INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS[1]

AYELÉN NEME[2]
LUISA ARIAS[3]

RESUMEN

Desde su aparición las redes sociales han atraído a miles de usuarios, principalmente a los jóvenes, además en los últimos dos años el WhatsApp se ha transformado en el método de comunicación instantánea prioritario ya que, además de la posibilidad de conformar grupos con intereses compartidos, permite saber en qué momento se lee o no el mensaje que transmitimos y ofrece la alternativa de utilizar mensajes de voz que dan aún más velocidad a la comunicación. Como afirma la literatura acumulada con la aparición de las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación Social (TIC'S) se han modificado los esquemas de comunicación ya que ahora, aunque masiva, es producida y recibida de manera individual a través de la computadora o de un dispositivo móvil.

[1] - El presente Trabajo es base de la ponencia "Estudiantes universitarios, redes sociales y subjetividad" presentada en el XXXI Congreso ALAS.

[2] - Universidad Nacional de San Luis - Argentina

[3] - Universidad Nacional de San Luis - Argentina

El presente trabajo busca conocer el modo en que los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Sociales de la Universidad Nacional de San Luis, Argentina, se comunican en el ámbito universitario a partir del uso de las redes sociales como Facebook, Twitter y la telefonía móvil. Se busca comprender de qué modo las nuevas tecnologías construyen subjetividades y contribuyen a la configuración de la identidad del estudiante universitario tanto a nivel académico como en su participación activa en eventos culturales, militancia política, y otras actividades.

Por medio de esta ponencia damos continuidad a una serie de trabajos realizados desde nuestro Proyecto de Investigación, enfocados en el análisis de las características que adquiere la participación política estudiantil en los jóvenes universitarios. Anteriormente se indagó sobre los modos de difusión de ideas, específicas del estamento estudiantil, utilizados por las agrupaciones políticas de la Facultad, a través de dos mediadores protagónicos de las TICS: el WhatsApp y la red social Facebook. Para ello se realizaron entrevistas en profundidad a los líderes de cada agrupación y se analizaron los mensajes publicados en las páginas de Facebook de cada agrupación para explorar cómo las agrupaciones buscan llegar a los estudiantes. En esa misma línea, nos interesa en esta oportunidad conocer el sentido que los estudiantes le otorgan a estas páginas de Facebook universitarias y la interacción que por medio de las nuevas tecnologías se produce en el ámbito académico. Por tanto, entendemos que este trabajo ampliará la investigación anterior

y trazará nuevos caminos que nos permitirán entender los medios digitales de comunicación como transformadores de la cultura, creadores de lenguaje y estética, y fundamentalmente acercarnos a la subjetividad de sus protagonistas.

PALABRAS CLAVE

Jóvenes- Universidad- Comunicación Digital.

ABSTRACT

Since its inception social networks have attracted thousands of users, mainly young people, in addition in the last two years the WhatsApp has become the priority instant communication method since, in addition to the possibility of forming groups with shared interests, It allows us to know at what moment the message we transmit is read or not and offers the alternative of using voice messages that give even more speed to communication. As stated by the accumulated literature with the appearance of the New Information and Communication Technologies (TIC'S), communication schemes have been modified since now, although massive, it is produced and received individually through the computer or a device mobile.

The present work seeks to know the way in which the students of the Faculty of Economic, Legal and Social Sciences of the National University of San Luis, Argentina, communicate in the university environment through the use of social networks such as Facebook, tweet and mobile telephony It seeks to understand how new technologies build subjectivities and contribute to the configuration of the identity of the

university student both at an academic level and in their active participation in cultural events, political activism, and other activities.

Through this paper we give continuity to a series of works carried out from our Research Project, focused on analyzing the characteristics acquired by student political participation in university students. Previously, it inquired about the modes of dissemination of specific ideas of the student body that the active groups of the Faculty possess, through two leading mediators of the ICT: the WhatsApp and the social network Facebook through in-depth interviews with the leaders of each group and the analysis of the messages published on the Facebook pages of each group became known as the groups seeking to reach the students. In this same line, we are interested in this opportunity to know the meaning that students give to these university Facebook pages and the interaction that occurs through the new technologies in the academic field. Therefore, we understand that this work would expand previous research to trace paths and thus understand the digital media as transformers of culture, creators of language and aesthetics, and fundamentally approach the subjectivity of its protagonists.

KEYWORDS

Young people- University- Digital Communication.

INTRODUCCIÓN

En la presente ponencia damos continuidad a una serie de trabajos realizados desde nuestro Proyecto de Investigación, enfocados en el análisis de las características que adquiere la participación política estudiantil en los jóvenes universitarios. En el año 2016 la investigación estuvo centrada principalmente en los medios que los jóvenes utilizan para difundir sus ideas políticas en el contexto institucional de la Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Sociales (Universidad Nacional de San Luis, Argentina), para ello se recuperaron entrevistas no estructuradas realizadas a fines del año 2015 a estudiantes que ocupan espacios de liderazgo en las distintas agrupaciones estudiantiles que desarrollan sus actividades en la institución. En ellas indagamos sobre el modo en que los miembros de cada agrupación se comunican entre sí y el modo en que comunican sus ideas al entorno. Con la intención de elucidar las características de este tipo de comunicación se realizó también un análisis de las publicaciones en las páginas de Facebook de cada agrupación, específicamente aquellos mensajes publicados durante el período de campaña política realizada entre los meses de abril y junio del año 2016 hasta el momento de las elecciones de las autoridades del Centro de Estudiantes, que tuvieron lugar el 22 de junio, en forma conjunta con las elecciones de autoridades universitarias de todos los claustros. En esa oportunidad se observó, al igual que en otras investigaciones, un retorno de los jóvenes hacia la participación política aunque específicamente los resultados de la investigación dieron cuenta

de que esta participación no se asemeja a aquella que llevaban adelante los estudiantes universitarios en décadas pasadas, militando en alguna agrupación o manifestándose mediante movimientos reivindicativos o sociales, sino que adquiere características diferentes y principalmente opera mediante las redes sociales.

El interés de esta ponencia en particular está centrado en el análisis del modo en que los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Sociales de la Universidad Nacional de San Luis, Argentina, se comunican en el ámbito universitario a partir del uso de las redes sociales como Facebook, Twitter y la telefonía móvil. Se busca comprender de qué modo las nuevas tecnologías construyen subjetividades y contribuyen a la configuración de la identidad del estudiante universitario tanto a nivel académico como en su participación activa en eventos culturales, militancia política, y otras actividades.

MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

En las últimas décadas las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación Social (TICS), y con ellas la aparición de las redes sociales, han transformado completamente el lenguaje y principalmente los modos de estar en contacto con el otro. Este cambio en la sociabilidad transcurre en un contexto de crisis de las organizaciones tradicionales las cuales, en décadas pasadas, eran estructurantes de la vida social. Por otra parte, como señala Urresti (2015) mientras la socialización tradicional procura con métodos de

repetición la memorización de los legados más valiosos a ser conservados y obedecidos, la socialización moderna establece a partir de métodos de enseñanza-aprendizaje que transmitan saberes aceptados una socialización hipermoderna que apunta a métodos para desencadenar la creatividad y la innovación permanente. Estos diferentes tipos de socialización van a definir el lugar que ocupan las generaciones más jóvenes y los factores que intervendrán para conformar sus percepciones del mundo social. En este contexto la comunicación digital ha revolucionado la sociabilidad no solo modificando notablemente el lenguaje, sino también las características de la comunicación que, aunque sigue siendo masiva, es recibida de manera individual a través de la computadora o de un dispositivo móvil.

La actual transformación de la tecnología de la comunicación en la era digital amplía el alcance de los medios de comunicación a todas las esferas de la vida social en una red que es a un tiempo global y local, genérica y personalizada, según un patrón siempre cambiante. Estos artefactos tecnológicos han modificado las formas de ser y estar en el mundo y han modificado, además, al decir de Sibilia (2012) los cuerpos y las subjetividades generando nuevos lugares y momentos interactivos para propiciar el encuentro.

Puede afirmarse que los medios digitales han impulsado el desarrollo de redes horizontales de comunicación interactiva y han provocado la dilución de las fronteras, transformándose así en un instrumento de participación muy importante.Como resultado, las relaciones de poder, es decir, las relaciones que constituyen los fundamentos de toda sociedad, además de los procesos que desafían las

relaciones de poder institucionalizadas, se determinan y deciden cada vez más en el campo de la comunicación.

Los aparatos de comunicación como notebooks, o teléfonos celulares son una cotidianeidad para individuos de todas las edades, pero principalmente para niños y jóvenes que desde muy temprana edad crecieron utilizando estos dispositivos. De este modo, estos soportes con su brillante conjunción digital e interactiva se presentan en el centro de la escena, como grandes constructores de sentido en diversas esferas de las vidas juveniles.

Una de las transformaciones más profundas que han producido las nuevas tecnologías es, al decir de Castells (2006) es la "privatización de la sociabilidad". La comunicación masiva hoy en día es mayoritariamente individual, si bien alcanza potencialmente a un público global, a través de las redes y conexión a Internet. Es multimodal, ya que la digitalización del contenido y el avanzado software social, en muchas ocasiones basado en códigos libres que se pueden descargar de forma gratuita, se distribuye mediante redes inalámbricas cada vez con mayor frecuencia. Su contenido es autogenerado, de emisión autodirigida y de recepción auto selectiva por medio de muchos que se comunican con muchos.

Como dijimos anteriormente, Internet ofrece un nuevo modelo de comunicación horizontal, descentralizada, en el que emisores y receptores a veces trazan líneas confusas. De este modo cada vez resulta

más pertinente aquella categoría que Toffler (1980) denominó *prosumidor* para referir al usuario que se encuentra entre la producción y el consumo. En la misma sintonía Moreno (2001) llamó «lectoautor» a un lector no sólo activo, sino participante en el proceso narrativo con una forma determinada de estructurar y ordenar la realidad. La nueva cultura digital ofrece la interactividad, propia del diálogo, una dimensión determinante porque aúna las relaciones emisoras y receptoras propias de toda comunicación presencial. Sumado a ello en esta nueva comunicación digital la comunicación se ensancha, se dispersa y se expande de acuerdo con las necesidades y preferencias de los emisores/receptores que intervienen en ella.

Schwarz (2011) sugiere que los jóvenes se están desplazando de la interacción cara a cara, a la comunicación basada en las redes sociales y la mensajería, como método preferido de comunicación instantánea. A ello debemos sumarle el WhatsApp que en los últimos dos años se ha transformado en el método de comunicación instantánea prioritario ya que, además de la posibilidad de conformar grupos o comunidades con intereses compartidos, permite saber en qué momento se lee o no el mensaje que transmitimos y ofrece la alternativa de utilizar mensajes de voz que dan aún más velocidad a la comunicación. Es en este contexto que el presente trabajo busca indagar sobre las percepciones que los jóvenes universitarios tienen acerca de estas nuevas formas de comunicación que se alejan de la tradicional interacción cara a cara. ¿Encuentran desventajas en estas nuevas formas de comunicarse? ¿Cómo se apropian de estos nuevos modos de comunicación en el ámbito universitario?

LAS JUVENTUDES EN EL CENTRO DE LA ESCENA

En primer lugar, se debe tener en claro cuando se habla de juventud desde qué concepción de jóvenes se parte. La concepción más difundida por muchos años acerca de la juventud –y los jóvenes- fue la de aplazamiento, cesantía, moratoria. Sin embargo, mantener la pretensión de caracterizar a la juventud desde concepciones generalizantes no contribuye al conocimiento de los grupos sociales. Investigaciones de diversa índole enriquecieron notablemente este debate y mostraron las limitaciones del abordaje de esta categoría sólo desde criterios etarios o biológicos. Se incorporaron entonces diversas perspectivas a través de las cuales se revalorizaron aspectos simbólicos, culturales, históricos, de clase, de generación y género que hicieron estallar la noción de *juventud*, mostrando las heterogéneas formas de ser joven que existieron y existen en las sociedades contemporáneas. (Vommaro, 2015) La juventud es una categoría que cobra significado únicamente cuando podemos enmarcarla en el tiempo y en el espacio, es decir, reconocerla como categoría situada en el mundo social (Chaves, 2006).

En este sentido, ya no es posible hablar de juventud sino de juventudes, estamos en presencia de diferentes grupos de jóvenes que tienen diferentes intereses, preferencias, acceso a bienes sociales e historias de vida, lo que hace imposible caracterizarlos como una totalidad y por fuera del contexto socio- histórico en el que viven. No es preciso pensar la juventud como una etapa de transición, sino como una estación de parada y de construcción de identidad, de ruptura de normas,

de re- definición del aquí y el ahora. Acordamos con que, a diferencia de las generaciones de adultos, los jóvenes moldean su identidad no en función de un núcleo de convicciones éticas, religiosas, ideológicas, sino que construyen una identidad porosa semejante a una membrana, y dúctil dado que la juventud se concibe como momentos de cambios y ensayos.

Solo escuchando la voz de los jóvenes, se podrán comprender sus imágenes, sus representaciones sobre las cosas, sus logros y dificultades y los modos de relacionarse con otros y con lo social, es decir los modos en que los jóvenes construyen sus percepciones sobre el mundo

En este punto la inquietud que nos plantemos en el presente trabajo está relacionada al uso de las redes sociales en el ámbito específico de nuestra Facultad, en relación con los modos de comunicación y con la participación de los estudiantes.

METODOLOGÍA

Teniendo en cuenta que, como sostiene Vasilachis (1992) la práctica de la investigación sociológica actual se caracteriza por la pluralidad de métodos utilizados a fin de obtener distintos puntos de vista sobre el objeto o fenómeno bajo estudio y a partir de diversas fuentes de conocimiento, se llevó a cabo una triangulación de técnicas. Por un lado se analizaron las entrevistas en profundidad realizadas entre 2015 y2016 a los líderes de las agrupaciones políticas estudiantiles en las cuales hablaron de sus modos de comunicarse al interior de la agrupación y con el resto de los estudiantes y de manera complementaria en este 2017 se

aplicó una encuesta aleatoria a jóvenes de distintas edades y carreras a los fines de conocer de manera general y expansiva sus percepciones en relación al uso de las redes sociales y los dispositivos tecnológicos utilizados en el ámbito universitario.

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE DATOS

La comunicación en las voces de los líderes de las agrupaciones políticas

En las entrevistas realizadas entre 2015 y 2016 a los líderes de las tres agrupaciones políticas de la Facultad para indagar sobre el modo en que se comunican, coincidieron en que sólo se juntan físicamente cuando organizan algún evento específico, pero no realizan reuniones, ni semanal ni mensualmente. Coincidieron también en expresar que están conectados todo el tiempo por medio del grupo de WhatsApp y con los miembros que no militan por medio de la página de Facebook.

Dirigente C: "Nosotros no realizamos reuniones, no tenemos tiempo de coordinar horarios y demás, entonces nos **comunicamos constantemente** por WhatsApp organizamos todo por allí, con los alumnos nos comunicamos por Facebook, tenemos una página y allí contamos todo lo que vamos haciendo".

El WhatsApp parecería ser una herramienta que permite, como sostiene este líder el estar "constantemente comunicados" y organizarse al interior del grupo, mientras que hacia el exterior la principal herramienta tecnológica utilizada es la página de Facebook. Sin embargo, otro dirigente, aunque coincidió en que las redes sociales les ha facilitado muchísimo la comunicación

resaltó la importancia de la comunicación cara a cara:

Dirigente F: "La verdad que el tema del boom de las redes sociales **nos ha facilitado muchísimo** tanto el Twitter por el que se comunican todos los eventos todas las publicaciones importantes, además obviamente del Facebook y el salir una vez al mes por los cursos para que el alumno **sepa que vos estas que te conozca la cara** sepa que vos estas.

La comunicación "cara a cara" parece seguir teniendo características que no logran percibirse por medio de la comunicación digital, características que también fueron expresadas en las percepciones de los otros dos dirigentes:

Dirigente F: "Yo creo que más allá de las redes sociales y la cartelería, el **cara a cara con el alumno es muy importante porque es cuando vos realmente entendés si el problema es muy grave lo que necesita realmente**"

Dirigente D "El WhatsApp nos ha servido muchísimo para estar en contacto continuo, ya que todos tenemos horarios diferentes y después sí la página de Facebook, carteles hacemos cada vez menos por falta de presupuesto es mucho más costoso pero igual tenés que hacer carteles…**también tenemos una mesita en la Facultad porque el alumno te tiene que ver,** cualquier inconveniente, duda, consulta, se acercan a la mesita. Sobre todo lo hacemos en la época del ingreso, cuando los chicos no conocen ahí nomás tienen una duda y se acercan a la mesita, el cara a cara es importante.

Con expresiones como "el cara a cara es muy importante", "el alumno te tiene que ver" "sepa que vos estás", son características destacadas por los dirigentes que coincidieron en considerarla esencial para la comunicación con el estudiantado. Principalmente remarcaron la necesidad de la relación interpersonal para que el alumno que está comenzando a transitar por la vida universitaria comience a sentirse parte de la institución, es decir lo consideran esencial para conformar su identidad universitaria.

Los medios de comunicación tradicionales siguen siendo utilizados para difundir las actividades por medio de carteles, folletos y el paseo por las aulas. Esto se sigue realizando, aunque los jóvenes de las agrupaciones coinciden en que lo hacen cada vez menos, por una cuestión de costos (sobre todo en relación con los folletos).

De forma complementaria y partiendo del análisis de las entrevistas se aplicaron encuestas a jóvenes de diversos años (de 1° a 4°) y distintas carreras de la Facultad (Contador Público Nacional, Licenciatura en Trabajo Social, Tecnicatura en Acompañamiento Terapéutico) a fin de conocer qué medios digitales utilizan para comunicarse, sobre qué temas conversan y cuáles son las ventajas y desventajas que encuentran en ellos.

Respecto a los modos en que se comunican los jóvenes estudiantes en el ámbito universitario contestaron que principalmente se comunican por WhatsApp y en segundo lugar utilizan Facebook. El correo electrónico llamativamente no estuvo entre los medios tecnológicos más usados siendo reemplazado incluso por la llamada telefónica.

Casi la totalidad de los encuestados expresaron que forman parte de diversos grupos de WhatsApp con sus compañeros. Solo uno expresó no pertenecer a ningún grupo. Todos los que contestaron que pertenecen a grupos de WhatsApp manifestaron pertenecer a más de uno incluso hasta 5 grupos diferentes Los grupos académicos enunciados fueron diversos: el grupo de los compañeros de año, el grupo de estudio, otro grupo formado por el centro de estudiantes, el de la carrera e incluso algunos tienen grupo de WhatsApp de ingresantes o de alguna materia determinada.

Los temas enunciados por los encuestados como los que más conversan en los grupos son diversos:

-Académicos: información sobre horarios, lugares de clases o exámenes, pedido de materiales, consultas sobre trabajos prácticos, intercambio de información.

-Personales.

-Culturales: invitaciones a eventos de la Facultad organizados por las distintas agrupaciones como charlas, talleres o actividades de voluntariado, invitaciones a fiestas universitarias, etc.

-Personales

-Políticos.

Todos señalaron que los temas varían de acuerdo con los integrantes de los grupos de WhatsApp y el grado de confianza que existe entre los participantes. Es preciso destacar que, la mayoría tiene al menos un subgrupo del grupo general de compañeros de año (este subgrupo está conformado por el grupo de estudio particular, o por compañeros que tienen mayor afinidad).

Respecto a las ventajas y desventajas que ofrecen los medios digitales, como ventaja, principalmente los jóvenes encuestados señalaron la inmediatez, la rapidez de los mensajes, el poder consultar algo en cualquier momento y lugar, aclarar dudas en el momento y la sencillez de su uso. Además, la masividad de su uso ya que los encuestados expresaron que la gran mayoría de los estudiantes tiene un dispositivo móvil para comunicarse.

Como desventajas se señalaron por un lado los condicionantes propios de la tecnología: tener internet en el celular, señal, batería, la exigencia al consumidor de tener determinado modelo de dispositivo móvil para poder acceder a las distintas aplicaciones de comunicación. Y por otro lado se mencionó como desventaja, el no ver a la persona con la cual el emisor se comunica, observar sus gestos, sus tonos de voz, sus reacciones, características que parecen ser privilegiadas de la comunicación cara a cara y que, pese a los esfuerzos tecnológicos que se haga para poder equipararlas (como la utilización de emoticones o los mensajes de audio de WhatsApp) aún no son percibidas por los jóvenes como equiparables a la comunicación interpersonal

Por último, relacionada con la anterior, otra desventaja en la que coincidieron todos los encuestados fue la posibilidad de malentendidos o malas interpretaciones de los mensajes, al no estar compartiendo los participantes de la comunicación el mismo tiempo y espacio, al no estar visualizando gestos, tonos de voz, exclamaciones y miradas de los emisores.

CONCLUSIONES

Desde su existencia, Internet se ha ido renovando y avanzando constantemente en lo que refiere a herramientas y contenidos. Respecto a la comunicación ha avanzado muy vertiginosamente al punto de revolucionar los canales que se utilizaban tradicionalmente para tal fin

y ha abierto un espacio para la comunicación interpersonal que no tiene precedentes. Por este motivo, se afirma que hoy en día las tecnologías posibilitan nuevos modos de sociabilidad y de encuentro con el otro en el cual "lo simbólico de las relaciones atraviesa los capilares de la subjetividad hasta conformar la identidad básica de toda cultura: la identidad yo-sujeto que inicia la vinculación del sí mismo con el otro y que, a través de distintas transformaciones, va perfilando esa unidad bipartita con trazos que irán variando según sean los movimientos sociales que se realicen" (Martín-Barbero, 1987).

A partir de los datos resultantes de esta investigación puede afirmarse que los jóvenes en el contexto universitario se comunican principalmente por WhatsApp. Este medio digital se ha naturalizado a tal punto que los jóvenes no problematizan de qué modo se comunicarían si no lo tuvieran. A diferencia de las generaciones de jóvenes de otras décadas, los jóvenes actuales se integran en el mundo de la comunicación digital sin filtros previos ni membranas protectoras, haciendo del contexto actual crecientemente digitalizado el centro de su experiencia de vida (Urresti, 2008; Morduchowicz, 2008; Piscitelli, 2009).

La gran cantidad de mensajes que circulan por los diferentes grupos que construyen según sus necesidades y afinidades se articulan y constituyen gran parte del sentido de pertenencia e identidad a la comunidad universitaria, sea como alumno universitario o como estudiante de una determinada carrera. Los jóvenes resignifican los mensajes que circulan en sus dispositivos móviles y los reorganizan por fuera de las tradicionales fronteras institucionales de espacio y de territorios.

Sin embargo, aunque destacan la inmediatez, rapidez y comodidad de la comunicación digital no la equiparan a la comunicación cara a cara, la cual reconocen no podría ser reemplazada por ninguna forma de comunicación tecnológica. Como sostiene Carolus (2017) la comunicación digital es menos rica en lo que se refiere a canales sensoriales involucrados, lo que resulta en una disminución de la experiencia sensorial. Esta característica también es percibida por los estudiantes en el entorno universitario.

A través de este trabajo intentamos conocer la relación que los jóvenes construyen con las tecnologías digitales y los modos de circulación de los mensajes en el ámbito universitario y por medio de ello recomponer la integración de prácticas, percepciones y los distintos sentidos que encierran los modos de comunicación.

A partir de este análisis es que nos proponemos, entonces, avanzar en futuras investigaciones que nos permitan entender los medios digitales de comunicación como transformadores de la cultura y profundizar en los modos en que a través de ellos los jóvenes participan, interactúan y construyen su identidad de estudiantes universitarios.

BIBLIOGRAFÍA

CAROLUS, Astrid. **¿Somos más felices? La comunicación cara a cara está muriendo con las redes sociales**. Disponible en http://www.dinero.com/pais/articulo/impacto-de-las-redes-sociales-en-las-relaciones-personales/241332, 2017.

CASTELLS, Manuel. **La era de la información. Economía, sociedad y cultura.** Volumen I. Madrid. Alianza Editorial, 2001.

_____ **La sociedad red**. Madrid. Alianza Editorial, 2006.

CHAVES, Mariana. **Investigaciones sobre Juventudes en Argentina: Estado del arte en Ciencias Sociales. Informe para el Proyecto: Estudio Nacional sobre Juventud en la Argentina.** Dirigido por Eleonor Faur. P.p. 1-92. Buenos Aires, UNSAM-DINAJ. Disponible en: http://www.unsam.edu.ar/publicaciones, 2006. Acceso: septiembre 2008.

MARTÍN BARBERO, Jesús. **De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía**, Barcelona: Gustavo Gili, 1986.

MORENO, I. **Genoma digital**, en *Anàlisi*, 27, 112, 2001. Disponible en Internet en: http://www.bib.uab.es/pub/analisi/021121 75n27p101.pdf 3 Ibidem, 108. 4.

MORDUCHOWICZ, R. **La generación multimedia, significados, consumos y prácticas culturales de los jóvenes.** Buenos Aires. Paidós, 2008.

PISCITELLI, Alejandro. **Nativos digitales. Dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de la participación**. Buenos Aires, Santillana, 2009.

SIBILIA; Paula. **¿Redes o paredes? La escuela en tiempos de dispersión**. Editorial Tinta fresca. Buenos Aires, 2012.

TOFFLER, Alvin. **La tercera ola**. Bogotá, Plaza y Janés, 1980.

URRESTI, Marcelo; LINNE Joaquín; BASILE Diego. **Conexión Total: Los jóvenes y la experiencia social en la era de la comunicación digital**. Grupo Editor Universitario / Clacso, Buenos Aires, 2015.

VASILACHIS, Irene. **Métodos Cualitativos I, Los problemas teóricos metodológicos**. Buenos Aires. Centro Editor de América Latina, 1992.

VOMMARO P. **Relaciones entre juventudes, políticas y culturas en la Argentina y en América Latina actuales: Miradas desde las formas de participación política de los jóvenes en movimientos sociales y desde las políticas públicas**. *En Juventudes en la Argentina y América Latina: Cultura, política e identidades del siglo XX al XXI*. Centro Redes, Argentina, 2015. www.centroredes.org.ar .