

Representaciones y (algunos) usos de Twitter en los modos de participación online de las juventudes en el conurbano bonaerense

Representations and (some) uses of Twitter from the online modes of participation of the youths in the Buenos Aires city

Rubén Darío Medina

Observatorio de Jóvenes, Comunicación y Medios; Facultad de Periodismo y Comunicación Social; Universidad Nacional de La Plata/ Comisión de Investigaciones Científicas de la Provincia de Buenos Aires (Argentina)
daromedinaazcua@gmail.com

Resumen

En este artículo se abordará analíticamente la relación de las representaciones y los usos de Twitter ligados a los diversos modos de participación juveniles. A partir de la revisión del estado del arte, de la evidencia empírica recogida en 12 entrevistas en profundidad y del análisis de contenido de las cuentas de Twitter de las y los jóvenes implicados en el corpus, se muestra que los discursos juveniles tuvieron múltiples significaciones y sentidos. Con temáticas específicas, fueron construyendo microclimas tuiteros establecidos desde pequeños lugares online

Abstract

This article will discuss analytically the relationship of representations and uses of Twitter linked to the different modes of youth participation. From the review of the state of art, the empirical evidence gathered in 12 in-depth interviews and the content analysis of the Twitter accounts of the young people involved in the corpus, it's shown that the youth discourses have multiple meanings and senses. At specific themes, they built their established rules from small online places appropriate for youth cultures that massify enunciations, interact and participate, either

Rubén Darío Medina

Vol. 1, N.º 53 (enero-marzo 2017)

apropiados por culturas juveniles que masifican enunciaciones, interactúan y participan, ya sea a través de hashtags, retuits, favoritos o tuits propios. A su vez, el retuit es asociado con niveles muy altos de identificación y mucho tiene que ver con lo instantáneo, con esa enunciación que aparece justo cuando están sintiendo lo mismo. Entienden al favorito como un “Me gusta” importado de Facebook y también lo usan a través de un discurso indirecto en el que esta interacción busca relacionarse con sujetos específicos que provienen de diversos sectores –el colegio, el barrio, el boliche– generalmente para construir/reconstruir o fortalecer un vínculo amoroso.

through hashtags, retweets, favorites or own tweets. In turn, retweet is associated with very high levels of identification at this instant, with that statement appears just when they are feeling the same. They understand the favorite as “a like” imported from Facebook and also use it through an indirect speech in which this interaction seeks to relate to specific subjects that come from various sectors - the school, neighborhood, bowling - generally to build / Rebuild or a strengthen loving bond.

Palabras clave: juventud; apropiación; TIC; **Keywords:** youth; appropriation; TIC; Twitter. Twitter.

Artículo recibido: 08/02/2017; **evaluado:** entre 08/02/2017 y 10/03/2017; **aceptado:** 15/03/2017.

Introducción

Diversas investigaciones han abordado, desde varias aristas, la relación entre juventudes y tecnologías (Linne, 2014; Murolo, 2014; Morduchowicz, 2013; Domínguez y López, 2015). Específicamente, cómo las tecnologías de la comunicación son significadas y apropiadas por jóvenes según su sector social, edad, género, horas de uso, experiencia con el medio y localización geográfica, entre otras variables y categorías.

En este contexto, el objetivo principal de nuestra investigación (1) es caracterizar los usos y apropiaciones que hacen de la red social digital online Twitter las y los jóvenes estudiantes de sexto año “B” del Instituto del Prado de la localidad de Longchamps (GBA Sur) y analizar su

actividad en dicho espacio. Asimismo, al indagar en los diversos –y complejos– procesos de uso y apropiación de plataformas digitales por parte de jóvenes escolarizados y escolarizadas, elegimos la red social digital online Twitter por ser, al momento de conformar el corpus, la red predominante entre adolescentes de 13 a 24 años (2).

Además, con una estructura diferente a las redes sociales digitales online conocidas – Facebook e Instagram, principalmente–, el microblogging, a pesar de ser público por defecto hacia cualquier usuario, tenga o no una cuenta de Twitter, fue apropiado por las y los jóvenes con múltiples modos de uso. En este artículo, analizaremos la relación de las representaciones y los usos de Twitter ligados a los diversos modos de participación juveniles de acuerdo a las entrevistas realizadas –incluido el focus group– y apoyándonos en el uso de Twitter expresado a través de la etnografía virtual para visibilizar, ejemplificar o contrastar las postulaciones de las y los jóvenes implicados en el corpus (3).

Twitter, lo teórico y lo metodológico

Twitter es un servicio de microblogging que permite enviar mensajes de texto plano –sin la posibilidad de generar formatos como negritas, cursivas, cambiar el tamaño de letra, etcétera– en un máximo de 140 caracteres, llamados tuits y que se visibilizan en la página principal de cada usuario. En esta investigación, Twitter y las y los jóvenes del sexto año “B” del Instituto del Prado están inmersos en un tejido común producido por sus usos cotidianos. Twitter responde a la evolución de internet, a la denominada web 2.0, que cambió las formas de concebirla y las prácticas que en ella se desarrollan. La web 2.0 se caracteriza por ser un nuevo modo de uso de internet en el que los desarrolladores rediseñaron los sitios web brindándole a los usuarios la posibilidad de generar sus propios productos comunicacionales. Esto facilita el compartir información en sitios de alojamiento de videos o música, en wikis, en blogs o microbloggings, etcétera, lo que transforma los modos en que se accede a los bienes simbólicos y resquebrajan ciertas formas de distribución vigentes hasta el momento (Racioppe, 2012).

Para crear una cuenta de Twitter sólo se necesita disponer de un correo electrónico y crear un nombre de usuario. Con la cuenta creada, Twitter invita a los usuarios a recorrer en 6 pasos sus movimientos. Incita a contarle qué cosas les interesan, a que marquen cuáles son las preferencias seleccionándolas de una lista muy pequeña –cuentas populares, música, fútbol,

medios y periodistas, gobierno y política, entretenimiento, cine, innovación y gastronomía– y luego recomienda seguir a diversos tuiteros y tuiteras.

Lo interesante de esta pequeña introducción al ‘mundo Twitter’, desde nuestra perspectiva, es que todo es contingente, todo puede ser un proceso subjetivo o no, dependiendo de las acciones que cada usuario ejecute en esta red. Siguiendo a Benítez Larghi (2013) y a John Tompson (1998), el proceso de apropiación inicia aquí, en aquellas elecciones que se vuelven significativas de acuerdo a los intereses propios de cada usuario. En este sentido, la idea de Twitter de personalizar las cuentas desde el primer momento contribuye a pensar esta investigación inexorablemente desde la noción de apropiación.

Entender la apropiación de una tecnología de la comunicación, como lo es Twitter, como el conjunto de procesos socioculturales que intervienen en el uso, en la socialización y la significación de las tecnologías en distintos contextos, implica reconocer un capital simbólico – en el sentido de Bourdieu– asociado al mismo. Esto refiere a que los bienes culturales son apropiados en la medida en que resultan ser socialmente significativos para el grupo social en términos de su universo simbólico particular, es decir, de acuerdo a las necesidades subjetivas de ese grupo (Benítez Larghi, 2013).

En el marco de esta investigación, Internet es pensada en tanto tecnología, red, espacio de comunicación y de producción de sentidos. Concebimos a las tecnologías como producciones sociales, como artefactos que surgen de acuerdo a un contexto determinado al que modifican y por el que son modificadas. Son espacios de significación y producción, de lucha por el sentido. En última instancia, Internet no existiría como tal sin sujetos que, constituidos en sociedad, lo utilicen y lo apropien.

Siguiendo a Raymond Williams, toda tecnología es social y las entendemos ligadas a otras relaciones e instituciones sociales. Las comunicaciones son siempre una forma de relación social, y los sistemas de comunicaciones deben considerarse siempre instituciones sociales (Williams, 1992). Las tecnologías son espacios complejos de poder que no están vacíos, más bien, portan significantes legitimados que sólo pueden desnaturalizarse a través del uso particular de cada tecnología. Es decir, la utilización de internet en general o Twitter en particular está cargada de sentidos en los que la experiencia del usuario puede resemantizar esos significados. A su vez, no podemos pensar a las tecnologías y a la sociedad como dos esferas separadas ya que las primeras surgen en un contexto social determinado. Así, retomamos a Martín-Barbero (1987), quien sostiene que “las tecnologías no son meras herramientas transparentes, y no se dejan usar de cualquier modo, son en últimas la

materialización de la racionalidad de una cultura y de un modelo global de organización del poder” (p. 201).

Desde lo metodológico, optamos por utilizar la etnografía virtual (Hine, 2004), una herramienta que permite comprender desde el uso de Internet cómo los sujetos interpretan el mundo que les rodea; un grupo de discusión que se llevó a cabo como una técnica de investigación que va en el sentido de la entrevista grupal ya que pone el acento en la creatividad y generación de nuevas ideas, a partir de un tema que el entrevistador considere acorde; y entrevistas personales semiestructuradas y en profundidad como modo de acceder a los sentidos que elaboran las y los jóvenes sobre las tecnologías de la comunicación –haciendo hincapié en Twitter– y cómo se apropian de ellas.

Sobre las representaciones y algunos usos de Twitter

Entendemos las representaciones como sistemas de significaciones a través de las cuales se le otorga valor al mundo que habitamos y a las prácticas que realizamos. En tanto tales, son cadenas discursivas que ayudan a interpretar, experimentar y dar sentido a hechos y sujetos porque los ordenan y otorgan un código común para nombrarlos. Vale decir que las cosas no significan en sí mismas, sino que nosotros construimos el sentido de ellas por medio de las representaciones. El sentido, de esta manera, no está en el mundo material, sino que es el resultado de las prácticas simbólicas y los procesos de representación. Tenemos la capacidad de comunicarnos porque compartimos ampliamente los mismos mapas conceptuales y le damos sentido al mundo aproximadamente de la misma manera. Por esto solemos decir que “pertenece a la misma cultura”, porque “interpretamos el mundo de modo aproximadamente igual, podemos construir una cultura compartida de sentidos y, por tanto, construir un mundo social que habitamos conjuntamente” (Hall, 2010: 449).

Los retuits

Las y los jóvenes que componen nuestra muestra (4) saben cómo transitar Twitter. En el interjuego, la mayoría responde de manera eficaz a lo que se ha consensuado socialmente sobre cómo movernos en la plataforma del microblogging. Las reglas están al alcance de cualquiera, por ejemplo en el Centro de Ayuda de Twitter, pero emergen desde una postura de

mercado que no logra sujetar el sentido de lo que significa tuitear, interactuar, leer el timeline o *favear* porque no existe un único significante que se ligue a un concepto y porque siempre habrá significaciones que se le escapan a lo hegemónico.

En la muestra presentada, damos cuenta de que el retuit está asociado con niveles muy altos de identificación. Las y los jóvenes sienten que ese discurso que aparece en Twitter los interpela tanto –por estar en ese lugar, por pensar lo mismo o por compartirlo– que lo retuitean. Si bien las formas de nombrar la representación de esta interacción son heterogéneas, el sentido compartido por las y los jóvenes tiene que ver con la identificación, con encontrar algo en ese discurso que lo articula con la otredad.

¿Qué creés que significa un retuit?

Que estás pensando lo mismo en ese momento. También puede ser algo que vos querés decir pero lo dijo otro, entonces también lo ponés. (@Aiillyy)

Significaría un “A mí me pasó”. (@BiaancaMailen)

Cuando me siento identificada con lo que escribe. (@Luji_lpda)

Que compartís eso; que pensás igual; que te gustó; que estás de acuerdo con eso. (@Sof_Marino)

El mismo sentimiento. Que vos te sientas identificado. (@RosalesSoffia)

Así, el retuit expone diversos pensamientos/sentimientos que tiene/siente el usuario sin demasiados matices desde el sentido de los mismos, como creíamos previo a esta investigación. Lo que sí se puede modificar es lo coyuntural –que se retuitee por participar en un sorteo, por informar algún hecho o algo gracioso, por ejemplo–, pero generalmente existirá algún grado de adhesión identitaria a ese discurso, producto de contextos, tramas culturales y vivencias similares.



Imagen 1. Captura del *timeline* de @RosalesSoffia.



Imagen 2. Captura del *timeline* de @Odalys_Peralta.



Imagen 3. Captura del *timeline* de @Luji_Ipda.

A su vez, estos y estas jóvenes retuitean conscientes de la huella que dejan en sus cuentas, haciéndose cargo de que esos retuits aparecen por ellos y ellas, aunque no los hayan escrito. Porque desde una lógica opuesta y más adultocrática, hay usuarios que se despegan de la opinión que puede formar un retuit, sentenciando que sólo sus tuits se pueden considerar como “propios”. Esto tiene que ver con otros sentidos atribuibles a un tuit al momento de retuitear: porque muestra información que el o la usuario consideró interesante o porque elige burlarse de un tuit y retuitearlo desde el sarcasmo. Aunque puede percibirse una interpelación –para que dos identidades (en este caso, usuarios) se articulen deben igualarse en algo, compartirlo– lo que queremos expresar es que el sentido de esos usos no es que estos y estas jóvenes muestran, por el contrario.

[Sobre lo que le sucede con los retuits] *Pero es algo momentáneo, algo que me pasa en este momento. No lo puedo llegar a sentir de acá a cinco horas pero en este momento siento que está bueno. Es más por el estado de ánimo; tal vez algo que siento ahora no perpetúa en el tiempo, de acá a tres meses siento lo mismo pero con menos intensidad. Es el momento. (@purple_stain_)*

Me tengo que sentir muy identificada para poner retuit. Cuando me nombran, ahí sí retuiteo. Si lo que me dicen es interesante, lo retuiteo. (@Maggggggi)

Capaz estoy triste y veo que alguien pone algo parecido y lo retuiteo porque es lo que me está pasando en el momento. (@Marino_Sof)

Asimismo, estos y estas jóvenes resaltan lo momentáneo y cómo Twitter puede articularse a eso que les sucede, que sienten y canalizarlo a través de esta red social. El retuit también tiene que ver con ese discurso que llega a sus ojos en un momento determinado y los y las interpela de modo tal que lo retuitean porque están sintiendo eso mismo en ese preciso instante.



Imagen 4. Captura del *timeline* de @purple_stain_.



Imagen 5. Captura del *timeline* de @Magggggi.

No obstante, al ser consultados sobre qué significa que las y los retuiteen, la mayoría de las y los jóvenes respondieron que sería lo mismo por lo que ellas y ellos lo hacían; en palabras de @leoalvesdebrito, “algo en común tuvimos”. Sólo encontramos otra significación alrededor del retuit como el *compartir*; a diferencia de la identificación, discursivamente hablando, la noción de *compartir* toma distancia de los procesos sociales de las y los usuarios en donde sólo se quiere visibilizar un tuit, pero estas y estos jóvenes no expresaron el sentido del término, como sí lo hicieron –al margen de la propia carga de sentido de las palabras– cuando hablaron de identificación.

¿Cuándo das un retuit?

Cuando siento que lo que hay en ese mensaje es por lo que estoy pasando. Si no me siento reflejada no tengo por qué dar un retuit.

¿Por qué creés que te retuitean?

Lo harían porque comparten también. Yo creo que el retuit es compartir, aunque no sabría cómo explicarte en realidad. (@RosalesSoffia)



Imagen 6. Captura del *timeline* de @RosalesSoffia.

Con respecto a los retuiteados, podemos afirmar que están relacionados con sus universos simbólicos y sus recorridos socio culturales. Pueden ser por temas –las bandas musicales, el rock, las relaciones amorosas–, por páginas o sujetos específicos también reconocidos a nivel offline –amigas, amigos o cantantes. En este sentido, el focus group mostró que mientras @BiaancaMailen decía “*hay cosas que te aparecen, que retuitearon otras personas y las retuiteás*” (5), la mayoría de las y los estudiantes asentían, avalando su voz. Además, manifestaron la incidencia en sus cotidianidades que tienen cuentas como @elcosodelapizza, @charangonena o @horoscoponegro y reconocen la lógica que proponen:

Están esas cuentas que, sin que sea alguien específico, es como que expresa algo más de lo que puedo pensar yo. (@leoalvesdebrito)

Es como no tiene identidad, como que puede decir lo que quiera que no va a pasar nada. Y como no se sabe quién es, juega con eso. (@BiaancaMailen) (6).

De esta forma, vemos cómo el retuit conforma una lógica de uso que es compartida por estas y estos jóvenes por pertenecer a una misma generación, enmarcados en una misma trama cultural y social en la que juntos –no sin diferencias– pudieron encontrarse y reconocerse con códigos similares. Y esto horada esta muestra e incluye a todas y todos las y los usuarios susceptibles de relacionarse con estas y estos 12 estudiantes, sean jóvenes o no.

Los favoritos

En lo que concierne a marcar favoritos, hay tres líneas de uso bastante claras. Por un lado, la mayoría de las y los jóvenes consideran que representan un “visto”, una forma de decirle al

interlocutor que leíste el tuit, sea cual fuere el contexto del mismo. Y que, además, cerraste la conversación. Por otro lado, algunas y algunos lo relacionan a un “Me gusta” típico de Facebook o algo que les gustó. Y finalmente, @luji_lpda, @Little_Ramona18 y @Marino_Sof lo entienden como indirectas: sentido que analizaremos en el próximo apartado.

Para dar cierre a una conversación vendría a ser. Muchos favoritos no marco. Capaz cuando me habla alguien... como un visto sería. (@Aiillyy)

Cuando es algo que siento que la otra persona tiene que saber que la vi, que vi el tuit. (@BiancaMailen)

Cuando quiero que algo se me guarde y volverlo a encontrar. Y también lo uso como visto para mis amigos. Ponele, yo hablo, empezamos a tuitear con Sabri y es una conversación. Cuando veo que ya no da para más y Sabri ya habló, le pongo favorito. Sería como un “visto”. (@purple_stain_)

Cuando capaz estoy interesado en una persona y veo algo que tuiteó para otra persona capaz que le doy favorito también, como para que sepa que también lo vi. (@leoalvesdebrito)



Imagen 7. Captura del *timeline* de @Aiillyy



Imagen 8. Captura de los favoritos de @BiancaMailen.

De esta forma, vemos cómo estas y estos jóvenes construyen sentidos propios, a partir de la apropiación de las tecnologías de la comunicación atravesadas por un determinado momento socio cultural. No existe, a priori, una única forma de utilizar los favoritos desde lo simbólico, pero ellas y ellos han podido significar o por relación a otras tecnologías –el “visto” proviene del servicio de mensajería instantánea WhatsApp, muy utilizado por jóvenes y adultos– o porque de esta forma han configurado una parte del sentido de Twitter en conjunto con los tuiters y tuiteros con los que se relacionan.

El ejemplo que narra *@purple_stain_* sirve para graficar no sólo su uso del favorito sino también el de sus compañeras y compañeros, porque quienes lo consideran y usan así lo hacen desde esa misma lógica. Esa conversación que se da entre tuit y tuit –que también constituyen menciones– es finalizada con un favorito, que a su vez es contingente y relacional, porque podría terminar de muchas otras formas.

Quando considero algo muy especial o que me gusta mucho. (@Odalys_Peralta)

(...) le pongo favorito a lo que me gusta. (@Magggggi)

Quando me parece algo copado, me divierte. Por eso está la diferencia. Yo al retuit lo siento más y al favorito me divierto más. (@RosalesSoffia)



Imagen 9. Captura de los favoritos de @Magggggi.

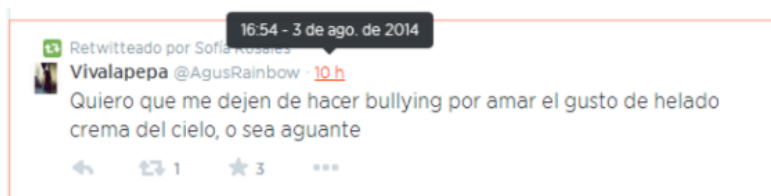


Imagen 10. Captura de los favoritos de @RosalesSoffia.

A su vez, reconocemos al favorito como un “Me gusta” importado de Facebook porque le adjudican significado desde lo conocido, sabiendo que no representan lo mismo pero al ser similares en tanto tecnologías o redes sociales digitales, se articulan.

En lo que respecta a las interfaces, hay diferencias en la experiencia de las y los usuarios. Por ejemplo, en *@Maggggggi*, que al tener un celular con sistema Android y con una pantalla pequeña, suele marcar favoritos por error.

Tengo un celu táctil, pero mi pantallita es chiquitita, entonces es como que todavía no aprendí que tengo que subir y bajar del lado de la fotito porque a veces me pasa que le pongo favorito a algo y después me di cuenta y lo saco; y quedo como una estúpida que pone favoritos y lo saca (...)

El otro día tuiteé una especie de secreto escolar –que todos los grados lo saben (ríe)– y me retuitearon unos pares del cole, y una chica que no me sigue me puso favorito. Y es eso, te pongo un favorito porque lo vi y lo entiendo, pero no te retuiteo porque no te retuiteo. (@Maggggggi)

Estas y estos jóvenes también entienden la visibilidad de Twitter en torno al retuit y que sucede lo opuesto con el favorito, por el hecho de que éste último no aparece en los *timelines*. Entonces, están pendientes de quién es esa persona a la que van a retuitear por más que su discurso los interpele sobremanera. No retuitean ni *favean* a cualquier usuario. Hay tuits que “no da retuitearlos”.

También puede ser de cosas que me gustan y como que no da retuitearlas y las marco como favoritos para tenerlas ahí para mí, para cuando quiero verlas. (@Little_Ramona18)

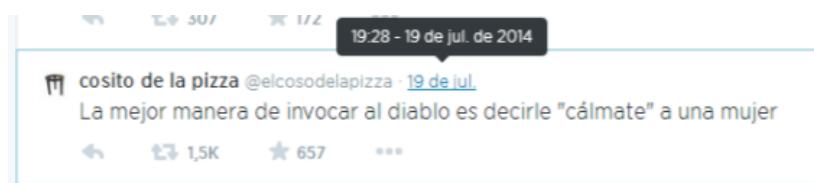


Imagen 11. Captura de los favoritos de *@Little_Ramona18*.

Las relaciones de poder que construyen estas y estos jóvenes con las y los usuarios son sumamente complejas en el que reconocemos como observadores de una realidad empírica un proceso histórico de luchas simbólicas en el que no podemos determinar el momento de una confrontación discursiva, puesto que en un recorte de 35 días no podemos conocer la totalidad de las relaciones; pero sí reconocemos en estas luchas a nivel personal de “no te retuiteo”

constituyen pugnas históricas de las relaciones juveniles y, por tanto, humanas, que naturalmente, no quedarán por fuera de una plataforma digital online.

Asimismo, @luji_lpda reconoce que no podría retuitear a alguien con quien está peleada y enuncia que el favorito depende de la persona, no del tuit en cuestión.

Desde la recepción de un favorito, las y los estudiantes lo entienden de la misma forma que ellas y ellos los producen. Sin embargo, debemos dar cuenta de algunos matices. En el caso de @purple_stain_, si bien gira en torno a cómo ella lo apropia, lo entiende desde un orden subjetivo en el que depende de cómo el usuario “organice su Twitter”.

Para @leoalvesdebrito, recibir un favorito tiene varios conceptos que él los resume y los explica, sobre todo el último:

Eso para mí tiene varios conceptos. Por ejemplo: para que sepan que leyeron eso; para que aparezcas en sus favoritos; también para poner celosa a alguna chica: si está hablando con alguien y le marcás favoritos es como un “sé lo que estás haciendo”.

El favorito tiene ese juego, ¿no? Más que nada en las relaciones...

Sí, y en la amistad porque también hay celos. Por ejemplo, ayer salí con amigos y fui con mis amigas a bailar. Y después estuve con mis amigos y me dijeron “eh, vos estuviste con las chicas y bla bla”. Es eso, es ese juego también. (@leoalvesdebrito)

En este sentido, las representaciones en torno al favorito pueden ser muy diversas pero se explican en y por las culturas juveniles. Además, son genuinas de esta generación juvenil, no emergieron de discursos adultocéntricos ni se resignificaron para su comprensión. La lucha simbólica se dio entre pares, no hacia una esfera dominante que exponía cómo significar. Ni siquiera con Twitter se dio esa batalla, porque la misma plataforma no la planteó. Sí en otros aspectos de los que ya hablamos, como el seguimiento de usuarios o los tuits promocionados; hablamos específicamente de los favoritos.

Es como que el favorito es más privado, hacia uno. Si yo lo doy es más privado para mí. En cambio el retuit es muy público. En cambio, ¿quién entra a ver tus favoritos? Muy poca gente. (@purple_stain_)

El favorito y las indirectas como sendero de lo directo

Lo que concierne a las indirectas fue algo difícil de comprender en un primer acercamiento ya que es sumamente subjetivo el reconocimiento de un discurso como “indirecto” y también el hecho de ese alguien que se adjudica como destinatario directo. No obstante, no todas y todos las y los jóvenes pertenecientes a esta muestra entienden el “juego tuitero” en esta lógica, pero sí es una apropiación fuertemente arraigada en *@Little_Ramona18* y *@luji_lpda*. Para *@Marino_Sof* y *@leoalvesdebrito* lo es, pero en menor medida; es decir, ellas y ellos también entienden al favorito en la lógica del “visto”, del “Me gusta” y también lo relacionan con lo “indirecto”; así, a este modo de interacción lo cargan de múltiples sentidos.

Este discurso “indirecto” que ellas y ellos nombran se da en torno a la interacción del favorito, no así a los retuits o las menciones que tienen una visibilidad mucho mayor. Además, está atravesado por múltiples campos en los que predominan las relaciones amorosas. Estas y estos jóvenes resignifican la noción más aceptada del uso del favorito para atribuirle sentidos acordes a sus universos simbólicos. En líneas generales, se utiliza este juego de indirectas desde el favorito para relacionarse con sujetos específicos que provienen de diversos sectores –el colegio, el barrio, el boliche, Bariloche– pero como también están en Twitter, aprovechan los vínculos que las tecnologías pueden crear –seguidores, seguidos– para seguir socializando en base a sus horizontes políticos.

Durante el focus group, *@luji_lpda* sentenció ante sus compañeras y compañeros un único sentido para el favorito: “Yo, si alguien está tirando una indirecta, y siento como que fue para mí, te pongo favorito como diciendo “me di cuenta que fue para mí la indirecta.” (*@luji_lpda*) (7). Sin embargo, no existió una pugna discursiva en la que desacreditaban su palabra, sino más bien la comprendían, como que estaba dentro de las posibilidades que se pueda dar un favorito en esa situación; y, de esta forma, también desnudaban su conocimiento sobre esa apropiación. Luego, *@BiaancaMailen* arremetió con un “lo vi” porque es desde dónde ella lo entiende y utiliza, a lo que se sumaron *@Maggggggi* y *@Aiillyy*.

[Sobre el favorito] Para mí es más como una indirecta. Un ejemplo: un chico posteo una foto y no sé, a mí me parece lindo. Y como que no da retuitearlo, entonces lo marco favorito para que se dé cuenta. (@Little_Ramona18)

En este sentido, percibimos un arrastre del “Me gusta” de Facebook en los favoritos. A eso que nos parece lindo –un paisaje, una imagen, una chica o un chico–, desde la óptica de *@Little_Ramona18*, le daríamos favorito. A su vez, esta forma de uso está muy relacionada con su estancia en Twitter, con su habitus: sus peleas, desamores, amores platónicos, etc. Se

muestra en Twitter atravesada por relaciones amorosas y le da sentido a su universo desde ese lugar.

[Cuando te marcan un favorito] Hay varias posibilidades. Una puede ser que yo haya tirado la indirecta y esa persona puso favorito; o un tuit normal que a esa persona le gusta. Un tuit normal serían letras de canciones. (@luji_lpda)

Desde la recepción, la lógica persiste y, en el caso de @luji_lpda, es la primera posibilidad que nombra. “Cuando sé que esa indirecta que tiró es para mí”, dijo esta joven al preguntarle sobre las formas de marcar un favorito.

Para @Marino_Sof, el sentido de lo indirecto no constituye una equivalencia con las relaciones amorosas; sí con las relaciones sociales en general. Su juego se construye de acuerdo a usuarias y usuarios implicados en cuestiones offline y que se trasladan a lo online.

¿Cuándo marcás un favorito?

Cuando capaz es muy obvio si lo retuiteo. Es muy obvio para quién va, entonces pongo favoritos. Porque es más privado. [Un ejemplo]Yo estoy enojada con alguien y comparto el enojo con vos, por ejemplo. Entonces vos tuiteás algo, pero si yo lo retuiteo lo va a ver la persona en cuestión con la cual estamos enojados. Entonces si le pongo favorito sabe que comparto el sentimiento pero la persona no lo ve, salvo que vaya a mis favoritos, pero no es tan común revisar los favoritos. (@Marino_Sof)

También es interesante, como dijimos anteriormente para otro ejemplo, la visibilidad de las interacciones y cómo esta joven la comprende y la utiliza en función de ello.

@Magali_Sansone subraya que el favorito es relativamente similar a cómo ella lo piensa –que le gustó el tuit– pero agrega “o como indirecta”. Esto nos permite pensar que también ha apropiado esas formas de interacción.

Vemos, entonces, que el favorito permite múltiples interacciones y que lo que ellas y ellos denominan “indirecto” tiene, en el marco de apropiarse de Twitter y de los favoritos, una vehiculización hacia lo directo, hacia ese usuario que da vueltas en las diversas cotidianidades tanto online como offline.

Sobre las menciones

Una mención es cualquier actualización que contenga el nombre de usuario de una tuitera o un tuitero; las respuestas también las consideramos como menciones. Así, en este universo de interacciones confluyen distintas formas de apropiación.

Para las y los jóvenes entrevistados, las menciones no representan algo distinto de lo que puede entenderse por su nombre, no se perciben otros sentidos atribuidos a las mismas; pero sí encontramos en las prácticas que no todas y todos las utilizan del mismo modo y se vuelve primordial quién es el usuario con quien interactúan. De esta forma, a veces se torna difícil comprender desde dónde provienen las menciones reconvertidas en charlas porque, en tanto lectores, nos falta información que puede provenir de lo offline, desde otras redes sociales digitales o que no se interprete porque comparten un mismo código juvenil. “En Twitter nos relacionamos mucho el grupo de amigos”, sostiene @Maggggggi.



Imagen 12. Captura del *timeline* de @Maggggggi.

En el caso de @Maggggggi, el mensaje “no se entiende” no por un código común, sino porque es una situación que nace en otros espacios y migra a Twitter a modo de charla, burla o recordatorio. En este caso, el uso de Twitter es contingente porque podría haber sido Facebook o WhatsApp, por ejemplo. Mencionan a esta joven por Twitter porque saben que lo va a leer y porque constituye una parte de su cotidianidad.



Imagen 13. Captura del *timeline* de @leoalvesdebrito.

En este caso, @leoalvesdebrito utiliza su cuenta de Twitter en el sentido que la entiende: “*para mí es como una descarga, tuiteando algo me descargo... expreso un sentimiento*” (@leoalvesdebrito). Y porque comparte entramados socio culturales con sus compañeras y amigas, @Marino_Sof lo encuentra en su *timeline* y le responde con una sugerencia. Y después de que el joven le responda, ella marca favorito como un “lo vi” o “me gusta” y también aparece @Maggggggi con su favorito, porque la enunciación de @leoalvesdebrito era en plural y entendemos que hacía referencia a ella. Además, las interacciones en modo “charla” que se dan entre dos usuarios que seguimos, aparecen en el *timeline*; es decir, las respuestas no se ocultan y se tornan visibles para las y los seguidores.



Imagen 14. Captura del *timeline* de @luji_lpda.

En este caso, a @luji_lpda no la arrobaron –no mencionaron su usuario para que le llegue una notificación– sino que la nombraron en un tuit y ella lo encontró en su *timeline* y respondió. Además, cerró la conversación tuitera con un favorito haciendo alusión a un “me gusta” o “lo ví”.

Algunas consideraciones finales

Ante la pregunta sobre qué sentidos construyen las y los jóvenes respecto de las tecnologías de la comunicación y, específicamente, de Twitter, encontramos que los discursos juveniles tuvieron múltiples significaciones y sentidos que se bifurcaron a lo largo de la investigación. Con temas recurrentes como el viaje a Bariloche, la vida amorosa, la música, el colegio y dormir/descansar, fueron construyendo microclimas tuiteros establecidos desde pequeños lugares online apropiados por culturas juveniles que masifican enunciaciones, interactúan y participan, ya sea a través de hashtags, retuits, favoritos o tuits propios. Son jóvenes que se inscriben a formaciones discursivas desde las equivalencias, desde lo articulatorio. Tuitean o retuitean a usuarios porque hay un proceso de identificación con ese discurso. Como dijimos en el análisis, las identidades se articulan en algo, comparten signos en común y forman lazos decodificables también en el plano digital.

En el caso del retuit, asociado con niveles muy altos de identificación, mucho tiene que ver con lo instantáneo, con esa enunciación que aparece justo cuando están sintiendo lo mismo. Es una descarga, una comprensión y una forma de saber que no están solas y solos, que a otras y otros les sucede constantemente algo similar.

Algunas y algunos usuarios coinciden en retuitear algunos tuits a cuentas como @elcosodelapizza o entre ellas y ellos, pero esa coincidencia es transitoria y momentánea; para estas juventudes mucho depende del momento, de lo que esté pasando en sus subjetividades y a nivel contextual; (casi) todo es circunstancial. Tuitear o retuitear un tema específico puede responder a múltiples variables que luego se olvidan porque aparecen nuevos acontecimientos que ocupan esos lugares primordiales junto con otros temas.

En torno a los favoritos, emergen tres sentidos: el “visto”, el “me gusta” y el “indirecto”. Los juegos que estas y estos jóvenes plantean con el favorito son propios de las culturas juveniles que buscan el reconocimiento de la otredad en articulación con sus intereses, gustos y preferencias. Entienden al favorito como un “Me gusta” importado de Facebook y también lo usan a través de un discurso indirecto en el que esta interacción busca relacionarse con

sujetos específicos que provienen de diversos sectores –el colegio, el barrio, el boliche– generalmente para construir/reconstruir o fortalecer un vínculo amoroso. Además, las y los jóvenes reconocen esta lógica Twittera a pesar de no utilizarla en esa clave. Esta apropiación es genuina de las culturas juveniles, no fue apropiada desde los discursos adultocéntricos hegemónicos.

Asimismo, las respuestas a menciones también se pueden construir desde las indirectas. Las y los jóvenes responden un tuit con otro tuit, ignorando esa mención o ese tuit que hacía referencia a ellas y ellos. Esta apropiación se observó en pocos casos en nuestro corpus; es utilizada con frecuencia por generaciones juveniles más grandes, generalmente profesionales. Y a su vez, el sentido de los retuits, los favoritos y las menciones se construye desde las culturas juveniles siendo contrahegemónicos hacia lo legitimado por las prácticas adultocéntricas.

Notas

(1) El presente artículo es una reformulación de mi tesis de grado y forma parte del trabajo realizado en el marco de mi beca de Estudio de la Comisión de Investigaciones Científicas (CIC) de la Provincia de Buenos Aires, titulada "Mapas político-tecnológicos: la construcción de sentidos en torno a las tecnologías de la comunicación por parte de jóvenes estudiantes de escuelas bonaerenses públicas y privadas", dirigida por la Mg. Victoria Martín y codirigida por la Dra. Bianca Racioppe.

(2) Puro Marketing (01-2014). "Twitter es la red social que más se rejuvenece". Último acceso, 8 de enero de 2017. Disponible en: <http://www.puromarketing.com/16/18776/Twitter-social-rejuvenece.html>

(3) Utilizamos como insumo los resultados de la etnografía virtual, las entrevistas personales en profundidad y el focus group empleado para la tesis de grado con el objetivo de continuar una línea analítica en la Beca de Estudio; así, posteriormente, aportar a futuras investigaciones comparativas.

(4) Se compone de 12 jóvenes, once chicas y un varón. Se relevaron 3.403 posteos publicados durante 35 días en 2014. Las y los jóvenes estuvieron atravesados y atravesadas por la asistencia al establecimiento escolar, el receso invernal y su viaje de egresadas y egresados a Bariloche.

(5) Focus group realizado el 15 de octubre de 2014.

(6) Focus group realizado el 15 de octubre de 2014.

(7) Focus group realizado el 15 de octubre de 2014.

Bibliografía

- Benítez Larghi, S. (2013), Lo popular a partir de la apropiación de las TIC. Tensiones entre representaciones hegemónicas y prácticas. En revista Question, Vol 1, N° 38.
- Domínguez, F. y López, R. (2015) "Uso de las redes sociales digitales entre los jóvenes universitarios en México. Hacia la construcción de un estado del conocimiento (2004-2014)". En Revista de Comunicación, N° 14, México.
- Hall, S. (2010), Sin garantías: trayectorias y problemáticas en estudios culturales. Instituto de Estudios Peruanos; Instituto de estudios sociales y culturales Pensar, Universidad Javeriana; Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador. Colombia: Envión editores.
- Hine, Ch. (2004), Etnografía virtual. España: Editorial OUC.
- Linne, J. (2014) "Usos comunes de Facebook en adolescentes de distintos sectores sociales en la Ciudad de Buenos Aires". En Revista Comunicar, N° 43, Vol. XXII. [En línea] Disponible en: <http://dx.doi.org/10.3916/C43-2014-19>
- Martín-Barbero, Jesús (1987), De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. Gustavo Gilli, Barcelona: Antrophos.
- Morduchowicz, R. (2013) Los adolescentes del siglo XXI: los consumos culturales en un mundo de pantallas. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Murolo; L. (2014) "Hegemonía de los sentidos y usos de las tecnologías de la comunicación por parte de jóvenes del conurbano bonaerense sur. Estudio realizado en Quilmes 2011 – 2014". Tesis de doctorado publicada, Argentina: Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata.
- Racioppe, B. (2012), Liberar, compartir, derivar. Cultura libre y Copyleft: otros modos de organizarse para gestionar lo cultural-artístico. Tesis de Maestría publicada, Argentina: Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata.
- Thompson, J. (1998), Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós.
- Williams, R. (1992); Capítulo 4, Tecnologías de la comunicación e instituciones sociales. En Williams, R. Historia de la comunicación. Barcelona: Ed. Bosch, Vol. II.