

FACEBOOK: INTERACCIÓN JUVENIL EN EL ESPACIO VIRTUAL Ser visible, estar en el muro

Mariana Lorena Torres y María Noelia Iglesias Dosil
Universidad Nacional de Quilmes (Argentina)
maildemarianatorres@gmail.com;
marianoeliaid@hotmail.com

Resumen

El espacio virtual, al igual que el espacio público geográfico, admite un uso social colectivo y es pasible de apropiaciones múltiples. Internet es un medio donde los hipervínculos enlazan archivos y personas posibilitando la comunicación y circulación de información. Siguiendo esta línea, Facebook también habilita espacios para comunicarse, facilita la interacción y organización social sin copresencialidad. Los jóvenes –principales usuarios de esta plataforma– gradúan la intensidad y calidad de sus relaciones. En ella, se expresan y construyen identidades. Es un sitio compartido donde todos aportan su subjetividad, donde las regulaciones dependen mayormente del autocontrol. Allí, los jóvenes encuentran un lugar de esparcimiento, un lugar que propicia la integración de muchas prácticas sociales.

En este contexto, nos preguntamos si los jóvenes ven en Facebook un espacio público de interacción social. Nuestro trabajo buscará una aproximación inicial a los usos y apropiaciones que hacen los jóvenes de la red social virtual Facebook, para indagar si configuran y/o construyen un espacio virtual con prácticas sociales hasta ahora únicamente posibles en el espacio público.

Palabras clave: Facebook; jóvenes; virtualidad.

Introducción

Las redes sociales siempre existieron. Sin embargo, en la actualidad resultan más visibles desde que encontraron lugar en la virtualidad. Al mundo analógico que incluye las interacciones presenciales y los contactos a distancia (pensemos en el *teléfono* o el *televisor*) se le suman las experiencias de lo virtual. El fenómeno de las redes sociales virtuales (RSV) es reflejado en los noticieros de televisión y en los medios gráficos. Pudimos ver en las noticias referidas a un suicida, Roque Mariano Lorenzo, cómo se despidió del mundo desde el muro de su Facebook; Ricky Martin asumió su homosexualidad en Twitter; y los futbolistas de algunas selecciones tuvieron prohibido participar en redes como estas durante el Campeonato Mundial de Fútbol de 2010. Para los no-usuarios de estas plataformas que ven este fenómeno desde los márgenes, utilizar una RSV es percibido como algo extraño y hasta peligroso. No obstante, esto no es así para los jóvenes usuarios, quienes viven con naturalidad esta comunicación mediada que no necesita de un único destinatario ni demanda conocer a la totalidad de los interlocutores. La naturalización de estos comportamientos se observa mejor en los “nativos digitales”, tal como los denomina Marc Prensky. Son jóvenes que han nacido y crecido con Internet, siendo la red “la base tecnológica que permite nuevas formas de socialización y participación colaborativa para todo aquel que acceda a ella” (Iglesias Dosil, Torres, 2010). La plataforma Facebook que indagaremos en este trabajo es un espacio pasible de múltiples apropiaciones. En ella, los jóvenes gradúan la intensidad y calidad de sus relaciones, allí se expresan y construyen identidades. En este ámbito se produce una nueva interacción “face to

face” que no necesita presencialidad pero logra contactos efectivos y eficientes entre sus usuarios.

Nuestro objetivo será analizar los usos y apropiaciones que hacen los jóvenes de las RSV para indagar si configuran y/o construyen un espacio virtual con prácticas sociales hasta ahora únicamente posibles en el espacio público. A tal fin, trabajaremos sobre encuestas realizadas a jóvenes de entre 12 y 19 años.

Facebook: usos y apropiaciones

En la actualidad, Internet es la base tecnológica facilitadora de nuevas formas de socialización para todo aquel que acceda a ella. Por Internet entendemos un medio de comunicación que habilita la interacción y la organización social. La sociedad se constituye como una *sociedad red* (Castells, 2000) en la que la experiencia se da en un dominio público al que se accede y participa desde la privacidad (Brea, 2002). Diferentes prácticas son posibles en Internet a través de las llamadas redes sociales virtuales (RSV). Con RSV hacemos alusión a plataformas virtuales como Facebook, Twitter, YouTube y muchas otras que permiten la interacción entre grupos de gente. Los jóvenes son, por excelencia, los usuarios de estas plataformas.

Facebook es la red social virtual más popular en estos tiempos en la Argentina, con más de 6.000.000 de usuarios activos en nuestro país y más de 400 millones en el mundo (1). Esta plataforma de acceso gratuito permite el contacto entre personas de cualquier parte del mundo y de todas las edades. Cabe destacar que existe una restricción de uso para los menores de trece años aunque esta prohibición es fácilmente vulnerada por los jóvenes indicando un año de nacimiento falso al momento de registrarse. En la información brindada por Facebook en su sitio www.facebook.com se define a sí misma como “una utilidad social que ayuda a las personas a comunicarse más eficazmente con sus amigos, familiares y compañeros de trabajo” (2). Si bien la compañía ofrece servicio para comunicarse entre individuos que se conocen personalmente, también permite el contacto entre quienes jamás se han visto las caras.

No estamos en condiciones de dar cuenta de la motivación de los jóvenes para el uso de esta RSV que se vuelve cada vez más masiva, pero si sabemos que los usos que ellos le dan no fueron aprendidos de sus mayores. Son las nuevas generaciones las que definen cómo usar la plataforma dentro de las posibilidades que ella ofrece, esta cuestión va más allá de lo que nos proponemos mostrar en este trabajo pero merece ser tenida en cuenta.

Los usuarios de Facebook, por la accesibilidad y facilidad del uso público y colectivo de esta plataforma, pueden interactuar y convertir este espacio virtual en una carta de presentación ante los demás porque el usuario decide qué mostrar y de qué forma hacerlo. Facebook crea una red que entrelaza la información de sus usuarios. Cada uno posee una página de “perfil” o “muro” donde aparece todo lo que el propietario carga: la respuesta a la pregunta inicial que plantea esta RSV –“¿qué estás pensando?”– mensajes de texto, fotos, videos, invitaciones a eventos y enlaces. En otro sector, el de “inicio” se presenta la información y/o la actividad de todos los contactos o “amigos” que el usuario ha agregado y/o aceptado a su red.

En Facebook, cada persona elige a quienes aceptar como “amigos” (3), y qué mostrar a cada uno de ellos. Es el diseño mismo de la plataforma lo que permite mantener el control del perfil individual. Cabe destacar que no hay censura previa (salvo la propia), cualquiera puede expresarse libremente aún en forma injuriosa lo que podría derivar en la eliminación de los comentarios no apropiados. Son los mismos usuarios los que *moderan* los contenidos publicados poniendo en evidencia cierta horizontalidad de poderes. Así, la regulación queda en manos y bajo la responsabilidad del usuario. En la página institucional se lee: “Nuestros controles de privacidad te ofrecen la capacidad de decidir lo que deseas compartir. Infórmate del modo de gestionar quién puede ver tu información dentro y fuera de Facebook” (en <http://www.facebook.com/privacy/explanation.php>, consultado el 6/8/10).

Mario Margulis en su libro *La juventud es más que una palabra* (1996) describe el concepto de juventud como ambiguo e impreciso. Para él, la juventud no puede definirse sólo como una etapa de la vida comprendida entre un determinado rango fijo de edades. Las experiencias en esta etapa de transición entre la infancia y la adultez no ocurren al mismo tiempo ni bajo las mismas circunstancias para todos, entran en juego cuestiones sociales y de clase que marcan diferencias. Entonces, Margulis sostiene que “es conveniente hablar de juventudes o de grupos juveniles antes que de juventud” y analiza sus usos y costumbres. Él tipifica a las “barras de esquina”, a los grupos que se encuentran en los distintos tipos de boliches bailables, los que van a los *shoppings* o gimnasios. Las conductas de estos jóvenes son diferentes según los lugares que habitan. Muchos jóvenes prefieren reunirse en espacios privados (sus casas o las de sus amigos) por sobre los públicos (mencionaron en menor cantidad respuestas como “la plaza”, “en el barrio”, “la calle”, “el centro” y otras). Sin embargo, pese a que en las encuestas Facebook no es nombrado como un *lugar de encuentro*, nos arriesgamos a afirmar que la plataforma es una alternativa virtual de reunión ya que ellos refieren “[uso Facebook] porque encuentro a amigos que capaz que no nos juntamos tan seguido” (mujer, 17 años); “[uso Facebook] para jugar y hablar con amigos (mujer, 12 años); “[uso Facebook] porque me gusta conocer gente” (varón, 17 años).

Fueron los propios encuestados los que nos permitieron relacionar los espacios virtuales con los espacios públicos físico-geográficos. Al solicitarles que mencionaran palabras asociadas al *espacio público* nos encontramos con que tuvieron problemas para responder la consigna. Muchos nos preguntaban qué era el espacio público o les costaba asociarlo a otros conceptos. Suponemos que el obstáculo puede vincularse con la imprecisión al momento de definir *qué es el espacio público*. No obstante ello, de las respuestas que obtuvimos, se evidencia que el uso del espacio público está tan naturalizado que no se percibe como una práctica diferenciada. Entre las palabras obtenidas, podemos advertir tres grandes núcleos: uno que está ligado a los espacios físico-geográficos o lo que hay en ellos (siempre vinculado a la materialidad), otro da cuenta de conceptualizaciones más abstractas (relativas a sensaciones o juicios de valor), y un tercer núcleo relacionado a la virtualidad (sitios webs y prácticas propias de lo virtual). Este último grupo aparece tímida e incipientemente. Los jóvenes asociaron principalmente Facebook aunque también mencionaron Fotolog, chat, Wikipedia, Hotmail, MSN y Metroflog.

El urbanista Jordi Borja en su artículo “Ciudadanía y espacio público” (1998) plantea que el espacio público es un espacio jurídico porque está sometido a una regulación específica por parte de la Administración pública. Sin embargo, el catalán afirma que el espacio público también tiene una dimensión socio-cultural. Para él

“Es un lugar de relación y de identificación, de contacto entre las gentes, de animación urbana, a veces de expresión comunitaria”. Si bien el texto se refiere a la ciudad, esta definición puede darse en otros espacios que no sean los físico-geográficos porque “lo que define la naturaleza del espacio público es el uso y no el estatuto jurídico”.

Si observamos las respuestas de los encuestados, vemos que las palabras del núcleo correspondiente a las conceptualizaciones (como “diversión”, “libertad” ya mencionadas más “compartir”, “comunicación”, “inseguridad”, “relaciones”, “respeto”, “violencia” y otras escritas por los jóvenes) se relacionan ampliamente con los que ellos mismos expresan respecto de los usos de la plataforma Facebook.

El espacio público permite una comunicación *cara a cara*; por su parte, la RSV habilita otra comunicación –mediada– desde la escritura en los muros (propios o de los “amigos”), por el servicio de chat que brinda la plataforma (mensajes instantáneos que no se registran en el muro) y por la posibilidad de “comentar” cada actividad que aparece allí (registrado en los muros y en el panel de inicio). Si bien entendemos que son dos tipos distintos de interacción observamos que, para los encuestados, ambos se complementan.

La plaza, la calle, la peatonal del centro les permite a los jóvenes mostrarse como son o como quieren ser vistos. Asimismo, en Facebook, los jóvenes suben sus fotos, videos e imágenes decorativas que los representan (como una versión digital del *graffiti* o el *stencil*).

En el espacio público se comparte la experiencia, se participa de acciones colectivas, se entra en contacto con los conocidos y los desconocidos; el espacio virtual que Facebook habilita propone una nueva forma de compartir, de mirar e interactuar. Los jóvenes encuentran su propia forma de *ocupar* ambos espacios. Para Manuel Saravia Madrigal (2004) hay una relación entre vivir y habitar; para él, “habitar un territorio es apropiárselo (hacerlo propio), pero también extrañarlo (abrirlo al otro)”; si bien se refiere a un espacio geográfico, nos sirve para pensar lo que sucede en Facebook. Allí, los usuarios forman grupos cuya finalidad es servir de apoyo o *escrachar* a alguna persona o causa, además, los usuarios tienen la posibilidad de crear aplicaciones informáticas (4) para esta plataforma y ponerlas a disposición de toda la comunidad. Sostenemos que esta práctica es la máxima expresión de apropiación del espacio virtual, ya que la plataforma deja de ser un elemento ajeno y externo para ser parte de un entorno maleable y adaptable a las necesidades, gustos y/o requerimientos de los propios usuarios.

Cuando les pedimos que tildaran una opción que diera cuenta de por qué utilizan Facebook, la mayor recurrencia de respuestas fue “Porque todos mis amigos/as están ahí”. Al preguntarles para qué utilizan la plataforma, las opciones más mencionadas fueron “Para compartir las cosas que hago” y “Para encontrarme con mis amigos/as”. Con ello, vemos que para los

jóvenes es importante pertenecer o estar en el lugar donde están sus pares, pero no con una presencia pasiva sino participando y actuando en este espacio virtual.

Ser visible, estar en el muro

Según estadísticas oficiales de Facebook, el número promedio de contactos por usuario es de 130 (5). Esto se condice con lo que respondieron nuestros encuestados cuyo promedio de “amigos” es de 194. La gran mayoría de los encuestados dice conocer personalmente al menos a la mitad de sus contactos.

Cuando les preguntamos a los jóvenes qué palabras asociaban a Facebook, la que aparece con mayor frecuencia es “fotos”, la segunda es “amigos”, y la tercera palabra es “chat”. Estas tres palabras nos hacen pensar en una práctica del compartir información y experiencias, de estar conectados y comunicados.

Al momento de pedirles a los encuestados que respondieran sobre cuáles eran las funciones o aplicaciones que utilizaban con mayor frecuencia vimos que tanto el “chat”, “subir fotos” y “comentar fotos” (en concordancia con lo expuesto anteriormente) son las preferidas por estos usuarios, y luego les siguen “completar tests”, “escribir en el muro mío o de otros”, “jugar a juegos entre los contactos” y “pedir frases de personajes o bandas”.

Respecto a las tres palabras más mencionadas (fotos, amigos, chat) haremos una pequeña observación para cada una de ellas. Los jóvenes suben fotos de sí mismos, de sus amigos o imágenes de artistas u otros diseños que les sirvan para transmitir más allá de lo textual. En las fotos o imágenes Facebook les da la posibilidad de “etiquetar”, una forma de señalar quiénes aparecen en las fotografías. Al etiquetar a un “amigo” la imagen aparece en el muro del etiquetado, por esto muchos jóvenes etiquetan no sólo a los que aparecen, sino a aquellos contactos que desean que vean la imagen en cuestión.

Cuando hablamos de “amigos” no podemos omitir la forma homónima en que Facebook denomina a los contactos de la red. Para Facebook todos son “amigos”, sean o no amigos con quienes comparten tiempo, vivencias o información muy íntima; sean compañeros del colegio, conocidos del baile o del barrio, o completos desconocidos que tienen permiso para acceder al perfil de los usuarios. A este respecto, advertimos que los encuestados no sólo refieren como *amigos* a los contactos porque vemos que también responden con asociaciones del tipo: “amistad/es”, “conocer amigos nuevos”, “encontrar amigos viejos”, “hablar con mis amigos” y otras respuestas vinculadas más a la amistad que a los meros integrantes de la red social.

Otra de las cuestiones que queremos subrayar es que Facebook es utilizado para chatear. No podemos afirmar que se utilice más, menos o de distinta forma que otros servicios de chat como el MSN, o el chat de Gmail, pero destacamos que esta función es mucho más utilizada de lo que suponíamos. En una observación previa al trabajo de campo, veíamos que las cadenas de comunicación se lograban mediante el posteo y respuesta por escrito en los muros. En cuanto a los tests de personalidad son, dentro de las aplicaciones, una herramienta que facilita la construcción de identidad auto y alter-atribuida. Los jóvenes dan cuenta si son más o menos apasionados, más o menos divertidos, a qué personajes de ficción se parecen o cuáles

son sus gustos. De esta forma se dan a conocer y cada resultado es compartido con sus contactos. También, los jóvenes contestan *trivias* cuyos resultados se comparan con los de los demás 'amigos' lo que genera un posicionamiento del ser y su conocimiento que habla de sí mismo. Al momento de realizar este trabajo, se había popularizado el uso de un tipo de encuesta que proponía a los contactos responder preguntas sobre el mismo usuario que creaba el test. Entendemos que esa es una forma de dar a conocer datos privados y de valorar a aquellos que los conocen.

Entonces, en Facebook, el usuario publica en su muro: escribe notas, sube fotos y/o videos sobre sus actividades, cuenta lo que le gusta, lo que hizo, lo que pasó en su vida e invita a los demás a que participen de ello, a que dejen sus firmas y/o comentarios. El usuario personaliza el espacio, lo transforma en suyo, lo abre a los demás pero no de una manera estandarizada, sino con un sello personal. Este uso supone exposición e interacción en el espacio virtual, una forma de vivirlo que puede ser comparable con el uso de lo público según lo entiende Borja:

“El espacio público supone pues dominio público, uso social colectivo y multifuncionalidad. Se caracteriza físicamente por su accesibilidad, lo que le hace un factor de centralidad. La calidad del espacio público se podrá evaluar sobre todo por la intensidad y la calidad de las relaciones sociales que facilita, por su fuerza mixturante de grupos y comportamientos y por su capacidad de estimular la identificación simbólica, la expresión y la integración culturales” (Borja, 1998).

Si bien, Facebook es un desarrollo privado generador de ganancias para sus propietarios podemos afirmar que el uso de la plataforma es similar al de los espacios de dominio público: ambos permiten un acceso amplio y en ellos se puede obtener utilidades que benefician a la comunidad y no únicamente a las individualidades. Como ejemplo del ámbito físico geográfico, y/o material pensemos en la transitabilidad de las calles y caminos, o la accesibilidad a los servicios públicos de salud y/o educación. Quienes están en la red virtual hacen uso de ella, se manifiestan allí, aunque no sean sus propietarios.

En lo que refiere al uso social colectivo, Facebook es un espacio donde confluyen miles de personas que directa o indirectamente se encuentran conectadas unas con otras –ya sea por tener el estatus de amigos o por poseer amigos en común–; por esta circunstancia los usuarios interactúan a través de las posibilidades que la plataforma brinda generando comunidades o grupos donde se articulan gustos, ideales y/o se planifican acciones. Ejemplos claros de este uso social son los grupos dentro de Facebook creados con fines como apoyo o *escrache* a alguna persona (como ya mencionamos), convocatorias a festivales a beneficio, organización de rateadas masivas, entre otras. Por lo general, estos grupos están anclados a situaciones que exceden al espacio virtual, allí se mezclan y confluyen los dos espacios.

Algo para destacar de la plataforma, y que ha influido fuertemente es su éxito es la gratuidad para el acceso. Este hecho, sin dudas, ha permitido que Facebook esté presente en 180 países, traducido a más de 73 idiomas y con la mitad de sus usuarios activos conectados en cualquier momento, sin restricciones de horarios, lo cual lo convierte en un fuerte agente centralizador. En nuestro estudio, destacamos que la accesibilidad de los jóvenes a esta

tecnología de la comunicación y la información es mayor a la de los adultos, que pueden verse limitados por sus conocimientos sobre informática o por el tiempo libre que disponen. Asimismo, consideramos que los aspectos económicos que inciden en el acceso, hoy por hoy, pueden sortearse con cierta facilidad dados los programas como “conectar-igualdad.com.ar” del Gobierno Nacional, o por recursos no institucionales como la proliferación de locales tipo *Ciber* en zonas de diversos niveles socio-económicos. No hace falta tener una computadora con conexión en el hogar; de hecho, el 35% de nuestros encuestados no acceden a Internet desde sus casas.

Otro aspecto que favorece a la centralidad es la multifuncionalidad de la plataforma. Otrora, los usuarios escribían notas en un blog, subían fotos a Flickr o Fotolog, colgaban sus videos en YouTube, chateaban por MSN o por Gmail-Talk; con Facebook, todo ello es posible desde un mismo sitio web.

Si la calidad del espacio público depende de la intensidad y la calidad de las relaciones sociales que facilita, Facebook es notoriamente un reforzador de los lazos existentes, como también un generador de nuevas relaciones sociales. Sin embargo, *intensidad* y *calidad* son conceptualizaciones difíciles de cuantificar por la subjetividad que implican ya sea que hablemos de las relaciones que se dan en el espacio virtual o en el espacio físico geográfico. Asimismo, las relaciones dadas en la virtualidad se perciben diferentes según la familiaridad que se tenga con las nuevas tecnologías.

También incide en la calidad la fuerza mixturante de grupos y comportamientos cosa ampliamente demostrada por los múltiples usos de la plataforma. Hoy los jóvenes no se reúnen únicamente con sus amigos de la cuadra, o del club, sino que se “encuentran” en Facebook aquellos que poseen intereses comunes derribando los límites geográficos e incluso idiomáticos para conectarlos e integrarlos.

Sin duda alguna y por lo expuesto anteriormente, esta red social virtual, por sobre todas las cosas, es un ámbito propicio para la identificación simbólica, la expresión y la integración. Los jóvenes echan mano de este recurso; en su búsqueda por la propia identidad se muestran como son y/o como quieren ser vistos.

Conclusión

Resulta muy difícil comparar el espacio público físico-geográfico con cualquier espacio virtual porque la configuración de ambos es completamente diferente. Reconocemos que las vivencias de cada ámbito estarán caracterizadas por las posibilidades que brinda cada uno de ellos.

Con todo, los usos de estos espacios pueden favorecer prácticas similares y lograr que esas prácticas se reconozcan como tales. Los jóvenes interactúan en Facebook mostrándose y divirtiéndose. Son ellos los que, sin percibirlo, erigen una forma propia de uso de la plataforma semejantes a los usos que convencionalmente se manifiestan en el espacio público.

No fueron muchos los encuestados que relacionaron el espacio público con lo virtual, o más específicamente con Facebook, pero esta relación ocurrió y habla de una nueva dimensión en la que lo público y lo privado se complementan, tal como lo piensa Rossana Reguillo (2000).

Los jóvenes no sólo se divierten con la plataforma, se comunican de una manera nueva, interactúan sin necesidad de estar corpóreamente próximos. Logran conectarse efectivamente con aquellos que les interesa contactarse sin que esto signifique suplantar las relaciones cara a cara.

Hoy, el espacio deja de ser solamente un punto en un plano y puede entenderse como la oportunidad de encontrarse, compartir, dialogar, mostrarse y reconocerse. Facebook propicia la integración y el esparcimiento que otrora sólo facilitaba el espacio público físico-geográfico. La red social virtual Facebook se construye como un espacio emergente donde se pueden compartir distintos tipos de experiencias: las nuevas –propias de la virtualidad– y las otras, las de la presencialidad –propias del espacio público–.

Notas

- (1) Datos obtenidos del sitio www.facebooknoticias.com (consultado 16/4/10).
- (2) Citado de <http://www.facebook.com/press.php> (consultado 16/4/10).
- (3) Técnicamente nos fue imposible distinguir cuándo nuestros encuestados respondían “amigos” para referirse a sus propios amigos, o a los contactos del Facebook llamados homónimamente.
- (4) Por aplicación informática, entendemos un pequeño programa diseñado por Facebook o por terceros, que corre dentro de la misma plataforma de Facebook. Como ejemplos podemos mencionar predicciones y horóscopos gratuitos así como los juegos diseñados por empresas lucrativas como Playfish, o Zynga; pero también son aplicaciones las que diseñan los mismos usuarios bajo la forma de test al estilo “¿Cuánto me conoces?” o, encuestas “¿Qué preferís...?”.
- (5) Datos obtenidos de <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics> (consultado 6/8/10)

Bibliografía

BORJA, Jordi “Ciudadanía y Espacio público” en Revista *Reforma y Democracia* (del Centro Latinoamericano de Administración para el Desarrollo) N° 12, 1998, pp. 25-45

BREA, José Luis; *La era postmedia. Acción comunicativa, prácticas (post)artísticas y dispositivos neomediales*. E-book disponible en <http://www.joseluisbrea.net/> , 2002.

CASTELLS, Manuel; *Internet y la sociedad red* (Lección inaugural del programa de doctorado sobre la sociedad de la información y el conocimiento). Universitat Oberta de Catalunya <http://www.uoc.es/web/cat/articles/castells/print.html> [último acceso: 16/06/2009], 2000.

IGLESIAS DOSIL, María Noelia, TORRES, Mariana L.; “Interacción juvenil en el espacio virtual: Tus amigos están esperando tu respuesta ¿Hace tiempo que no entrás a Facebook?”, 8º Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación: “Sobre Navegaciones y Territorios. Investigación, Intervención y Contextos de la Comunicación” (Res. Consejo Superior UCSE N° 034/2010) Universidad Católica de Santiago del Estero - Departamento Académico San Salvador, Jujuy, 2010.

MARGULIS, Mario; *La juventud es más que una palabra*, Biblos, Buenos Aires, 1996. Consultada la tercera edición, 2008.

SARAVIA MADRIGAL, Manuel; "El significado de habitar", de la página *Ciudades para un Futuro más Sostenible* de la Universidad Pontificia de Madrid [en línea], <http://habitat.aq.upm.es/boletin/n26/amsar.html> (consultado 9/9/09), 2004.

REGUILLO, Rossana; "Identidades culturales y espacio público. Un mapa de los silencios", en *Diálogos de la Comunicación*, núms. 59-60, octubre del 2000.

MARIANA LORENA TORRES

Estudiante avanzada de la carrera de Comunicación Social con orientación en Comunicación y Cultura. Actualmente se encuentra desarrollando su tesis de grado sobre temáticas de consumos culturales y redes sociales virtuales. Investigadora, activa participante en congresos y jornadas nacionales de comunicación (ENACOM, REDCOM y Red Nacional de Investigadores en Comunicación). Becaria en Docencia e Investigación de la Universidad Nacional de Quilmes.

MARÍA NOELIA IGLESIAS DOSIL

Licenciada en Comunicación Social y periodista. Actualmente trabaja como redactora del sitio web de Radio FM Q – 89.5 mhz. Gestora y coordinadora del proyecto de Voluntariado Universitario "Comunicación, medios y espacio sociales" dirigido por el Mg. Alfredo Alfonso. Compiladora del libro *II Jornadas de Comunicación, Periodismo y Nuevas Tecnologías*, editado por la Licenciatura de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Quilmes. Productora de audiovisuales.