

Jóvenes y Cultura Digital



Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina

EDITORA GENERAL

Gissela Dávila
Directora General de CIESPAL

COORDINADOR EDITORIAL

Gabriel GIANNONE

SECRETARIA DE REDACCIÓN

Rosa ARMAS

CONSEJO DE REDACCIÓN

Amparo CADAVID
UNIMINUTO, Colombia

Fernando CASADO
Instituto de Altos Estudios Nacionales, Ecuador

Ana María DURÁN
Universidad del Azuay, Ecuador

Eduardo GUTIÉRREZ
Pontificia Universidad Javeriana de Colombia

Eliana del Rosario HERRERA HUÉRFANO
UNIMINUTO, Colombia

Octavio ISLAS
Universidad de los Hemisferios, Ecuador

Daniel Fernando LÓPEZ JIMÉNEZ
Universidad de los Hemisferios, Ecuador

Efendy MALDONADO
UNISINOS, Brasil

Claudio Andrés MALDONADO RIVERA
Universidad Católica de Temuco, Chile

Fernando ORTIZ
Universidad de Cuenca, Ecuador

Abel SUING
Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

Nancy Graciela ULLOA ERAZO
Pontificia Universidad Católica del Ecuador (Sede Ibarra)

Rosa VALLEJO CASTRO
CIESPAL, Ecuador

Jair VEGA
Universidad del Norte, Colombia

José VILLAMARÍN CARRASCAL
Universidad Central del Ecuador

Jenny YAGUACHE,
Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

EDITORES ASOCIADOS

Norteamérica
Jesús GALINDO

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México

Centroamérica

Hilda SALADRIGAS,

Universidad de La Habana, Cuba

Área Andina

Karina HERRERA MILLER,

Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia

Cono Sur

Lorena Mónica ANTEZANA BARRIOS

Universidad de Chile

Brasil

Denis PORTO RENÓ,

Universidade Estadual Paulista, Brasil

CONSEJO CIENTÍFICO INTERNACIONAL

Rosa María ALFARO

CALANDRIA, Perú

Enrique BUSTAMANTE

Universidad Complutense de Madrid, España

Mauro CERBINO

FLACSO, Ecuador

Elíseo COLÓN

Universidad de Puerto Rico

Miquel DE MORAGAS

Universidad Autónoma de Barcelona, España

José Manuel DE PABLOS

Universidad de La Laguna, España

Carlos DEL VALLE ROJAS,

Universidad de La Frontera, Chile

Heidi FIGUEROA SARRIERA

Universidad de Puerto Rico

Raúl FUENTES

ITESO, México

Valerio FUENZALIDA

Pontificia Universidad Católica de Chile

Raúl GARCÉS

Universidad de La Habana, Cuba

Juan GARGUREVICH

Pontificia Universidad Católica del Perú

Bruce GIRARD

Comunica.org

Alfonso GUMUCIO

Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia

Antonio HOHLFELDT

PUCRS. Porto Alegre, Brasil

Gabriel KAPLÚN
Universidad de la República, Uruguay

Margarida María KROHLING KUNSCH
USP. Brasil

Margarita LEDO ANDIÓN
USC. España

José Carlos LOZANO RENDÓN
Universidad Internacional de Texas A&M. EE.UU.

Amparo María MARROQUÍN PARDUCCI
Universidad Centroamericana, El Salvador

Jesús MARTÍN-BARBERO
Universidad Nacional de Colombia

Guillermo MASTRINI
Universidad Nacional de Quilmes, Argentina

María Cristina MATA
Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

Armand MATTELART
Université Paris 8, Francia

Toby MILLER
Cardiff University, Reino Unido

Walter NEIRA
Universidad de Lima, Perú

Neyla PARDO
Universidad Nacional de Colombia

Antonio PASQUALI
Universidad Central de Venezuela

Círcula KROHLING PERUZZO
Universidade Metodista de São Paulo, Brasil

María Teresa QUIROZ
Universidad de Lima, Perú

Isabel RAMOS
FLACSO, Ecuador

Rossana REGUILLO
ITESO, Universidad Jesuita de Guadalajara, México

Germán REY
Pontificia Universidad Javeriana, Colombia

Hernán REYES
Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador

Omar RINCÓN
CEPER - Universidad de Los Andes, Colombia

Hilda SALADRIGAS
Universidad de La Habana, Cuba

César Ricardo SIQUEIRA BOLAÑO
Universidade Federal de Sergipe, Brasil

Muniz SODRÉ
Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Guillermo SUNKEL

CEPAL-Naciones Unidas, Chile

Erick TORRICO

Universidad Andina Simón Bolívar, Bolivia

Gaëtan TREMBLAY

Université du Québec, Canadá

CHASQUI, Revista Latinoamericana de Comunicación es una publicación académica pionera en el escenario de debate del campo comunicológico latinoamericano. Ha sido creada en el año 1972 y, desde entonces, es editada por CIESPAL, con sede en Quito, Ecuador.

Se publica de forma cuatrimestral, tanto en formato impreso como digital. Su modalidad expositiva es el artículo o ensayo científico. Los textos se inscriben en una perspectiva de investigación y están elaborados en base a una rigurosidad académica, crítica y de propuesta teórica sólida.

Para la selección de sus artículos Chasqui realiza un arbitraje por medio de pares académicos bajo el sistema doble ciego, por el que se garantiza el anonimato de autores y evaluadores. Para llevar adelante el proceso contamos con una extensa nómina de especialistas en diversas áreas de la comunicación y las ciencias sociales.

Chasqui se encuentra indexada en las siguientes bases de datos y catálogos:



CIESPAL

Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina

Av. Diego de Almagro N32-133 y Andrade Marín • Quito, Ecuador

Teléfonos: (593 2) 254 8011/ Ext. 231

www.ciespal.org

www.revistachasqui.org

chasqui@ciespal.org

ISSN: 1390-1079

e-ISSN: 1390-924X

Coordinadores Monográfico Chasqui 137

Andrea Velásquez, Claudia Rodríguez y Abel Suing

Suscripciones: isanchez@ciespal.org

Corrección de textos

Noemí Mitter, Rosimeire Barboza Da Silva

Maquetación

Arturo Castañeda Vera

Las ilustraciones utilizadas en este número se basan en escenas de la vida del Pueblo Mapuche.

Los textos publicados son de exclusiva responsabilidad de sus autores.



Reconocimiento-SinObraDerivada

CC BY-ND

Esta licencia permite la redistribución, comercial y no comercial, siempre y cuando la obra no se modifique y se transmita en su totalidad, reconociendo su autoría.

9 EDITORIAL

9 Presentación. Pensar y conocer en movimiento
Gabriel GIANNONE

11 Editorial
Gabriel GIANNONE

13 TRIBUNA

15 Jóvenes y cultura digital: abordajes críticos desde América Latina
Paola RICAURTE QUIJANO

31 MONOGRÁFICO. Jóvenes y Cultura Digital

**33 Introducción: Jóvenes y cultura digital
¡Siguen los cambios y sin miedos!**
Andrea VELÁSQUEZ, Claudia RODRÍGUEZ y Abel SUING

**39 Nomadización, ciudadanía digital y autonomía.
Tendencias juveniles a principios del siglo XXI**
Joaquín Walter LINNE

55 La virtualización de las comunicaciones interpersonales
Olivia VELARDE HERMIDA & Belén CASAS-MAS

**73 Juventude e Consumo Midiático em tempos de convergência:
algumas observações**
Jane Aparecida MARQUES, Mariângela MACHADO TOALDO &
Nilda Aparecida JACKS

**93 La evaluación de la competencia digital de los estudiantes:
una revisión al caso latinoamericano**
Patricia HENRIQUEZ-CORONEL, Mercé GISBERT CERVERA &
Ileana FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ

**113 Miatização pelos jovens na expansão narrativa do Universo
Cinematográfico Marvel**
Vicente GOSCIOLA & Matheus TAGÉ VERISSIMO RIBEIRO

**131 Tecnologías digitales e imagen corporal en jóvenes chilenos
de segmentos medios: un estudio de caso mediante ciberetnografía**
Rodrigo GANTER SOLÍS, Oscar BASULTO GALLEGOS &
Catalina MENDOZA RIQUELME

**155 Conhecer as extensões da esfera dos média: Testando
conhecimentos a partir de um quiz**
Fábio RIBEIRO, Pedro MOURA & Luís António SANTOS

**171 Alfabetismos Transmedia en Colombia: estrategias de aprendizaje
informal en jóvenes gamers en contextos de precariedad**
Carlos BARRENECHE, Nestor David POLO ROJAS &
Alfredo Luis MENÉNDEZ-ECHAVARRÍA

191 Redes, comunidades e cultura digital: a inovação pela desconexão

Denis PORTO RENÓ, Oksana TYMOSHCHUK & Paula Alexandra SILVA

209 Turista 2.0, comportamiento y uso de los medios sociales

Verónica ALTAMIRANO BENÍTEZ, Miguel TÚÑEZ LÓPEZ & Isidro MARÍN GUTIÉRREZ

227 ENSAYO

229 *Barbarossa- Bar(bar)ossa- Barbossa*: La permanencia de la Leyenda Negra como discurso de otredad

Salvador LEETOY & Miguel VÁZQUEZ LIÑÁN

247 Memorias del desplazamiento en el documental brasileño: testimonio y paisaje en *Aboio*, de Marília Rocha

Gustavo SOUZA SILVA

263 La problemática estético-política en la revista *Las Naves*, manifiestos cinematográficos contemporáneos

Maia VARGAS

277 Os desafios de dizer: aproximações ao testemunho midiático a partir de notícias sobre violência contra a mulher no Brasil

Bruno SOUZA LEAL & Elton ANTUNES

297 Cirugía estética y prensa gráfica femenina. La formación pedagógica de la paciente competente

Marcelo CÓRDOBA

315 INFORME

317 El cuerpo de la mujer en la publicidad de las revistas femeninas de alta gama

Ruth GÓMEZ DE TRAVESEDO-ROJAS & Ana ALMANSA-MARTÍNEZ

335 Periodismo en Snapchat: un análisis de las historias publicadas por UOL y NYT

Juliana COLUSSI

351 Claves para publicar en revistas educativas JCR en alemán, inglés y español

Vicente LLORENT-BEDMAR & Alicia SIANES-BAUTISTA

369 El tema del trabajo del periodista en Chasqui: investigación bibliométrica para identificar autores y conceptos

Roseli FIGARO

393 Crisis del Estado del bienestar: estrategias de hegemonía desde el discurso mediático

María Concepción MATEOS MARTÍN & Cármen GAONA PISONERO

415 RESEÑAS

Nomadización, ciudadanía digital y autonomía. Tendencias juveniles a principios del siglo XXI

Nomadization, digital citizenship and autonomy. Youth trends at the beginning of the 21st century

Nomadização, cidadania digital e autonomia. Tendências da juventude no início do século XXI

Joaquín Walter LINNE

CONICET / Universidad de Buenos Aires, Argentina /
joaquinlinneq@gmail.com

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 137, abril-julio 2018 (Sección Monográfico, pp. 37-52)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 19-10-2017 / Aprobado: 13-06-2018

Resumen

Este artículo indaga en algunas tendencias juveniles observadas entre la generación de jóvenes contemporáneos. El objetivo es aportar categorías y reflexiones útiles para continuar indagando en problemáticas asociadas a las generaciones jóvenes y las TIC. Entre los resultados se destacan tres tendencias. En primer lugar, la nomadización de los consumos audiovisuales y lúdicos, en relación con la creciente práctica juvenil de consumir de modo ubicuo y, en menor medida, producir contenidos audiovisuales. En segundo lugar, la ciudadanía digital, que alude a la centralidad que tienen estas tecnologías en la identidad juvenil. Por último, la autonomía e independencia para entretenerse, informarse y relacionarse de las generaciones jóvenes respecto a las instituciones tradicionalmente gestionadas por adultos, y los conflictos y posibilidades que esto suscita.

Palabras clave: jóvenes; tecnologías; tendencias; cultura digital

Abstract

This article explores some of the juvenile tendencies observed among the generation of young contemporaries. The objective is to provide useful categories and reflections to continue investigating problems associated with young generations and ICT. Among the results, three trends stand out. In the first place, the nomadization of audiovisual and ludic consumption, in relation to the growing youthful practice of consuming ubiquitously and, to a lesser extent, producing audiovisual content. Second, digital citizenship, which refers to the centrality of these technologies in youth identity. Finally, the autonomy and independence to entertain, inform and relate of the young generations with respect to institutions traditionally managed by adults, and the conflicts and possibilities that this arouses.

Keywords: youth; technologie; trends; digital culture

Resumo

Este artigo explora algumas das tendências juvenis observadas entre a geração de jovens contemporâneos. O objetivo é fornecer categorias úteis e reflexões para continuar investigando os problemas associados às gerações jovens e às TIC. Entre os resultados, destacam-se três tendências. Em primeiro lugar, a nomadização do consumo audiovisual e lúdico, em relação à crescente prática juvenil de consumo onipresente e, em menor medida, de produção de conteúdo audiovisual. Em segundo lugar, a cidadania digital, que se refere à centralidade dessas tecnologias na identidade da juventude. Finalmente, a autonomia e a independência para entreter, informar e relacionar as jovens gerações com respeito a instituições tradicionalmente gerenciadas por adultos, e os conflitos e possibilidades que isso desperta.

Palavras-chave: juventude; tecnologias; tendências; cultura digital

1. Introducción

En las últimas décadas comenzó una etapa de profundos cambios sociales que Castells (2009) denomina “capitalismo informacional”, Beck y Beck-Gernsheim (2003) “individualismo institucionalizado” y Bauman (2013) “modernidad líquida”. Con estos términos refieren, por un lado, a la puesta en crisis de las instituciones de la modernidad, al menos en sus sentidos tradicionales, como el trabajo, las relaciones sexoafectivas y la educación formal. Por otro, a la pérdida de certezas y a las preponderantes incertidumbres ontológicas propias de esta época que experimentan una significativa parte de las personas.

En el plano tecnocomunicacional, estos cambios refieren a la convivencia del modelo *broadcasting* con el *peer-to-peer* y al mayor peso de la información, la comunicación y al área de servicios en el capitalismo global, lo que Mattelart (1998) nombra como “mundialización de la comunicación” y Castells (2009) “sociedad red”. Desde principios del siglo XXI, es creciente el número de personas que le otorgan cada vez mayor importancia a las tecnologías de información y comunicación (TIC). En particular en los últimos años, las redes comunicativas digitales se han vuelto centrales en los modos de organización, las identidades y los estilos de vida que adoptan un significativo número de personas (Pedrozo, 2013). En especial entre las generaciones jóvenes, el uso intensivo de estas tecnologías ha modificado sus maneras de expresarse, comunicarse e informarse (Baym, 2010). La importancia de las plataformas de redes sociales, juegos y *streaming* radica en que se han convertido en contextos socioculturales centrales para la comunicación y amistad, así como para el acceso a información y distintos tipos de experimentación (Livingstone, 2008; Ito et al., 2009).

En este contexto, si las personas nacidas en la década de 1970 eran denominadas “generación X” (Stein, 2013), las nacidas aproximadamente entre 1980 y 2000 suelen ser definidas como “nativos digitales” (Prensky, 2001), “generación Y” (Bennahum, 1999; Atal, 2007), “generación del milenio” o “*millennials*” (Howe & Strauss, 2000; Stein, 2013). El argumento principal de Prensky (2001), el más citado y seguido de esta línea, es que la generación nacida en las últimas dos décadas del siglo XX, por haber sido criada y socializada en similares entornos tecnológicos, posee un alto grado de curiosidad y aprovechamiento de las TIC. En efecto, al menos una gran parte de esta generación tiende a desplegar una exploración y un manejo, por momentos, “intuitivo” de estas tecnologías que les permiten aprovecharlas con más facilidad que las generaciones anteriores. Prensky señala que los adultos –“inmigrantes digitales”– utilizan las TIC de manera más acotada y “conservadora”, aunque también se interesen por este conjunto de tecnologías y las incorporen progresivamente a sus vidas cotidianas. En consecuencia, es frecuente que sean jóvenes (“nativos digitales”) quienes asesoran y alfabetizan tecnológicamente a sus padres, abuelos, jefes y docentes mayores (“inmigrantes digitales”), lo que suele generar ciertas tensiones intergeneracionales (Urresti, 2015).

Aunque distintas investigaciones proponen abandonar estas categorías por no ser universalizables a todos los jóvenes, su poder explicativo y sintético resulta productivo para avanzar en la descripción de algunas tendencias, compartidos por una significativa parte de la juventud contemporánea. En línea con Quevedo (2015), con tendencias se refiere no a modas momentáneas, sino a prácticas emergentes y estables dentro del conjunto significativo de una población. Estas tendencias suele ser transversales a distintos imaginarios en circulación y, a su vez, funcionan en cierto modo como “imperativos sociales”: por ejemplo, “hay que estar conectado para ser parte/ pertenecer/ estar al tanto”. Con imaginarios sociales referimos, en línea con Cabrera (2006), a conjuntos de representaciones e ideas comunes a importantes segmentos poblacionales. En el caso de las generaciones jóvenes, se alude en particular a una imaginación común, una “estructura de sentimiento” (Williams, 2010) que asocia las TIC a “facilidad de uso”, “integración”, “contemporaneidad”, “futuro”, “comodidad”, “ahorro”, “intensidad”, “distinción”, “velocidad” y “entretenimiento” (Castells, 2009; Urresti, 2015). En línea con Remondino (2012) y Papalini (2006), denominamos “imperativos” (asociados a las TIC) a las prácticas que, en un sentido durkheimiano, operan como “hechos sociales” que se imponen a los individuos a través de la múltiple presión de los grupos de pares, la familia, los medios de comunicación y el resto de las instituciones.

Las personas nacidas en la década de 1980 pueden denominarse nativos digitales 1.0 y las nacidas después de 1990 “nativos digitales 2.0” (Linne, 2016). Estos últimos son quienes exhiben una mayor plasticidad para incorporar sin vacilaciones las distintas funcionalidades de los ecosistemas digitales de la red de redes (Urresti, 2015): plataformas como Facebook, Twitter e Instagram, aplicaciones de mensajería instantánea como Whatsapp¹ y sitios de *streaming* (reproducción de contenidos audiovisuales *online*) como Youtube, Spotify y Netflix.

El criterio metodológico para la inclusión de artículos en el estado de la cuestión fue que se encuentren indizados en al menos dos bases de datos internacionales (Scopus, Scielo, Redalyc, Latindex, entre otros). En el caso de libros o capítulos, el criterio para su inclusión fue que se encuentren citados por *journals* que cumplan el mencionado requisito de indización. Con estos criterios, se seleccionaron las cincuenta referencias bibliográficas que constituyen el estado del arte.

En este trabajo se indaga sobre las tendencias juveniles en grandes centros urbanos centradas en la dimensión tecnológica. Si bien se mencionan aspectos

1 Se define aquí a Whatsapp, en primer lugar, como la aplicación de mensajería instantánea más difundida a nivel global. En segundo lugar, como plataforma de redes sociales, dado la meteórica expansión que tuvo en los últimos años la función de creación de grupos, que de algún modo llevó a la práctica el relativamente fallido proyecto Google+, que propone diferenciar grupos de contactos, segmentando los contenidos que se comparten y difunden entre distintos grupos de conocidos. El crecimiento exponencial de Whatsapp puede explicarse en parte por esta tendencia: la instantaneidad, ubicuidad y nomadización de la comunicación e información, así como una marcada separación en el intercambio de contenidos según grupos de contactos.

vinculados al género, los consumos culturales, el sistema educativo y la familia, el eje se encuentra en las prácticas convergentes que los jóvenes despliegan con las TIC. No obstante, se aclara que las tendencias no se presentan del mismo modo, ni con el mismo grado de generalidad e intensidad en todo sector social: quienes cuentan con mayor capital económico, cultural y social suelen adoptar en mayor medida las nuevas tendencias y por eso configuran el perfil “ideal” del *early adopter*. Se denomina *early adopter* a grupos que suelen portar un aura de juvenibilidad, una “moratoria social extendida” (Margulis, 2008; Urresti, 2015) y disponer de un extendido tiempo de ocio, lo que les facilita apropiarse con mayor rapidez de tendencias emergentes. ¿Cuáles son los efectos y las “mutaciones sociales” que produce en las generaciones jóvenes el uso intensivo de las TIC? A partir de la revisión del estado del arte, desarrollamos tres tendencias iniciadas por los *early adopters* pero que se observan de modo transversal entre jóvenes de numerosos centros urbanos, en especial de Argentina, que es donde realizamos distintas investigaciones sobre estos fenómenos durante los últimos años (Linne, 2016; Urresti, Linne & Basile, 2015, entre otros).

2. Nomadización de los consumos audiovisuales y lúdicos

El uso omnipresente de las TIC, en especial de los teléfonos, se traslada a todas las esferas vitales: desde el estudio y la escuela, el terciario o la universidad, al trabajo, el club, el gimnasio, los medios de transporte públicos, la sala de espera, el bar, la biblioteca y distintos espacios del hogar (Castells, 2009; Morduchowicz, 2012; Van Dijck, 2016). Esta primera tendencia se articula en torno a una serie de características propias de los “nativos digitales”. En primer lugar, el *multi-tasking*, que refiere a las actividades en simultáneo que desarrollan con más intensidad, velocidad y facilidad las generaciones jóvenes: sean varias tareas digitales o alguna analógica con una digital, siempre se encuentran pendientes de las actualizaciones en redes sociales, en sus mensajes de chat o en algún otro dispositivo digital. Esto se evidencia en la investigación de Fonseca (2015) sobre usos de Facebook en jóvenes de México, Argentina y Colombia: la mayoría de los usuarios realiza cuatro o cinco actividades más mientras utiliza Facebook.

En segundo lugar, otra característica central es la *ubicuidad*. Si el consumo de contenidos se realiza en cualquier lugar, los formatos deben ser breves pero continuos, y los dispositivos lo más portátiles y livianos posibles para trasladar y llevar siempre consigo. Por estas características se imponen el teléfono móvil y las redes sociales que promueven formatos breves, como Whatsapp, Facebook, Instagram, Twitter y Snapchat. La ubicuidad tiene como paradoja la nomadización, lo que también implica que se impacienten ante problemas de conectividad: si no tienen *wifi*, si se quedan sin datos móviles, o si un dispositivo se descompone, bloquea o no funciona en las condiciones a las que están acostumbrados y creen acorde. En gran parte por estas características son definidos

como “generación multimedia”, “generación @” (Morduchowicz, 2012), “generación net” (Tapscott, 2009), “generación *hashtag*” o “generación chat” (Feixa, 2014):.

Los nacidos entre 1980 y 2000, también llamados Generación Y (...) son los llamados nativos digitales, los que firmarán la muerte de la televisión lineal y tradicional. Ellos, dicen algunos artículos tanto periodísticos como académicos, ya no miran televisión, ya no leen papel, ya no respetan la linealidad de los sucesos. Saltan de contenido en contenido sin respetar temporalidades, sin aceptar publicidades y con ninguna tolerancia al aburrimiento. (Mallimaci, 2017)

Distintas investigaciones (Sánchez Navarro & Aranda, 2012; Pini et al., 2016; Boczkowski & Mitchelstein, 2017, entre otros) advierten que el principal uso de las TIC, más allá de cualquier género y sector social, se vincula a la comunicación y el entretenimiento, lo que da cuenta de la transversalidad social que tienen los usos lúdico-comunicativos. Para atravesar momentos “lentos”, “vacíos” o intersticiales, se busca estar siempre entretenido, “informado” o “info-comunicado”, más allá del lugar en el que se esté. Esta cultura multifocal y audiovisual propia de los medios digitales no sólo predomina en segmentos juveniles.

Como señalan Boczkowski y Mitchelstein (2017), la lectura frecuente de libros y medios gráficos no llega al 10% en habitantes de Buenos Aires. Si bien no existen estudios sobre consumos culturales actualizados a nivel global, publicaciones en distintos lugares del mundo exhiben tendencias similares. En Estados Unidos, la mitad de la población accede a noticias a través Facebook. Esta tendencia se intensifica en los grandes centros urbanos y entre quienes poseen entre 18 y 29 años. El 85% de los adolescentes utiliza Youtube, 2 de cada 3 utilizan Instagram y Snapchat y la mitad frecuenta Facebook. En el caso de los adolescentes de sectores populares, aún predomina Facebook, dado que 7 de cada 10 lo elige como principal red social (Pew Research Center, 2018).

Más allá de que la televisión “no ha muerto”, sí se encuentra ante el desafío de modificarse para seguir manteniendo su liderazgo mediático. En este sentido, numerosos jóvenes prefieren el teléfono a la TV, dado que valoran la personalización de contenidos que les permiten las TIC (Baricco, 2008; Feixa, 2014; Urresti, 2015). Las generaciones jóvenes tienden a ser una generación post-televisión, dado que ésta es progresivamente reemplazada por las distintas opciones que ofrecen las aplicaciones digitales. No obstante, la TV aún acompaña el estudio, el trabajo o las reuniones familiares o entre pares.

La televisión tal y como la conocemos probablemente muera, pero ciertas transmisiones en vivo van a sobrevivir por siempre. Una final de un mundial, una entrega de premios, el casamiento de una reina, etc. Estos eventos nos reunirán frente al dispositivo para comulgar la experiencia conjunta de lo que alguna vez se llamó “ver televisión”. (Mallimaci, 2017)

Con la computadora y, en especial, el teléfono móvil como centro de operaciones, a veces utilizan la TV como “ruido de fondo” o acompañamiento funcional, tal como las generaciones anteriores utilizaban la radio o el reproductor

musical. La TV funciona principalmente como equipo reproductor y amplificador de contenidos audiovisuales y de juegos. Asimismo, aún opera como espacio de reunión familiar, de socialización entre pares (copresencial o virtualmente, como tema común de conversación), o como opción para ver eventos deportivos, musicales o *shows* en vivo.

Este uso constante de los dispositivos móviles mientras se varían los espacios sociales es lo que denominamos nomadización de los consumos culturales, dado que sus hábitos de consumo son más nómades que los de las generaciones anteriores: prefieren el *streaming* (visualización en línea) al *download* (descarga de contenidos). El *download*, más propio de la primera generación de nativos digitales, les resulta “pesado” y “burocrático”. En consecuencia, eligen reproducir contenidos en *streaming* sin descargarlos, o guardarlos en “la nube” para acceder a ellos desde cualquier dispositivo.

3. Ciudadanía digital: la conectividad como “derecho humano”

Los adultos, socializados en paradigmas tecnológicos devenidos antiguos, encuentran dificultades para ejercer lo que se denomina “ciudadanía digital” (Buckingham, 2013). En cambio, las generaciones jóvenes, criadas en ecosistemas digitales crecientemente ubicuos y post-PC (Márquez, 2017), se consideran ciudadanos digitales por *default*. En línea con Robles (2011), con “ciudadanía digital” referimos al ejercicio individual de derechos sociales como poder expresarse, ser reconocido, comunicarse, acceder a consumos, informarse y entretenerse a través de Internet.

Esta tendencia de “ser digitales” y “estar siempre actualizados y disponibles” se traduce en que para las generaciones juveniles tener Internet les resulta un servicio básico tan necesario como gran parte del resto de los consumos considerados históricamente “básicos”. De hecho, consideran un “derecho humano” tener una accesibilidad a Internet constante y de calidad. Se muestran exigentes ante el costo-beneficio de sus dispositivos digitales y conexiones a Internet. No sólo exigen buena calidad de servicios, sino también gratuidad de todo lo que proviene de la red de redes, o al menos que sean costos fijos y accesibles.

Ante tantas opciones digitales, lo que más valoran es la simplicidad, operatividad, ubicuidad y velocidad que les proveen estas tecnologías. Dada la centralidad que le otorgan a las TIC, es frecuente que los padres les impongan límites y hasta “castigos” en torno al uso de sus dispositivos. En tiempos de estudio, por ejemplo, numerosos padres limitan el uso del teléfono y la consola de videojuegos. Si esto no funciona, algunos optan por desconectar de modo temporario el *wifi*.

Las generaciones jóvenes tratan de hacer converger sus diversos recursos y consumos tecnológicos con el fin de aprovechar al máximo sus potencialidades. Para esto, por ejemplo, utilizan la función de *bluetooth* para convertir al teléfono inteligente (*smartphone*) en control remoto y reproducir contenidos musicales

de la nube en sus parlantes o auriculares. A través de tecnologías como el *blue-tooth* o el *Chrome Cast*, unen monitores y parlantes para potenciar su uso, centralizan y conectan sus cuentas.

El teléfono funciona como centro de operaciones para gestionar sus diversas actividades en una cinta de *moebius* o circularidad *offline-online* (Morduchowicz, 2012). Con él también organizan su agenda de actividades y contactos. También utilizan sus teléfonos para jugar, ver contenidos audiovisuales y retransmitirlos en su TV. Este dispositivo que llevan a todos lados opera como una extensión o prótesis de su corporalidad y subjetividad; los define, les brinda seguridad ontológica, disminuye su incertidumbre y les produce cierta dependencia, lo que torna difícil que puedan estar un tiempo prolongado sin él (Urresti, 2015). Relevamientos en Estados Unidos (*Pew Research Center*, 2018) como en Argentina (INDEC, 2017; Urresti, Linne & Basile, 2015), indican que más del 95% de jóvenes utiliza de modo intensivo un *smartphone*. Esta tendencia cercana a la universalización coincide con lo que señala la mayoría del estado del arte: el uso del teléfono móvil tiende a ser casi constante, o al menos diario, entre la mayoría de adolescentes.

Respecto a las instituciones tradicionales, suelen poseer un espíritu crítico: desde la política y la familia hasta el mundo del trabajo y el estudio (escuela o universidad). Suelen cuestionar si quieren formar una familia, tener pareja estable, estudiar una carrera de larga duración o trabajar con horarios diarios de oficina a la manera tradicional. Eso explica, en parte, el crecimiento exponencial del trabajo *freelance* y de las aplicaciones para búsquedas sexoafectivas.

La mayoría cree que las instituciones clásicas precisan un *update*. Respecto a la educación, se torna evidente que tanto directivos como docentes y estudiantes enfrentan múltiples tensiones y desafíos. En particular, en torno a su funcionamiento y utilidad ante cierta ambivalencia para incorporar las TIC a sus aulas y currículas, así como para actualizar prácticas ante las nuevas demandas sociales. En efecto, una de las principales tensiones en el ámbito educativo es la proliferación del teléfono móvil en las aulas: estos dispositivos se han convertido en una fuente de conflictos aúlicos, sea por intercambiar mensajes con pares, navegar por internet, jugar o escuchar música con o sin auriculares.

Una de sus mayores demandas es que la escuela debería enseñarles a buscar y analizar información a través de las TIC. Esta mayor exigencia para con las instituciones educativas se despliega en sintonía con una profundización de la brecha entre los contenidos que consumen y asumen como propios –cuando están solos o entre pares– y los impartidos por las escuelas y universidades, que tienden a reproducir y celebrar el modelo enciclopédico, las fotocopias en papel, la memorización de datos y la lectura de textos clásicos (Baricco, 2008; Urresti, Linne & Basile, 2015).

La mayoría de jóvenes asocia las TIC a la condensación del clima de época tecno-científico, en el cual el aspiracional se despliega alrededor de la figura del “hiperalfabetizado”, aquel experto informático-tecnológico que resulta, en tanto

hacker o programador, una especie de nueva versión erudita de un macro-lector. En este sentido, las generaciones jóvenes comparten la creencia de que sin una conexión cotidiana a Internet se está aislado, y que saber utilizar las TIC resulta cada vez más fundamental para conseguir un buen trabajo, encontrar pareja e integrarse a la sociedad. En suma, ser ciudadano del mundo es ser ciudadano digital.

No obstante, distintos estudios advierten que las TIC habilitan una ciudadanía digital que no se despliega de modo homogéneo ni sin tensiones. Esta nueva ciudadanía posee distintas modulaciones según sea el sector social de pertenencia, la edad, el lugar de residencia y el género de las poblaciones juveniles (Benítez Larghi, 2013; Urresti, Linne & Basile, 2015). Por ejemplo, mientras la extensa mayoría de jóvenes pueden ser definidos como una generación post-mail, dado que no utilizan esta herramienta, en sectores socioeconómicos altos y medios suelen preferir Instagram y Twitter, mientras que en sectores populares Facebook es la red más utilizada, en numerosas ocasiones de manera exclusiva. Ante el menor uso de Facebook en sectores acomodados como estrategia de distinción social (y de “huida” frente a sus padres y familiares), la única “red social” transversal es Whatsapp, mientras que las plataformas de *streaming* transversales son Youtube y, en menor medida, Netflix (Pew Research Center, 2018; INDEC, 2017, entre otros).

Si bien existen otros consumos transversales (videojuegos, canales deportivos, películas y series), la elección de determinados productos culturales también forma parte de distintas experiencias de ciudadanía digital. En sectores populares, predomina el imaginario de inclusión a una ciudadanía digital relativamente universal de la que, en ocasiones, temen quedar excluidos. En cambio, en sectores medios y altos este imaginario de la inclusión digital a una generación se combina con un imaginario de la distinción, aplicado al uso de plataformas y herramientas digitales que aún no se han masificado transversalmente. Ambos imaginarios generan pertenencia identitaria. Más allá de la red elegida, el imaginario de popularidad que promueven las redes es compartido por un significativo número de adolescentes (Boyd, 2014; Van Dijck, 2016).

Por otra parte, el *prosumo*, en tanto esta generación produce y consume contenidos de manera relativamente equivalente, es una de sus características más polémicas. Si bien pueden definirse como prosumidores, esta tendencia es relativa, dado que lo que predomina son consumidores que “personalizan” sus consumos dadas las posibilidades tecnológicas de la época. De este modo, filtran periódicamente sus contenidos, editan fotos personales, textos, perfiles y *playlists*, además de decidir qué publicaciones son visibles para qué grupos de contactos en cada red social. La producción de contenidos suele quedar reducida a su presentación en cada plataforma digital, trabajos académicos o laborales, *hobbies* musicales o fotográficos, escritos personales, literarios o periodísticos. En la amplia mayoría de los casos, la información general a la que acceden suele ser personalizada y “filtrada” a través de sus contactos más activos de cada

red social. Los más prosumidores y que proyectan una mayor influencia sobre sus comunidades de pares son una minoría activa que mantiene con regularidad la creación y difusión de contenidos audiovisuales (Urresti, 2015). Cuando los contenidos de estos usuarios se viralizan y alcanzan cientos de miles de seguidores, suelen ser definidos como *influencers*².

Respecto a las identidades sexo-genéricas, se observan distintas tensiones entre imaginarios tradicionales y emergentes (Urresti, Linne y Basile, 2015). La transversalidad tecnológica también es un canal para indagar la creciente transversalidad de género. En este sentido, una significativa parte de jóvenes en los grandes centros urbanos, en mayor medida mujeres, realizan algún tipo de militancia, sea a través de grupos de pares de género que se autoconvocan (Elizalde, 2015) o secretarías de género en centros de estudiantes de escuelas y universidades (en los últimos años estas secretarías han aumentado de modo exponencial); concurren a marchas, conversan sobre estos temas con familiares, amistades y compañeros/as de estudio o trabajo, y en particular ejercen lo que se denomina “militancia virtual”, al apoyar activamente estas causas a través de redes sociales.

Ahora bien, en numerosos casos estas “nuevas militancias” consisten en dar *likes*, compartir contenidos afines, gestionar perfiles múltiples y dejar comentarios en noticias o publicaciones en redes sociales que aborden de algún modo estas temáticas. Tales formas contemporáneas de participación también pueden ser denominadas “militancias líquidas”, en el sentido de que se encuentran menos atadas a identidades fijas y se relacionan de modo intermitente con las estructuras partidarias tradicionales. La mayoría de estas actividades de ciudadanía, cuidado de sí y militancia se difunden, consultan y promocionan a través de plataformas de redes sociales y aplicaciones de mensajería instantánea. Al mismo tiempo, estos relatos invaden las TIC como imperativo social del que es preciso ocuparse si se quiere ser ciudadanos del mundo contemporáneo.

4. Autonomía: paradojas de la conectividad

El “centramiento del yo” (Giddens, 1995), propio de la modernidad tardía, compartido y socializado a través de redes sociales, es retroalimentado por el círculo de relaciones amistosas y sexoafectivas, así como por los consumos culturales que ocupan su atención (Stein, 2013). Este fenómeno, también denominado “yo en red” y “narcisismo colectivo” (Mendelson y Papacharissi, 2010) es funcional con los dispositivos digitales y se conecta con el “individualismo” promovido por distintas organizaciones que apoyan la desregulación de instituciones tra-

2 Desde los medios masivos de comunicación se define a los *influencers* como aquellos usuarios con cientos de miles o millones de seguidores en redes sociales. A través de sus publicaciones, exhiben sus prácticas, creencias, consumos y producciones, lo que se entiende que colabora en consolidar tendencias emergentes.

dicionales de la modernidad (Beck & Beck-Gernsheim, 2003). Asimismo, las instituciones de gestión suelen promocionar el individualismo como forma de responsabilizar a los ciudadanos de sus propias condiciones laborales, recreativas y de salud. Una de las expresiones de este individualismo institucionalizado es la marcada tendencia al trabajo autónomo y *freelancer*, así como el “empreendedorismo” y el crecimiento de los servicios privados.

En cuanto al despliegue de aspectos íntimos entre sus redes de contactos, disfrutan de espectacularizar aspectos de su cotidianidad (Sibilia, 2008; Castañeda y Camacho, 2012), aunque esto no ocurre de manera desenfrenada ni irreflexiva: las “*performances* de intimidad” (Linne, 2016) que publican en plataformas digitales (por ejemplo, las recurrentes autofotos o *selfies*) suelen implicar, en mayor o menor medida, instancias de reflexión individual y grupal. Con el círculo íntimo de pares, suelen gestionar y supervisar sus propias *performances* estratégicas, con el fin de construir y exponer en red la mejor versión posible de sí mismos. De tal modo, las publicaciones personales que efectúan no suelen implicar la exhibición sentimental total ni romper la *netiquette* (etiqueta digital) establecida entre plataformas y usuarios. Por ejemplo, no se muestran desnudos. En rigor, construyen una intimidad múltiple entre pares, alejada del mundo de los adultos, que puede denominarse “multimidad” (Linne, 2016).

En efecto, el crecimiento ininterrumpido de Whatsapp indica también este mayor cuidado sobre la intimidad e información personal: permite con facilidad crear círculos separados de contactos entre los que publicar contenidos de manera rápida desde el teléfono. Esta ubicuidad asociada al poder discriminar hacia qué grupos sociales son direccionados los contenidos es una de las razones por las que Whatsapp es la nueva “red social” más transversal. Por ejemplo, al conocerse en redes como Tinder, Hapn o Grindr, si la confianza entre dos jóvenes se incrementa, suelen continuar su chat en Whatsapp.

La sociabilidad colectiva y múltiple que comparten las generaciones jóvenes a través de redes sociales se vincula con una defensa de la “libertad” o autonomía, tanto para organizarse y defender sus derechos humanos y sociales (Shirazi, 2008), como para vivir solos o con pares, buscar sus propias fuentes de información, gestionar sus tiempos de comunicación, manejar sus ritmos, defender sus espacios y su derecho al disfrute. Esta mayor autonomía se evidencia en el crecimiento sostenido en grandes centros urbanos de viviendas unipersonales (Felice, 2017; INDEC, 2017; Rampell, 2010) y del uso de aplicaciones de redes sociales tanto para socializar con amistades como para buscar contactos sexoafectivos (US Census Bureau, 2016).

¿Cómo influyen las TIC en estas crecientes estrategias habitacionales? Asociada a la gentrificación, a la crisis del paradigma de trabajo de dependencia tradicional y al ascenso de los imaginarios que cuestionan el modelo de familia heteronormativa, crece la tendencia a compartir vivienda entre amistades, compañeros de estudios y pares que residen en grandes centros urbanos entre los veinte y cuarenta años de edad. En este sentido, es frecuente que una de las

principales metas y deseos juveniles sea mudarse con amistades (Felice, 2017). Junto a este proyecto, la expresión juvenil de “rancho” o “ranchada”, en referencia al grupo de amistades íntimas, da cuenta de la centralidad que tienen las amistades como “segunda familia”, o resguardo socioafectivo. Esta nueva configuración hogareña se observa en numerosas películas y series que plantean configuraciones juveniles de armado de hogares en torno a amistades íntimas y *roomates*. En las más recientes, también se incorporan las nuevas modulaciones de género.

Como contracara de esta búsqueda de una mayor autonomía, las generaciones jóvenes tienden a frustrarse ante las dificultades para auto-organizarse. Esto se produce en gran parte por la proliferación de estímulos visuales, personales y grupales que demandan una atención múltiple, “dispersa” y flotante por distintas plataformas, aplicaciones y perfiles. Esta “procastinación crónica” afecta la productividad e incrementa la sensación de ansiedad. De este modo, las TIC les presentan una paradoja: por un lado, la tendencia a una mayor autonomía para acceder a flujos de información, entretenimiento y comunicación; por el otro, la tendencia a una mayor ansiedad, “dispersión” y “zapping” ante la proliferación de contenidos, contactos y estímulos.

La autonomía presenta esta doble cara: por un lado, las generaciones jóvenes valoran más su libertad, sus proyectos personales y poder comunicarse desde cualquier lugar a través de sus dispositivos; por otro, también conlleva mayores dificultades asociadas a la consolidación de proyectos laborales, sexo-afectivos y familiares. Ante la proliferación de opciones en las que depositar su atención, tiempo y energía, fijarlas en un solo objeto o tarea suele resultarles inadecuado. Como sugiere Dipaola (2017), mareados por el flujo constante de imágenes de contactos, chats, relatos de autopresentación y corporalidades, suele resultarles problemático centrarse en una sola persona para profundizar su relación.

Tal vez por este motivo comparten fantasías de regulación, de huida y vuelta a vidas cotidianas *offline*, a vivir desconectados como lo hacían generaciones anteriores. Siguen entablando relaciones sexo-afectivas cotidianas y con distintos grados de formalización y exclusividad, aunque éstas les generen ansiedad y tensiones vinculadas al grado de compromiso emocional (Illouz, 2007) y a los tiempos de espera de los mensajes intercambiados (Marentes, Palumbo & Boy, 2016). Como señala Bauman (2013), este fenómeno propio de la posmodernidad del siglo XXI se vincula a la emergencia y difusión creciente de las “relaciones líquidas” por sobre “las relaciones sólidas”, más propias de la modernidad. Aplicaciones como Match.com, Tinder, Grindr y Hapn, que facilitan las búsquedas y encuentros sexoafectivos, así como las redes sociales más populares, que permiten estar siempre conectado con las listas de contactos, proveen cierta ilusión de vivir en constante encuentro con los otros, aunque esto no siempre sea así, como alertan algunos estudios. Este imaginario paradójico, en el que convive una mayor autonomía con una cultura de la conectividad constante, en numerosos casos tiene como consecuencia una mayor dificultad para sostener

compromisos y una extensión de la moratoria social en una era de posadolescencias prolongadas y juvenilizaciones digitales: a diferencia del bar, discoteca o cualquier encuentro copresencial, las plataformas digitales permiten socializar sin dar cuenta de la edad, la pertenencia a una generación, el estado civil y otras marcas identitarias.

Las frecuentes interacciones en plataformas de redes sociales entre amistades y potenciales amantes o parejas suelen reducirse a las superficies de contacto de la identidad digitalmente integrada de cada participante (Van Dijck, 2016). En este sentido, el *multitasking* se vincula con la proliferación de imágenes personales y la aparente recursividad de amistades, interlocutores, consumos culturales y parejas. Esta sobreestimulación digital asociada a la búsqueda de parejas deviene, en numerosas ocasiones, en expectativas y estímulos no correspondidos recíprocamente.

5. Reflexiones finales

A lo largo de este artículo se han descrito tendencias vinculadas a las TIC que son apropiadas con mayor frecuencia por jóvenes. Las tres tendencias, que forman parte de cierta “estructura de sentimientos”, común a la generación juvenil, son las siguientes: nomadización de consumos culturales, ciudadanía digital y autonomía e independencia para entretenerse, informarse y relacionarse con pares.

Si bien estas tendencias emergentes no pueden universalizarse entre la amplia generación de jóvenes con diversos capitales y trayectorias, sí se observan con recurrencia entre *early adopters*. Éstos se ubican en particular entre quienes portan mayores capitales culturales y moratorias sociales, es decir, jóvenes de niveles socioeconómicos acomodados que disponen de más tiempo libre y recursos para experimentar con tendencias provenientes de los grandes centros urbanos más desarrollados sociotecnológicamente.

La primera tendencia, nomadización de los consumos culturales, alude a la particular intensidad con que las generaciones jóvenes consumen (y, en menor medida, producen) contenidos audiovisuales, comunicativos y lúdicos a través de sus dispositivos móviles. Esta nomadización también se observa en la preferencia que despliegan por el *streaming* de la nube en detrimento del más *vintage download*. De este modo, si bien la televisión en numerosos casos sigue acompañando como “ruido de fondo” sus múltiples actividades, el centro de operaciones suele ser el teléfono personal. Este dispositivo les permite entretenerse, informarse y comunicarse en cualquier momento y lugar.

La segunda tendencia descripta, ciudadanía digital, refiere a lo fundamental que se han vuelto esta serie de tecnologías móviles de información y comunicación para la mayoría de jóvenes. Internet y el uso libre de su teléfono representan “derechos humanos básicos”. Su teléfono, alter ego y extensión de su mano,

representa para ellos una posesión de carácter “básica” y “humanitaria”, que les provee cierta seguridad ontológica vinculada a su pertenencia generacional y a sus grupos de pares, quienes suelen estar conectados como ellos una significativa parte del tiempo.

La tercera y última tendencia, autonomía, refiere a la independencia que poseen las nuevas generaciones para entretenerse, informarse y relacionarse. Esta mayor autonomía presenta una contracara: si bien valoran más la libertad y la personalización de sus consumos, también encuentran mayores dificultades para comprometerse en un proyecto laboral o sexo-afectivo de largo plazo. El crecimiento de hogares unipersonales o compartidos entre pares puede leerse como un emergente de los múltiples efectos de este fenómeno.

¿De qué modos la atención multifocal perturba sus relaciones cotidianas? En esta línea, ¿cuál es la relación entre la proliferación de contenidos y el crecimiento de las aplicaciones de búsqueda de contactos sexoafectivos con la disolución de parejas de numerosos años? Como fue desarrollado, el *multitasking* en numerosas ocasiones afecta las relaciones interpersonales, dado el continuo cambio de atención que exige para gestionar al mismo tiempo diferentes pestañas, aplicaciones y conversaciones. Esto produce diversos conflictos, dado que las relaciones significativas (vinculadas a las esferas de la educación, la familia, la amistad y el amor) suelen “competir” por la atención del sujeto con las novedosas pero recursivas propuestas digitales. Queda para futuras investigaciones seguir profundizando en los efectos paradójicos que tiene el uso intensivo de estas tecnologías en las generaciones jóvenes.

Referencias bibliográficas

- Atal, M. (2007, septiembre 24). Coming of Age in Cyberspace. *New York Times*. <https://nyti.ms/2J3ZP1j>.
- Baricco, A. (2008). *Los bárbaros. Ensayo sobre la mutación*. Barcelona: Anagrama.
- Bauman, Z. (2013). *La cultura en el mundo de la modernidad líquida*. Buenos Aires: FCE.
- Baym, N. (2010). *Personal connections in the digital age*. Cambridge: Polity Press.
- Beck, U. & Beck-Gernsheim, E. (2003). *La individualización: el individualismo institucionalizado y sus consecuencias sociales y políticas*. Barcelona: Paidós.
- Benítez Larghi, S. (2013). Lo popular a partir de la apropiación de las TIC. Tensiones entre representaciones hegemónicas y prácticas. *Question*, 38(1).
- Bennahum, D. (1999). *Extra Life: Coming of Age in Cyberspace*. New York: Basic Books.
- Boczkowski, P. & Mitchelstein, E. (2017). Smartphone, el aire que respiramos. *Revista Anfibia*. <https://bit.ly/2hk9M2o>.
- Boyd, D. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. New Haven: Yale University Press.

- Buckingham, D. (2013). *Beyond Technology: Children's Learning in the Age of Digital Culture*. New York: Wiley.
- Cabrera, D. (2006). *Lo tecnológico y lo imaginario: las nuevas tecnologías como creencias y esperanzas colectivas*. Buenos Aires: Biblos.
- Castañeda, L. & Camacho, M. (2012). Desvelando nuestra identidad digital. *El profesional de la información*, 21(4), 354-360. <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2012.jul.04>
- Castells, M. (2009). *Communication Power*. New York: Oxford University Press.
- Dipaola, E. (2017). Lazo social y globalización: las sociedades imaginables y un abordaje metodológico para su estudio. *Athenea Digital*, 17(1), 249-267.
- Elizalde, S. (2015). Nuevas y viejas formas del (des)encuentro amoroso. En Quevedo, L. (comp.), *La cultura argentina hoy. Tendencias* (pp. 375-400). Buenos Aires: Siglo XXI.
- Feixa, C. (2014). *De la generación @ a la #Generación. La juventud en la era digital*. Barcelona: Ned.
- Felice, M. (2017). La "casa de la amistad": modos de construir y significar el hogar propio en jóvenes de la Ciudad de Buenos Aires. *Última Década*, 25, 117-146.
- Fonseca, O. (2015). *Redes sociales y juventud: usos de Facebook por jóvenes de México, Argentina y Colombia*. (Tesis doctoral, Universidad de Málaga, Málaga, España).
- Giddens, A. (1995). *Modernidad e identidad del yo*. Barcelona: Península.
- Howe, N. & Strauss, W. (2000). *Millennials Rising: the Next Great Generation*. New York: Vintage.
- Illouz, E. (2007). *Intimidades congeladas. Las emociones en el capitalismo*. Buenos Aires: Katz.
- INDEC [Instituto Nacional de Estadística y Censo] (2017). *Encuesta permanente de hogares (EPH)*. Buenos Aires: INDEC.
- Ito, M., Baumer, S., Bittanti, M., Boyd, D., Cody, R., Herr-Stephenson, B. et al. (2009). *Hanging Out, Messing Around, and Geeking Out: Kids Living and Learning with New Media*. Cambridge: MIT Press.
- Livingstone, S. (2008). Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *New Media & Society*, 10 (3), 393-411.
- Linne, J. (2016). La multimidad: performances íntimas en Facebook de adolescentes de Buenos Aires. *Estudios sociológicos*, 34(100), 65-84.
- Mallimaci, A. (2017). Susana contra los millennials. *Revista Anfibia*. <https://bit.ly/29BYi3U>.
- Marentes, M.; Palumbo, M. & Boy, M. (2016). "Me clavó el visto": los jóvenes y las esperas en el amor a partir de las nuevas tecnologías. *Astrolabio*, 17, 307-330.
- Margulis, M. (ed.) (2008). *La juventud es más que una palabra. Ensayos sobre cultura y juventud*. Buenos Aires: Biblos.
- Márquez, I. (2017). El *smartphone* como metamedio. *Observatorio (OBS*)*, 11(2), 61-71.

- Mattelart, A. (1998). *La mundialización de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Mendelson, A. & Papacharissi, Z. (2010). Look at us: Collective Narcissism in College Student Facebook Photo Galleries. In Papacharissi, Z. (ed.). *The Networked Self: Identity, Community and Culture on Social Network Sites*. Philadelphia: Routledge.
- Morduchowicz, R. (2012). *Los adolescentes y las redes sociales*. Buenos Aires: Fondo de cultura económica.
- Papalini, V. (2006). *Animé. Mundos tecnológicos, animación japonesa e imaginario social*. Buenos Aires: La Crujía.
- Pedrozo, S. (2013). New Media Use in Brazil: Digital Divide or Digital Inclusion? *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 3(1), 144-163.
- Pew Research Center (2018). Teens, Social Media and Technology. <https://pewrsr.ch/2KQAEe9>.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 1(5), 1-6.
- Quevedo, L. (comp.). *La cultura argentina hoy. Tendencias*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Rampell, C. (2010, marzo 10). Single Parents, Around the World. *The New York Times*. <https://nyti.ms/2KUZAuh>.
- Remondino, G. (2012). Blog y redes sociales: un análisis desde las tecnologías de la gubernamentalidad y el género. *Athenea digital*, 12(3), 51-69.
- Robles, J. (2011). *Ciudadanía digital. Una introducción a un nuevo concepto de ciudadano*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
- Sánchez Navarro, J. & Aranda, D. (2012). Messenger and Social Network Sites as Tools for Sociability, Leisure and Informal Learning for Spanish Young People. *European Journal of Communication*, 28(1), 67-75.
- Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: FCE.
- Shirazi, F. (2008). The Contribution of ICT to Freedom and Democracy: An Empirical Analysis of Archival Data on the Middle East. *EJISDC*, 35(6), 1-24.
- Stein, J. (2013, mayo 20). Millennials: The Me Me Me Generation. Time. <https://ti.me/1izf1yq>.
- Tapscott, D. (2009). *Growing Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World*. New York: McGraw-Hill.
- Urresti, M., Linne, J. & Basile, D. (2015). *Conexión total. Los jóvenes y la experiencia social en la era de la comunicación digital*. Buenos Aires: Grupo Editor Universitario.
- Urresti, M. (2015). Nómades, convergentes, protésicos y obnubilados. Los jóvenes ante la emergencia del campo tecnológico digital. En Quevedo, L. (comp.), *La cultura argentina hoy. Tendencias* (pp. 287-318). Buenos Aires: Siglo XXI.
- US Census Bureau (2016). *Custodial Mothers and Fathers and Their Child Support*. <https://bit.ly/2uoYYd8>.
- Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Williams, R. (2010). *Culture and Materialism: Selected Essays*. London: Verso.