

### Conclusiones

Como ocurría antes de la masificación de Internet, las chicas tratan de decodificar cuál de los mensajes –y cuál de los candidatos– es el más conveniente, y los chicos hacen su mejor esfuerzo para demostrarles a ellas que son el mejor candidato posible. Pero ¿qué cambió con la masificación de las tecnologías 2.0 y en especial con la puesta en red de diversas comunidades de usuarios según afinidades barriales, culturales y etarias? Uno de los cambios está vinculado a la proliferación del deseo, al flujo de imágenes de parejas posibles. Como en una discoteca virtual (descorporizada y desterritorializada), los adolescentes proponen conversaciones y tratan de llevar la incipiente relación hasta un estadio mayor de intimidad. Así, las instituciones copresenciales (el colegio, la discoteca, el bar) se superponen con las instituciones virtuales.

Hemos hecho un recorrido exploratorio por las estrategias de los adolescentes de SP de la CABA en relación con la seducción y la búsqueda de pareja a través de FB. Destacamos allí el uso de la fotografía digital tanto como elemento central para la presentación de sí mismo, así como también para la sociabilidad mediante los comentarios. También observamos las declaraciones del “estado sentimental” para la socialización de las relaciones amorosas. Asimismo, nos detuvimos en la importancia de generar en los perfiles altos niveles de visibilidad y en los modos de llevar adelante dicho objetivo.

Por último, hemos descrito las principales ventajas y desventajas mencionadas por los adolescentes de SP acerca de conocer a una pareja por FB. Observamos allí la importancia del conocimiento de sus gustos y preferencias como forma de anticipar un primer acercamiento. A su vez, identificamos los temores al encuentro cara a cara y la

desconfianza respecto de lo que se presenta como “verdadero” en los perfiles. En conclusión, denominamos a la red social como una “discoteca virtual”, a fin de destacar las transformaciones que se han producido en las formas de interacción social de los adolescentes en cuanto a la búsqueda de pareja.

### **Bibliografía**

- Albarello, F. (2011). Leer y navegar en Internet. Buenos Aires, Argentina: La crujía.
- Bauman, Z. (2002). Modernidad líquida. Buenos Aires, Argentina: Fondo de cultura económica.
- Bauman, Z. (2005). Amor líquido. Buenos Aires, Argentina: Fondo de cultura económica.
- Beck, U. (2007). La sociedad del riesgo. Barcelona, España: Paidós.
- Bouille, J. (2008). “Cibercafés o la nueva esquina. Usos y apropiaciones de Internet en jóvenes de sectores populares”. En Urresti, M. (ed.), Ciberculturas juveniles (pp. 105-120). Buenos Aires, Argentina: La Crujía.
- Castells, M. (1999). La era de la información: economía, sociedad y cultura: la sociedad red. México, DF, México: Siglo XXI.
- Chalfen, R. (1987). Snapshots versions of life. Ohio, Estados Unidos: University Popular Press.
- Goffman, E. (1959). The presentation of self in everyday life. Nueva York, Estados Unidos: Anchor Books.
- Igarza, R. (2009). Burbujas de Ocio. Nuevas formas de consumo cultural. Buenos Aires, Argentina: La Crujía.

Krauskopf, D. (2010). “La condición juvenil contemporánea en la construcción identitaria”.  
Última Década, 33, 27-42.

Linne, J. (2013). Adolescentes y redes sociales. Usos y apropiaciones de Facebook en sectores populares de la Ciudad de Buenos Aires. Tesis de maestría no publicada, Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina.

Lipovetsky, G. (1994). El crepúsculo del deber. Barcelona, España: Anagrama.

Mendelson, A., y Papacharissi, Z. (2010). “Look at us: Collective Narcissism in College Student Facebook PhotoGalleries”. En Papacharissi, Z. (ed.), *The Networked Self: Identity, Community and Culture on Social Network Sites*. Illinois, Estados Unidos: Routledge.

Morduchowicz, R. (2008). La generación multimedia. Significados, consumos y prácticas culturales de los jóvenes. Buenos Aires, Argentina: Paidós

Piscitelli, A. (2009). Nativos digitales. Buenos Aires, Argentina: Santillana.

Prensky, M. (2001). “Digital natives, digital immigrants”. *On the Horizon*, 9(5), 1-6

Urresti, M. (2008). “Ciberculturas juveniles: vida cotidiana, subjetividad y pertenencia entre los jóvenes ante el impacto de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información”. En Urresti, M. (ed.), *Ciberculturas juveniles* (pp. 18-49). Buenos Aires, Argentina: La Crujía.

### **Sitios Web consultados**

Internet World Stats (2013, septiembre). Disponible en: <http://www.Internetworldstats.com/>

Check Facebook (2013, agosto). Disponible en: <http://www.Checkfacebook.com>, 2013/

<sup>1</sup> Joaquín Linne ([joaquinlinne@gmail.com](mailto:joaquinlinne@gmail.com)) es Magíster en Comunicación y becario doctoral de la Comisión Nacional de Ciencia y Técnica (CONICET) de Argentina. Diego Basile ([basilediego@hotmail.com](mailto:basilediego@hotmail.com)) es Maestrando en Comunicación y Cultura y becario de maestría de la Universidad de Buenos Aires (UBA).

<sup>2</sup> Diminutivo de Playstation, conocida marca de consolas de videojuegos.