

La comunicación de los jóvenes adolescentes en las redes sociales

Communication of young adolescents in social networks

Javier Callejo Gallego. Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED)

Jesús Gutiérrez Brito. Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED)

Recibido: 20-II-2014 – Aceptado: 12-IX-2014

Resumen:

Este artículo presenta los resultados de un estudio empírico cualitativo sobre el uso de las redes sociales en Internet, realizado en Madrid entre jóvenes y adolescentes. Se plantea y discute la tesis que entiende las redes sociales digitales como un artefacto para generar comunicación dialógica. Por lo tanto, se pone entre paréntesis el carácter discursivo de las redes sociales y su forma comunicacional centrada en el relato como forma expresiva, y como tradicional objeto de análisis. Observando lo que hacen los jóvenes adolescentes en este espacio para la comunicación, se concluye que las redes sociales digitales tienen su propia forma de interacción social, modificando sustancialmente el sentido e interés relacional que imponen formalmente a los sujetos que las emplean.

Palabras Clave:

Jóvenes, redes sociales, comunicación, diálogo, Internet.

Abstract:

This article presents the findings of an empirical study on the use of social networks among Spanish adolescents. We develop and support the central theoretical thesis of this study. Questioning the discursive character of social networks and their communicational function, we analyse the network as an artefact whose ultimate objective is to generate dialogue. This approach shifts the sociological interest from understanding what adolescents do in this space and its consequences to the problem of what this artefact formally imposes on communication and on their relationship interests.

Key words:

Youth, social networking, communication, dialogue, Internet.

¹ La investigación que presenta este artículo forma parte de las acciones emprendidas en el proyecto conjunto PROCOTIN sobre televisión e infancia, financiado en su totalidad por la Comunidad de Madrid y dentro del Programa de Actividades de I + D.

1. Introducción

Las denominadas redes sociales digitales –*social media*²– están llamando a cambiar la forma de entender la relación con los medios. Pero, también, a cambiar la teoría de la comunicación (Holton, 2012), la forma de ver la trayectoria de los medios, así como a reflexionar sobre las posibilidades de otras metodologías y otras proyecciones sobre la sociología de la comunicación. No obstante, la prudencia llama a ir fundamentando los distintos pasos con observación empírica. Es el principal objetivo de este trabajo, que pone su foco en uno de los elementos de la relación entre sociedad y este medio de comunicación, como es la forma de comunicación principalmente usada en ellas. Las preguntas, articuladas entre sí, son: ¿qué tipo de comunicación usan los emisores de este nuevo medio de comunicación? ¿qué características tienen los mensajes que se usan en este medio y qué sentido dan a los mismos los propios sujetos que los producen?

El uso de redes sociales, y especialmente la incorporación de éstas en simultaneidad con otros medios de comunicación como la televisión o la radio, plantea la cuestión de la importancia que ha llegado a tener esta forma de comunicación entre la población usuaria de Internet, y muy especialmente entre las nuevas generaciones que se han socializado en este medio. Perriault (1991), subrayando las competencias existentes de los sujetos, observa cómo se da en este campo de los usos de las máquinas de comunicar la particularidad de que las nuevas generaciones son diferencialmente competentes –por no decir más competentes, en muchos aspectos– que las anteriores. Ello conlleva dificultades cuando se trata de discutir o imponer unas reglas de uso –consideradas normativas, en el *deber ser*– sobre los usos llevados a cabo cotidianamente – el *cómo son* tales prácticas– por esos grupos sociales o, como tiende a ocurrir, categorías enteras de sujetos, como son los jóvenes o adolescentes. Situación más que probable cuando enfrentamos categorías como jóvenes o adolescentes que son *nativos digitales* (Prensky, 2001; Piscitelli, 2009) y adultos escasamente alfabetizados en la digitalización o que han llegado a ella más tarde (*inmigrantes digitales*) (Casado Ortiz, 2005; Gutiérrez, 2003).

En este sentido, el estudio empírico de las redes sociales, y su presencia entre los más jóvenes, se ha centrado mayormente en cuestiones sociológicas vinculadas con la identidad y la presentación de uno mismo (Davis, 2012; Ming y Lee: 2010), la sociabilidad (Skoric y Kwan: 2011) o con las formas de su uso general, el *para qué* se usan, como en los estudios de Sánchez y de Frutos (2012), Merino (2011) o Monge y Olabbarri (2011), entre los estudios más recientes en España, así como los efectos que las redes pudieran tener para este colectivo de jóvenes (Escobar y Román: 2011), relegando a un segundo plano, como si estuviera implícito en lo anterior, las propias formas de comunicación. Partiendo de tal ausencia, se presentan los resultados de una investigación donde, partiendo de los intereses que llevan a la utilización de estos medios, se centra en las formas de comunicación usadas y el sentido dado a las mismas por los emisores.

² Tomamos la definición de *social media* de Kaplan y Haenlein (2010) como las aplicaciones basadas en Internet sobre los fundamentos de la Web 2.0 que permiten la creación y el intercambio de contenidos generados por el usuario.

Entre los antecedentes más inmediatos del esfuerzo empírico que aquí se presenta, hay que apuntar el estudio elaborado por el INJUVE, con la colaboración del Centro de Investigaciones Sociológicas (estudio 2889³). El trabajo de campo se realizó en el pasado mes de mayo de 2011, con entrevista personal mediante cuestionario estandarizado aplicado en hogares, a una muestra de 1419 jóvenes entre 15 y 29 años de todo el territorio nacional⁴. En él, se encuentra que el 74,4% de estos jóvenes opina que la gente se vuelve más perezosa con el uso de nuevas tecnologías. Se revela así una forma de comunicación perezosa, que lleva a la expresión fácil, porque es la lógica del mínimo esfuerzo la que domina la red. Hay que subrayar cómo aparecen dos rasgos aparentemente contradictorios. Por un lado, la capacidad para producir nuevas relaciones sociales (“*Es más fácil hacer nuevas amistades*”); pero, por otro, señalan que *la gente se aísla más*. De hecho, el 54% de los consultados señala las dos afirmaciones simultáneamente. Cohabitación de opuestos que parece apuntar a la calificación de las características de esas nuevas amistades o relaciones sociales: son nuevas amistades que no sacan a los usuarios del sentimiento de soledad. Son nuevas relaciones sociales desde la soledad y, tal vez, para la soledad, en la medida que no traspasan cierto umbral en la construcción de la relación. Aparecen como *relaciones sociales para hablar*, con las que establecer un diálogo; pero sin que la relación vaya a más, que viva y muera en el diálogo. Es más, en su contribución al diálogo colectivo, porque lo que hay que subrayar es que son relaciones colectivas, con la red, con el conjunto de la red, más que relaciones uno a uno. Se habla a la red y se escucha desde la red.

Tres son los principales usos de Internet. En primer lugar, la búsqueda de información y documentación: 82% de nuestros usuarios. Ahora bien, siguen dos funciones netamente relacionales: 79,6% redes sociales (Twitter, Tuenti, Facebook, etc.) y el 76% correo electrónico. Al principio, hay que resaltar cómo el 71% de los usuarios se conectaron a una red social el día anterior al de la encuesta. Es más, tres de cada cuatro nuestros usuarios de Internet se conectan diariamente a alguna de las llamadas redes sociales (Facebook, Tuenti, Twitter, etc.), dedicando una duración media de una hora y treinta minutos en cada conexión.

En los resultados de este estudio del INJUVE-CIS, se observa cómo la media de contactos en red es de 273,87, mientras que la de aquellos con los que se tiene una relación de amistad consolidada se queda en 42,50. No obstante, se muestran importantes diferencias en función de la edad, siendo los más jóvenes –entre 15 y 19 años– los que dicen tener más contactos en total y más amistades consolidadas en la red. Tal vez tengan menos referencias a la hora de calificar una buena relación frente a otras. Por lo tanto, la gran mayoría de los contactos producidos en Internet se consideran de segundo grado. Del tipo personas con las que dialogar. Algo menos, uno de cada seis contactos en las redes sociales, se considera una amis-

³ Puede consultarse en la base de datos del Centro de Investigaciones Sociológicas a través de su web: www.cis.es

⁴ Excepto las ciudades autonómicas de Ceuta y Melilla. Muestra seleccionada con un procedimiento de muestreo polietápico, estratificado por conglomerados, con selección de las unidades primarias de muestreo (municipios) y de las unidades secundarias (secciones) con probabilidad proporcional a su tamaño, y de las unidades últimas (individuos) por rutas aleatorias y cuotas de sexo y edad. Para mayor concreción de los aspectos metodológicos, véase la ficha técnica del estudio en www.cis.es

tad consolidada. Resultado que parece indicar que este artefacto comunicativo sirve más para hablar, sin que se ofrezcan evidencias de las formas concretas de tal habla.

Por último, subrayar cómo, desde la retórica (Gamonal, 2004; Berlanga, 2012), se ha asimilado el espacio de las redes sociales en Internet al del ágora griega, a un espacio de expresión democrática, y, por lo tanto, de ejercicio y lucha por el poder, a través del discurso. Sin embargo, aquí se discute tal carácter discursivo de las redes sociales y la importancia que esto pudiera tener para su observación e interpretación y, sobre todo, su proyección política, tan acentuada recientemente con las movilizaciones de jóvenes en el mundo árabe y el sur de Europa (Castells, 2012).

2. Formas de comunicar

Plantear la hipótesis de que las aplicaciones de redes sociales, como Facebook o Twitter, exigen otras formas de comunicar nos lleva a discutir las distintas formas de comunicar. La intuición, al menos, de que la forma de comunicar en las redes sociales existe. Así, Bernete (2010:42) habla incluso de grado cero de la comunicación en las redes sociales, destacando la distancia que esta forma de comunicación tiene del relato y, por lo tanto, acentuando una expresión y una percepción fragmentada, propia de la postmodernidad (González Requena, 2006). Se percibe que el discurso pasa a un segundo plano (Siles Ojeda, 2011), bebiendo del diagnóstico de Lyotard (1984) sobre el fin del discurso y el fin de la modernidad.

Para entrar en la observación de la forma de comunicar en las redes sociales, es pertinente establecer la diferencia entre relato y diálogo. Los relatos tienden al cierre y se conforman como unidad a la que se atribuye un sujeto. Así, se dice: el relato del yo, el relato de la burguesía, el relato del proletariado. Además, precisamente por tener un sujeto, el relato está territorializado, pertenece a un espacio y tiempo concreto: el relato de la burguesía inglesa de finales del siglo XIX, el relato del proletariado andaluz de principios del siglo XX, el relato del movimiento indignado de mayo del 2012 en España.

Por oposición, el diálogo carece de sujeto. Se habla. Como señala el fundador de la perspectiva dialógica, Bajtin/Voloshinov⁵ (1976), lo importante es la enunciación. De las aportaciones de este autor, hay que destacar como relevantes para este estudio:

- El acento que se pone en la sintaxis –sobre lo fonético y lo morfológico, dominantes en la lingüística en la que escribe– como aproximación de los procesos concretos del habla. Acento en la sintaxis, donde el autor ruso recoge la crisis experimentada por la semántica desde finales del siglo XIX. El diálogo antepone la sintaxis a la ley del significado. El diálogo en las redes sociales es una continua sintaxis entre fragmentos que tienen un limitado número de caracteres.

⁵ Se tiende a asumir el hecho de que era el propio Bajtin quien escribía bajo la firma de Valentín N. Voloshinov.

- La diferencia que se hace entre oración –categoría lingüística abstracta– y enunciado, comprendido como totalidad verbal donde se encuentra el sentido. La forma del enunciado, en cuanto expresión, es secundaria. En las redes sociales, como se observará especialmente en el uso que de ellas hacen los jóvenes, las variedades formales del enunciado tienden al infinito a pesar de la limitación de caracteres.
- La relevancia que se da a la recepción y la expresión como diálogo, en distintas dimensiones: al hablar se tiene en cuenta lo dicho por otros (el autor es antes un receptor) y el que se reciba por otros. Tal vez en ningún sitio como en las redes sociales se concreta el hecho de que el autor es antes un receptor. Receptor desde que se da de alta en las distintas redes sociales.
- La carencia de unidad del diálogo y su proyección en la reacción del otro: “análogo a los intercambios en el diálogo”. El párrafo es algo así como un diálogo invalidado que se ha introducido en el cuerpo de un enunciado monólogo. Detrás del recurso de dividir el discurso en unidades llamadas párrafos en su forma escrita, se encuentra la orientación hacia el oyente o el lector y el cálculo de sus posibles reacciones. Un párrafo se explica por la reacción de los receptores.
- El protagonismo que se da al discurso está referido y diferido por las redes sociales. La mayor parte de las intervenciones apuntan a lugares, ajenos a la red social, donde están los discursos de los otros (post, enlaces, etc.). En la red no caben los discursos; pero sí la referencia a ellos.

La importancia de estos aspectos tomados de la obra de Bajtin deriva de observable presencia en las redes sociales. De comprobarse, se puede aventurar que son aspectos definidores del primer medio –no exclusivamente privado– que soporta una forma de comunicación netamente dialógica.

Hasta ahora, los medios de comunicación han encontrado notables dificultades para la introducción del diálogo, incluso como representación. Repasemos sintéticamente las distintas máquinas de comunicar. En los primeros materiales impresos, prácticamente no había huella del diálogo. Dominaba lo doctrinal, relatos cerrados y autoritarios. La novela, en sus orígenes italianos, carecía de diálogo. Se atribuye a Cervantes la renovación de la misma con la introducción del diálogo⁶.

El cine, la radio o la televisión dieron un papel relevante al diálogo; pero es el diálogo representado en relatos. Es más, cuando la radio o la televisión dan un paso más y parecen abrirse al diálogo, como ocurre en los programas en directo con

⁶ Precisamente por su carácter dialógico puede seguir reivindicándose la actualidad de *El Quijote* (García Serrano, 2012; Mariottini, 2011). Podría interponerse la objeción de que, por ejemplo, la filosofía de Platón era expuesta en diálogos; pero precisamente porque no está pensada para ser expuesta a través de ninguna máquina. Ni siquiera a través de la escritura, de la que se sospechaba. Tales diálogos –realmente monólogos expresados en forma de diálogo– adquieren sentido en la oralidad y la presencialidad. El problema está en la introducción del diálogo en la comunicación colectiva mediada.

participación de la audiencia –televidentes u oyentes que llaman por teléfono al programa– las dificultades son enormes, casi insufribles: hay que cortar (más o menos autoritariamente) las intervenciones de los participantes, que tienden a alargarse y monopolizar la palabra; las interrupciones se convierten en ruido; se buscan rápidas transformaciones del diálogo en relatos, solicitando resúmenes, conclusiones, síntesis finales. Hay una búsqueda de metadiscurso –discurso, al fin y al cabo– que integre la variedad dialógica en un único relato. Estas máquinas todavía son máquinas del relato, buscan producir relatos.

Es más, cuando estos medios de comunicación –bajo la coartada de la interactividad– se abren a la participación de los receptores, lo que se obtiene es una mayor integración del diálogo en la lógica del relato del programa o diario digital. Participan subordinadamente en el relato de tal programa o diario digital, como antes lo hacían las cartas al director en los diarios de papel (Forsythe, 1950; Perrin y Vaisey: 2008). En lugar de interactividad puede llamarse, como refiere Zizek (1999:134), interpasividad.

Esta concepción lleva a acentuar las diferencias entre relato y diálogo. Incluso entre discurso y diálogo, distanciándose de la tendencia más o menos arraigada de incluir el segundo como clase del primero. Tal vez sea el psicoanálisis el que mejor ha elaborado la diferencia entre discurso o relato (del yo) y diálogo (analítico). Es más, buena parte de su técnica se fundamenta en tal diferencia (Lacan, 1983). No es nuevo el replanteamiento de los géneros discursivos⁷, rehaciéndose sus clases; pero lo que aquí se subraya es la pertenencia a distintos niveles de la realidad comunicativa cuando hablamos de de discurso y de diálogo. Así, Van Dijk (2000:21) diferencia entre discurso y diálogo, de manera que el discurso se puede manifestar a través del diálogo. A pesar del esfuerzo de este autor por concentrar el análisis del discurso en su manifestación dialógica. La distancia entre relato, como concreción más formalizada del discurso, y diálogo es aún mayor. Por su parte, Barthes (1970) sitúa el diálogo como etapa previa del discurso.

La oralidad, tan propia del diálogo, es una tendencia del conjunto de la escritura en el ámbito digital. Es una escritura que se identifica sin esfuerzo con la comunicación oral. Como dice Rodríguez de las Heras (2012), parece más oral que escrita. Se señala así que oralidad y escritura no son términos opuestos⁸, siendo la diferencia entre ellos cualitativa, sin una escala común (de Certeau, 1990:198).

Se pueden seguir acentuando las diferencias. El relato suele llevar adjetivos: de la actualidad, originario, fascista, burgués, jurídico, médico, sexista... El diálogo, a lo sumo, del lugar concreto donde se realiza: es el diálogo en... un espacio, un escenario concreto y, sobre todo, un tema. El relato necesita credibilidad. El gran relato, que busca legitimar, del que nos

⁷ Véase, entre otros, Charaudeau (2010), haciendo referencia a Bajtin.

⁸ De la misma idea de no oposición entre escritura y oralidad son, entre otros, Goody (1979) y Martin (1999). Por otro lado, no son simétricas las oposiciones Lengua/Habla, Escritura/Oralidad, Discurso/Diálogo., ni en el nivel: epistemológico la primera, metodológico la segunda y tecnológico la tercera; ni, derivado de su diferente nivel, en intensidad. Aun cuando hay líneas de conexión preferentes.

habla Lyotard (1984) exige credibilidad. Es de la verdad (episteme); mientras que el diálogo es del orden de la opinión (doxa) y la participación. Pero hay que reconocer que diálogo y relato interactúan, sirviéndose el uno del otro (Munté y Seradell, 2010).

A través de las redes sociales digitales, parece obtenerse con facilidad uno de los estilos que Bajtin (Voloshinov, 1976) situaba como caso clásico del dialogismo, la interferencia de discursos. Toda intervención en la red aparece como una respuesta a lo dicho que, a su vez, busca nuevas respuestas, de un colectivo. Palabra sobre palabra, como llamaba Bajtin a la actividad verbal: “*juntar palabras de otras personas [y] palabras que parecen ser de otras personas*” (Voloshinov, 1976:193). Las intervenciones se engarzan sobre un tema, aun cuando sea de forma implícita y es la cadena en sí de intervenciones, su extensión, lo que hace relevante determinado diálogo, convirtiéndolo en *trending topic*, como ha sabido explotarlo Twitter.

3. Metodología

La observación empírica para la captación de la forma de comunicación usada en las redes sociales digitales y su lógica de uso se ha centrado en jóvenes y adolescentes. En primer lugar, por el extenso uso que hacen de las redes sociales. En segundo lugar, porque son “sus máquinas” y están supuestamente menos hechos a otras máquinas de comunicar. En contra de esta elección, las dificultades metodológicas de la propia observación, pues las distancias entre observadores adultos y observados son profundas (Callejo, 2010). Los jóvenes son reactivos a ser observados, especialmente cuando tienen conciencia de expertos en el campo y, además, se integra en el espacio privado que los conforma precisamente frente a los adultos, como grupo de jóvenes o adolescentes. Ello requiere que la aproximación sea especialmente abierta. Por ello y porque se desea observar el sentido que los jóvenes y adolescentes dan a sus formas de comunicar, la aproximación se ha realizado desde la perspectiva cualitativa. Desarrollada entre los meses de abril y mayo de 2011 en la ciudad de Madrid, se han realizado ocho grupos de discusión entre adolescentes, con un diseño fundamentado en los criterios de edad, clase social y sexo, según se presenta en el cuadro que se adjunta al final del texto⁹. El diseño concreto de los grupos fue el siguiente:

⁹ Este estudio cualitativo es parte de las acciones emprendidas en el proyecto conjunto PROCOTIN sobre televisión e infancia, financiado en su totalidad por la Comunidad de Madrid y coordinado por Luis Núñez Ladevéze. En su conjunto, el estudio realizado entre 2008 y 2012, se compone de una parte centrada en máquinas de comunicación tradicionales como la televisión y su contenido más diversificado, la publicidad, seguida de una segunda parte (la que se presenta) centrada en nuevas máquinas y las repercusiones que dichas máquinas producen en la misma comunicación.

Tabla I. Composición de los grupos realizados

CLASE SOCIAL			
	Media-alta	Media-baja	
13-14	Chicos	Colegios privados (laicos), barrios céntricos (GRUPO 1)	Colegios públicos, barrios no céntricos (GRUPO 2)
	Chicas	Colegios privados, no céntricos (GRUPO 3)	Colegios públicos y privados, cinturón oeste metropolitano (GRUPO 4)
15-16	Chicos	Colegios públicos y privados, cinturón oeste metropolitano (GRUPO 5)	Colegios públicos, barrios céntricos (GRUPO 6)
	Chicas	Colegios privados (religiosos), barrios céntricos (GRUPO 7)	Colegios públicos y privados, cinturón sur o este metropolitano (GRUPO 8)

Puede decirse que la dinámica de los grupos realizados se distanció de lo que pueden considerarse diseños más estandarizados como los que se proyectaron para la primera (Gutiérrez, 2008), ya que dos decisiones metodológicas sobre la misma la configuró de manera particular:

- a) La presencia de un ordenador con conexión a Internet, donde los chicos y chicas *mostraban* sus redes sociales, para que hablaran de ellas –quienes estaban, lo que decían– a los otros miembros del grupo y, por lo tanto, al moderador de la misma.
- b) La solicitud de inserción en la red del propio observador, lo que rompe uno de los principios que tienden a aparecer como generadores de la propia dinámica de esta práctica de investigación (Ibáñez, 1979), como es el de que el grupo de discusión –que funciona agrupándose, pero no es grupo (Callejo, 2001)– "termina" cuando se levanta la sesión. En este caso los grupos se prolongan y se mantienen en forma de grupos "virtuales" hasta la actualidad, esperando que la misma acción observadora se agote por sí misma y en función de los objetivos marcados por la investigación, después de lo cual, como las sondas enviadas al espacio, su misión será seguir enviando señales de información sobre cualquier actividad o cambio que llame la atención.

Durante esta aproximación cualitativa, se puso de manifiesto la reactividad de los adolescentes a la observación (Callejo, 2010) y, sobre todo, el choque entre el *mundo de vida* puesto en juego por el sistema de la ciencia, en la observación, y el *mundo de vida* de los observados; pero tal vez no haya práctica de investigación social alternativa que permita, como estos

especiales grupos de discusión¹⁰, presentarse como sinceros inexpertos a los observadores y situar a los expertos –los jóvenes y adolescentes– en la posibilidad de mostrar sus experiencias.

Si hay una edad especialmente grupal es la adolescencia. La separación del grupo original –la familia– se complementa con la inmersión en el grupo de iguales, constituyéndose en su nicho comunicativo fundamental. Colocar los adolescentes en una situación a la vez experimental y, por lo tanto, distante, pues hablan a un adulto, y, por otro lado, cercana y regresiva como la grupal que los ponía en un disparadero discursivo, en la posibilidad de dotar y ofrecer el sentido que proyectan en el uso de las redes sociales, que es lo que se proponía hablar en los grupos de discusión. Desde este punto de vista, hay que acentuar la pertinencia de las técnicas grupales para abordar la relación de los adolescentes con las nuevas tecnologías (Brito, 2012).

Prácticamente la totalidad de participantes en los grupos se caracterizan por mostrar una alta implicación en la utilización y reconocimiento de las redes sociales. Todos ellos conocen varias redes sociales e incluso han llegado a utilizarlas en algún momento, clasificando a éstas como redes para más mayores las que alcanzan un mayor alcance e identidad global (internacional) y los usuarios tienen más edad (por ejemplo Twitter o Facebook). Por el contrario, las redes utilizadas por los adolescentes más jóvenes (12, 13 y 14 años) son precisamente las más locales (nacionales) y reducidas a un segmento de edad más acotado (por ejemplo Tuenti).

En los grupos no hubo problemas en mostrar públicamente las redes particulares de las distintas personas participantes, dejándose entrever las cuestiones en las cuales se fijaba el grupo y los propios/as interesados/as. La lógica de la ostentación, el atractivo por mostrar que se está en una red social, se impone a la lógica de la privacidad, a la que tal vez renuncian desde que están en la propia red social. Al entrar en ellas, con el observador externo (adulto investigador) presente, destaca el interés por el volumen de amigos/as, las imágenes contenidas (subidas) y la identificación y reconocimiento de la persona que muestra la red, la valoración y juicio como forma de presentación.

4. Las redes sociales digitales como medio para la producción dialógica

En esta presentación de las prácticas de los adolescentes con relación a las redes sociales, se da preferencia a cómo han sido contadas por ellos. Se reconoce una lógica de la ostentación por estar en la red, por ser de una red. Ser de una red es distinto de ser una red o una marca entre las redes. Es, en primer lugar, estar en un momento, en una sociedad. Es estar. Lo contrario es estar excluido. Algo duro a cualquier edad, vivido como socialmente mortal cuando se es adolescente.

¹⁰ Por las particularidades de la práctica de investigación llevada a cabo –distanciándose de los grupos de discusión más estandarizados y, aún más, de los denominados *focus group*– hemos preferido denominarla grupo metacomunicativo. Ello por varias razones: a) su objeto es, además de los contenidos expresados, las propias formas de comunicar; b) la comunicación con los participantes va más allá de la situación experimental grupal de observación inicial; y c) el análisis va más allá de la comunicación expresada en tal situación grupal.

Todos los integrantes de los grupos demuestran haber tenido antecedentes con medios de comunicación digital (*messenger* y correo electrónico). Precisamente dicho medios son considerados la antesala y/o los antecedentes directos de las redes sociales que actualmente utilizan y que compiten en popularidad con la telefonía móvil y el uso de “las blackberrys”. Su trayectoria vital es ya una trayectoria digital.

Sin embargo, llama la atención la idea de entender Internet como un instrumento mediado a través de las redes sociales. Incluso la mensajería se convierte en un espacio adicional a la red, como la parte de la comunicación en la red que no se comparte. De esta forma, en los grupos entienden que la red social lleva incorporada la posibilidad de Internet, mensajería, blogs, etc., pero no se confunde con lo que ésta ofrece y el uso que se hace.

“- Cuando llego a casa después del colegio lo que hago es encender el ordenador y me meto en Tuenti para ver el correo. Luego ya me pongo a ver que hay por ahí y así...” (Grupo 1, de chicos, clase media-alta).

De este modo, los grupos entienden que el correo electrónico o el chat es un medio de comunicación privado, y que en la práctica las personas que muestran su Tuenti evitan entrar o utilizar en presencia de otras personas. Pero también se observa que hay otros usos de Internet que se conceptualizan al margen de la red: búsquedas de información para las tareas escolares o la audición y descarga de música, lectura de noticias deportivas, paginas de famosos, etc. La red es, por tanto, una mediación que se utiliza para actualizar o reforzar otros usos distintos. Esto es así, por ejemplo, en la presentación de un video que aparece en Youtube, o el interés de escuchar la última canción de un grupo de música, las fotos de algún amigo, etc. Según las cuestiones a tratar, la red es apropiada cuando es necesario comparecer o mostrar algo de interés particular sobre la comunidad. Cuando el interés es disputado por varios, o cuando el interés es particular (una persona solo), la red media otros medios con usos diferentes. De ahí por ejemplo, la intervención paradójica de un usuario donde pretende hacer uso del chat concertado a través del tablón de anuncio en la red, y como una forma de cambiar de canal: “dentro de un ratito ponte al chat y hablamos”. Es como remitir la forma conversacional de la comunicación a otro lado. Entonces ¿qué es lo que se produce en el espacio público de la red social?

El uso de las redes sociales se produce prácticamente a diario, variando el tiempo de conexión y el uso de las prácticas realizadas según necesidades relacionadas con los estudios, la vida familiar u otros condicionantes. No obstante, para el conjunto de la muestra llama la atención el hecho de anormalidad o extrañeza ante compañeros/as que todavía no están o no usan las redes sociales. La excepción es el estar fuera de las redes sociales. La norma es estar, de aquí que *hacerse presente* se convierta en una exigencia.

Una primera y básica utilización de las redes sociales es la que conecta al adolescente con el grupo de pares que a su vez utiliza la red social. De ahí que la red se caracterice por “tener” o “estar” (tengo tantos amigos, tiene nuevas fotos, un correo, está con éste o con aquel, le ha dejado el novio o la novia, etc.), y no tanto por *hacer* o *interpretar* lo que la red comunica o mediatiza. Supuestamente, el *chequeo de canales* e informaciones es lo que con mayor asiduidad se impone

como forma de lectura en la red. La pregunta es: ¿quién habla? ¿quién está?. Prueba de ella son las esquemáticas intervenciones escritas con abundantes expresiones onomatopéyicas, haciendo sonar los fonemas en una escritura más próxima al lenguaje oral que escrito.

Por regla general, las redes sociales utilizadas por los grupos realizados contienen a su vez grupos que están en red y a las que podríamos referirnos como “micro redes grupales”. Visto así, la red social parece una envoltura (más virtual que real) en la cual las redes grupales (más reales que virtuales) se desenvuelven y crecen a un nivel distinto al exclusivamente presencial. Por ejemplo, se crece en contactos y número de conocidos y se incorporan o descartan de la red grupal los amigos o conocidos más próximos. De hecho, el número de contactos (personas conocidas) en red puede alcanzar fácilmente varias centenas, como se observa en el estudio del INJUVE, aunque interaccionando realmente con un número inferior a la quincena y comunicándose con los más amigos. De aquí que la pregunta sobre quién está hablando ocupe un lugar central.

¿Quién interviene? ¿Quién está ahí? Aparecen como preguntas fundamentales. Aunque manifiestamente informal, el diálogo en la red social también tiene sus reglas. Lo siguiente son comentarios sobre los controles y la imposición de reglas en el uso de la red.

- *En Tuenti y así, no puedes poner lo que tú quieras.*
- *No, te denuncian, te denuncian y...*
- *Sí, hay gente que pone algo sobre alguna persona, diciendo algo,...*
- *Y videos...*
- *Sí, te denuncian y ya estás fuera. Te bloquean.* (Grupo 6, de chicos clase media - baja, 15-16 años)
- *En la red hay policía. Hay gente que mira por si ve algo que no está bien. Es que no vale todo.*
- (Moderador) ***No vale todo ¿Y qué es lo que vale?***
- *Es que hay gente que quiere hacer daño, fastidiar a alguien y ...*
- *Puedes comentar cosas pero sin meterte con nadie...* (Grupo 8, de chicas clase media-baja, 15-16 años)

Junto al *heterocontrol autoritario* (denuncia o vigilancia policial) y el *autocontrol societario* (hay gente en la red que hace daño), la sensación que tiene el joven de controlar la comunicación a través del artefacto y, por lo tanto, de controlar las relaciones sociales. En las incipientes relaciones autónomas con el otro –sobre todo si es del otro sexo– el adolescente se siente desasistido de herramientas cognitivas y expresivas para actuar, alcanzando así los más altos grados de torpeza relacional y, lo que tal vez sea peor, sentimiento de inutilidad relacional entre los más sensibles. Sin embargo, las relaciones con los otros a través de esta vía de diálogo se establecen en un contexto de sentimiento de seguridad, de estar cubierto y

protegido de los peligros del mundo, de su propio mundo, de las imprudencias de los otros y las suyas. En el diálogo, no es necesario ir con la sólida identidad por delante con la expresión de un discurso cerrado y coherente. No se trata de relatar, de contar algo, de trazar una coherente historia propia, con pasado y futuro. Lo que se exige es precisamente contribuir al diálogo, *hacerse presente*.

Sobre este particular, hay múltiples referencias en los grupos. Por ejemplo:

“En el tablón tu pones lo que sea..., si estas mal un día pues pone algo así que diga que estas que estas mal o que es tu cumpleaños...Así tus amigos se interesan...” (Grupo 2, de chicos, clase media-baja, 13-14 años)

“La semana pasado subí unas fotos que nos hicimos unas amigas y yo en el fin de semana. Las subes y las vemos..., te ríes y compartes las fotos. A ver qué tal y eso...” (Grupo 7, de chicas, clase media-alta, 15-16 años)

“Cuando ganó el Real Madrid puse los goles que metieron, uno detrás de otro, así para que vean... (risas)”. (Grupo 2, de chicos, clase media-baja, 13-14)

“En la red te enteras de cosas. Si tiene novia o está con otra, (risas)..., Es fácil saberlo”. (Grupo 7, de chicas, clase media-alta, 15-16)

El adolescente convertido en *internauta* en su comunidad-red es como el conductor de vehículos que circula por su propio país, por las carreteras de su comarca o de su barrio. Una seguridad que, como puede ocurrir en la conducción de coches, puede desembocar en comportamientos agresivos o de riesgo, como el hecho de que la seguridad sentida en el uso del diálogo lleve a citas con desconocidos, con personas de las que apenas saben algo a través de los mensajes mandados en la propia red. Los jóvenes y adolescentes son conscientes de estos riesgos cuando hablan al adulto y de las precauciones que hay que tomar con respecto a los mismos. Sin embargo, la propia sensación de seguridad que da el uso habitual del diálogo en la red social abre la puerta a comportamientos menos reflexivos, llenos de intensidad y carnalidad. Una carnalidad que acerca la expresión a la oralidad, a pesar de estar escrita, pues parece acercar la carnalidad de la que habla Bajtin (Voloshinov, 1976).

A su vez, los usos de las redes pueden ser activos o pasivos. Activos en la medida en que el usuario es parte y producto de la red que utiliza, como cuando se suben fotos desde su perfil para compartir con otros. Pasivo en la medida en que solo es parte de la red como consumidor, como cuando se cotillea los que están o no están, lo que pasa a otros. Por lo general, los usos de las redes sociales varían desde “pasar el rato”, hasta “llamar la atención”, “buscar comprensión” o compartir una afición, etc. La red social adquiere así el carácter de un refugio. Un lugar en el que hablar y ser escuchado, un lugar en el que la lógica del don dibujada por Mauss (1985): obligación de dar, obligación de recibir y obligación de devolver, se transmuta aquí, si se quiere ser miembro activo de la red social y, por lo tanto, de la comunidad virtual, en: obligación de hablar, obligación de escuchar y obligación de contestar. Es decir, la lógica del don se transmuta en la lógica del diálogo. Efecti-

vamente, el grupo de chicos de clase media-baja, de 15 y 16 años, hace referencia a la importancia que tiene la intervención en la red como objeto de intercambio. De este modo, el grupo comenta cierta actitud colaborativa de atender por principio todo tipo de demanda comunicativa, devolviendo especialmente las que considera más fructíferas.

En cualquier caso, se pone de manifiesto una particular manera de relacionarse que es alternativa vivida desde una mayor seguridad que la relación cara a cara o presencial (difícilmente controlable por el adolescente). Desde el control que produce la red, este tipo de relación se caracteriza por ser más desinhibida y franca, facilitar la resolución de problemas o tensiones, canalizar sentimientos y gestionar emociones, etc. Lo siguiente es un ejemplo de conflicto llevado a conversación en Tuenti.

- *“Pedir perdón no cuesta nada, sabes?”*
- *Vale vale yo no se nada xD*
- *Tú jorel callaté que no sabes nada! Jajaja Tequiero*
- *Esque muy mal eeh! jajajajajajajajaja*

A pesar del conocimiento, incluso trato diario de las personas que componen la “red grupal”, el adolescente sigue utilizando la red social para determinadas cuestiones y situaciones que le produce especial inseguridad o temor cara a cara. De ahí que sea un medio o instrumento para entrar en contacto: “ligar” o entablar relaciones más profundas con personas ya conocidas, adhesionarse o desvincularse de maneras de pensar o comportarse, mostrar sus gustos o afinidades, etc. Los adolescentes se vuelcan, hasta rozar lo que desde cierto moralismo se dibuja como adicción, en esta forma de comunicar porque asumen su comunidad, en la red, como un nicho comunicativo, de *su habla*, cómplice, tolerante. Así, con sus expresiones, es como van reconstruyendo y reproduciendo el diálogo, de forma: fragmentaria, expresiva e incluso contradictoria, pues se puede decir A en una intervención, y B en la siguiente. Como ocurre con la lógica del don, el tipo de regalo es importante, pero secundario con respecto al cumplimiento de las obligaciones que implica. Por este motivo, la clave del uso de las redes sociales está en la avidez de novedades, en la cuestión de recuperar “nuevamente” –a través de la intervención de otro participante en la red– todo lo que se ha dado en forma de comentarios, fotografías, links, videos, etc. Para hablar continuamente, hace falta novedad, aun cuando sea lejos de profundizar en los argumentos. El discurso se nutre de argumentos, el diálogo de avisos y novedades.

Llama la atención la esforzada y aparente desconexión existente entre las relaciones sociales que se producen en la red y las que pudieran producirse fuera (cara a cara). Personas que mantienen relación en la red pueden no tenerlas fuera de ésta, o éstas no pasan de ser una simple relación de conocimiento o cortesía. Esto significa que *las relaciones que genera la red tienen una entidad propia* y novedosa en cuanto a alternativa y manera de entender las relaciones sociales, las cuales se duplican y transforman según el medio de comunicación utilizado. Hay cosas que se dicen por correo electrónico, otras

que se dicen en la red, otras que no se dicen cara a cara, incluso algunas solo tienen sentido en un chat o a través del móvil, un mensaje sms, el blog, etc. En cualquier caso, la diversidad de medios y conexiones significa distinguir y diversificar las prácticas de comunicación. En los grupos realizados se observa que las relaciones que generan las redes sociales son principalmente relaciones productoras de conocimiento y reconocimiento social. Se conoce a nueva gente aunque ello no suponga tener una fuerte¹¹ relación: “tener un conocido más” o “conocer algo más”. Se ven reconocidos cuando se encuentran dentro de un nuevo grupo de jóvenes ya conocidos pero que no compartían la misma red. Desde la forma de comunicación, no se pasa del diálogo, de la contribución a los denominados *hilos de conversación*.

En atención a este conocimiento y reconocimiento, las imágenes (fotografías y videos) tienen un lugar especial en las redes sociales de los más jóvenes. El álbum fotográfico, los comentarios sucintos a las fotografías, los etiquetados, etc. operan como conectores a partir de los cuales chequear personas o situaciones conocidas y traer referencias de un supuesto mundo real. La práctica de subir fotografías a la red, no parece tener tanto que ver con la necesidad de dar un contenido como de “mostrar”, dar a ver, la conexión o relación social en su estado efectivo. Es el vestigio, el documento, que fundamentalmente soporta el conocimiento relacional redundando no sólo en extensión de las relaciones, sino también en intensidad. Cualquier relación, estar en el parque un sábado por la tarde con el grupo de pares, visitar la casa de una amiga, estudiar en la biblioteca, incluso asistir a clase, son motivos para fotografiar y subir a la red imágenes. En su uso de las redes sociales –y en el mundo digital en general– domina el autorretrato, narcisismo dialógico, narcisismo para entrar en el diálogo reflejándose. Amparo Lasén (2011) lo denomina autopornificación. La proliferación de imágenes acentúa la dimensión de presencialidad de la escritura en las redes sociales, de cara a cara. La segunda oralidad que subraya Ong (1988).

El discurso social toma cuerpo con la escritura. Se impone disciplinadamente al cuerpo, como repetidamente señala Foucault (1986). Establece códigos y reglas sobre el cuerpo. Mientras que en las redes virtuales es la escritura, la expresión, la que se codifica en función del cuerpo, de la representación del cuerpo en las imágenes que se acompañan. En el discurso –fundamentalmente escrito– se dice al cuerpo (de Certeau, 1990: 217); pero, en las redes sociales virtuales, el cuerpo *se dice* a los otros.

¿Qué se da cuando se da una foto en la red social? Si la propia lógica del don parece dominante cuando la foto se da en una comunicación entre dos –yo te mando una foto, tu me mandas una foto– no puede proyectarse de la misma manera para la comunicación colectiva de la red social virtual. Muestra de máxima implicación en el diálogo colectivo, de donación intensa al mismo. La imagen fotográfica en los grupos se potencia a partir del etiquetado y los comentarios que suscita. La fotografía en sí misma ocupa para ellos una función secundaria con respecto al contenido de la imagen. Es más bien la actividad comunicativa que se genera a través de la provocación que produce la imagen reiterada y desconexa. Por este

¹¹ La oposición entre relaciones fuertes y débiles se encuentra en los teóricos del capital social. Véase, como referencia fundamental, Coleman (2011).

motivo hablan en el grupo de chicas de clase media – baja, de 15 y 16 años, de hacer “fotos chorras” o fotos donde los mismos adolescentes aparecen fotografiados mil veces y de manera redundante. La fotografía se convierte así en un señuelo para el dialogo, o como refieren los grupos, “para que la gente las etiquete y te digan algo”. Lo importante es decir algo ¿Lo que sea? No. Como hemos visto, hay limitaciones.

5. Conclusiones

El trabajo ha observado una generación de jóvenes y adolescentes que ha aprendido a hablar en internet y con internet, a relacionarse en internet y con internet. Que se ha hecho adolescente en Internet. Y se les ha cuestionado sobre el uso que hacen de una parte específica de este medio y especialmente de las redes sociales digitales.

Se ha mostrado la pertinencia del concepto de diálogo, diferenciándolo del concepto de discurso en general, y de relato en particular, para describir lo que se hace en las redes sociales virtuales. Si todo relato tiende al cierre, en el diálogo en las redes sociales tal cierre parece imposible. No hay palabra final. Ni nadie tiene la palabra final. De aquí procede buena parte de su carácter adictivo u obsesivo: siempre habrá una palabra sobre la penúltima intervención. Como ocurre en la paradoja de Zenón de Aquiles y la tortuga, en cuanto se ha terminado de intervenir, el diálogo se vuelve a mover más allá –a penas un máximo de 140 caracteres en Twitter, haciéndolo más dialógico, o de 160 a 420 en Facebook¹²– con otra intervención.

Twitter, Facebook, Tuenti y otras redes sociales tienen sus propios límites, intervenciones individuales en un número máximo de palabras o, mejor dicho, caracteres; y sus capacidades, como inmediatez o sincronía y desterritorialización, pues nadie tiene que estar-junto-a nadie, se convierten en potenciadores del diálogo. Apenas se puede argumentar o quizá es más exacto decir que no requiere de la argumentación. En el caso de que se produzcan, las argumentaciones han de ser breves, impactantes –con dominio de la función conativa, según la terminología de Jakobson (1977)– y son siempre una invitación a la intervención de los otros, ya sea contestando, añadiendo elementos al diálogo, mostrando signos de conformidad o disgusto (los “me gusta”) sobre lo que se ha planteado, etc.

La experiencia de entrar en una red nos sitúa en un proceso continuo. Nadie sabe quién, cómo o cuándo ha empezado. Tampoco hay algo parecido a un punto final. Nadie puede terminar las conversaciones. A cualquier intervención seguirá siempre una supuesta nueva intervención. Un producto muy distinto a lo que tiende a entenderse por narración, relato, incluso discurso.

Las redes sociales digitales producen diálogo y, a lo sumo, relaciones sociales fáciles, cómodas, llevaderas, atractivas o, como se las tiende a etiquetar, débiles. Relaciones cómodas que exigen cómodas formas de habla. Hay lucha por el poder,

¹² Cantidades máximas de caracteres posibles para intervenir en el diálogo en la red social. Otra cosa es la capacidad de los *post*.

pero sin dominación (Lischinsky, 2010). Sin discurso, ni continuidad. Al menos, sin promesa de continuidad. Relaciones concebidas como un juego, aun cuando a veces –especialmente por los propios adolescentes– se viva como un juego dramático. Tal vez sean el nuevo modelo de comunicación a las relaciones sociales de la hipermodernidad del individuo incierto (Ehrenberg, 1995; Castel, 2009). Nuevo modelo de relaciones sociales donde apenas cabe hablar de identidad o, al menos, esta es cuestionada como una entidad sólida y única (Grossen y Orvig, 2011) o siquiera de relato. No hay final, sólo interrupciones: hablantes que dejan de producir para el artefacto dialógico por un rato. Hay que reconocer el esfuerzo de la modernidad por integrar el diálogo en los relatos, especialmente en los grandes relatos legitimantes (Lyotard, 1984); pero, también, en el relato del autor o del medio institucional. En las redes sociales, es, al contrario, el diálogo el que señala e integra relatos, que reconoce, dejándolos fuera. Por ello no parece pertinente la asimilación de esta parte de Internet, de este artefacto que son las redes sociales virtuales, al ágora griega (Gamonal, 2004; Berlanga, 2012). Las redes sociales como pantalla total (Baudrillard, 2000), de la sociedad: sin transcendencia, transparente. Allí están las opiniones de la sociedad y la sociedad de las opiniones en un diálogo continuo, sin ambición de discurso, produciendo generaciones que se alejan así del fetiche del relato (¿o ya estaban alejadas?). No deja de ser paradójico plantear esta especie de fin del relato desde un relato, aunque permanezca la intención de que sea un relato abierto.

Las redes sociales digitales son un artefacto de dialogar en la que los jóvenes y adolescentes se constituyen en grupo en expansión, en una masa abierta (Canetti, 1994) por la mera acción del diálogo, siguiendo la propia lógica del diálogo. En el discurso, como en la escritura, hay una razón productiva (de Certeau, 1990:200), *trans*. Por eso es del ámbito del placer. Del placer del texto (Barthes, 1980). Del placer de la dominación. En el diálogo, no hay tales instancias *trans*. No caben. Lo que es un obstáculo para la acción política. Al menos, la que hemos conocido en los últimos siglos, con proyectos y discursos. Es una escritura efímera, precaria, sin voluntad de perennidad; resistente incluso al uso de la palabra, como pone de relieve la profusión del uso de imágenes. El relato es de la historia –colectiva, del sujeto (autobiografía)– el diálogo es *presente*, de la lógica del don. El diálogo solo produce más diálogo y relación. No genera placer ni más acción que la derivada de *estar ahí*, con los otros.

Referencias bibliográficas

- Barthes, R. (1970): *Introducción al análisis estructural de los relatos*. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo.
- Barthes, R. (1980): *El placer del texto*. Madrid: Siglo XXI.
- Baudrillard, J. (2000): *Pantalla total*. Barcelona: Anagrama.
- Berlanga, I. (2012): “Las redes sociales on line. Nuevas ágoras de la democracia posmoderna”, *Telos*, n. 92, pp.118-126.
- Bernete, F. (2010): “Del relato al contacto”, *Trama & Fondo*, n. 29, pp. 29-44.

- Brito, P. Q. (2012): "Teen conceptualization of digital technologies", *New Media & Society*, n. 14 (3), pp. 513-532.
- Callejo, J. (2001): *El grupo de discusión. Introducción a una práctica de investigación social*. Barcelona: Ariel.
- Callejo, J. (2010): "El crítico estatuto de la persona adolescente en la observación empírica de la comunicación", *Revista Estudios de Juventud*, n. 88, pp. 11-24.
- Cannetti, E. (1994): *Masas y poder*. Madrid: Muchnik Editores.
- Casado Ortiz, R. (ed.) (2005): *Claves de la alfabetización digital*. Madrid: Fundación Telefónica.
- Castel, R. (2009): *La montée des incertitudes*. París: Seuil.
- Castells, M. (2012): *Redes de indignación y esperanza*. Alianza: Madrid.
- Charaudeau, P. (2010): "Una problemática comunicacional dos géneros discursivos", *Revista Signos*, vol. 43, número especial monográfico n.1, pp. 77-90.
- Coleman, J. S. (2011): *Fundamentos de teoría social*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Davis, K. (2012): "Tensions of identity in a networked era: Young people's perspectives on the risk and rewards of online self-expression", *New Media & Society*, año 14, n. 4, pp. 634-651.
- De Certeau, M. (1990): *L'invention du quotidien. 1. arts de faire*. París: Gallimard.
- Ehrenberg, A. (1995): *L'individu incertain*. París: Seuil.
- Escobar, M., y Román, H. (2011), "La presentación del yo en el ciberespacio: un análisis de las autodefiniciones personales en blogs y redes sociales", *Revista de Psicología Social*, n. 26(2), pp. 207-222.
- Forsythe, S. A. (1950): "An Exploratory Study of Letters to the Editor and Their Contributors", *Public Opinion Quarterly*, n. 14 (spring), pp. 143-44.
- Foucault, M. (1986): *Vigilar y castigar*. Madrid: Siglo XXI.
- Gamonal, R. (2004): "La retórica en Internet", *Icono 14*, n. 3. (www.icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/442/317) [24 de enero de 2013].
- García Serrano, M. (2012): "Modernidad filosófica del Quijote", *Pensamiento*, n. 68, pp. 333-355.
- González Requena, J. (2006): *Clásico, manierista, postclásico. Los modos del relato en el cine de Hollywood*. Valladolid: Castilla ediciones.
- Goody, J. (1979): *La raison graphique. La domestication de la pensée sauvage*. París: Minuit.
- Grossen, M., y Orvig, A. S. (2011): "Dialogism and dialogicality in the study of the self", *Culture & Psychology*, vol. 17 (4), pp. 491-509.

- Gutiérrez Brito, J. (2008): *Dinámica del grupo de discusión*. Madrid: CIS.
- Gutiérrez Martín, A. (2003): *Alfabetización digital*. Barcelona: Gedisa.
- Holton, A. (2012), “Negating Nodes and Liquid Fragmentation: Extending Conversations of Diffusion, Social Networks, and Fragmentation”, *Communication Theory*, n. 22 (3).
- Ibáñez, J. (1979): *Más allá de la sociología*. Madrid: Siglo XXI.
- Jakobson, R. (1977): *Ensayos de poética*. México: Fondo Cultura Económica.
- Kaplan, A.M., y Haenlein, M. (2010): “Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media”, *Business Horizons*, n. 53 (1), pp. 59-68.
- Lacan, J. (1983): *El Seminario. Libro 1: Los escritos técnicos de Freud*. Barcelona: Paidós (eo 1953-54).
- Lasén, A. (2011): “Dejénme en manos del azar, porque el destino quiere enviarle el archivo ‘IMG00013.JPG’ (2038kb). ¿Quiere Aceptar (Ctrl.+T) o Rechazar (Ctrl+D) la invitación?”, *El Estado Mental*, marzo, pp. 112-118.
- Lischinsky, A. (2010): “Power without Domination. Dialogism and the Empowering Property of Communication”, *Journal of Language and Politics*, vol.9 (1), pp. 165-169.
- Liotard, J-F (1984): *La condición posmoderna*. Madrid: Cátedra.
- Mariottini, L. (2011): “(Des)cortesía e identidad en la interacción dialógica”, *Español Actual*, n. 95, pp. 49-65.
- Martin, H.-J. (1999): *Historia y poderes de lo escrito*. Gijón: Trea.
- Mauss, M. (1985): *Sociologie et anthropologie*. París: Presses Universitaires de France (eo 1950).
- Merino, L. (2011): “Jóvenes en redes sociales: significados y prácticas de una sociabilidad digital”, *Estudios de Juventud*, n. 95, pp. 31-43.
- Ming, J., y Lee, H., (2010): “The change in user and IT dynamics: Blogs as IT enabled virtual self presentation”, *Computers in Human Behavior*, vol. 27 (6), pp. 2339-2351.
- Monge, S., y Olabbarri, M. (2011): “Los alumnos de la UPV/EHU frente a Tuenti y Facebook: usos y percepciones”, *Revista Latina de Comunicación Social*, pp. 66.
- Munté, A., y Serradell, O. (2010): “Dialogicidad y poder en el discurso racista y antirracista”, *Revista Signos*, vol. 43, número especial monográfico n. 2, pp. 343-362.
- Ong, Walter J. (1988): *Orality and Literacy: The Technologizing of the Word*. Nueva York: Methuen (eo 1982).
- Pérez-Latre, F.J., Portilla, I. y Sánchez Blanco, C. (2011): “Social Networks, Media and Audiencias: A Literature Review”, *Comunicación y Sociedad*, vol. XXIV (1), pp. 63-74.
- Perriault, J. (1991): *Las máquinas de comunicación y su utilización lógica*. Barcelona: Gedisa.

- Perrin, A.J., Vaisey, S. (2008): "Parallel Public Spheres: Distance and Discourse in Letters to the Editor", *American Journal of Sociology*, n. 114 (3), pp. 781-810.
- Piscitelli, A. (2009). *Nativos digitales*. Buenos Aires: Santillana.
- Prensky, M. (2001): "Digital Natives, Digital Immigrant", *On the Horizon*, MCB University Press, vol. 9, n. 5.
- Rodríguez de las Heras, A. (2012): "Digital: más oral que escrito", *El País*, 16 de septiembre, p. 35.
- Sánchez, M., y de Frutos, B. (2012): "Adolescentes en las redes sociales. ¿Marca el género la diferencia?", *Telos*, n. 92, pp. 50-59.
- Siles Ojeda, B. (2011): "Damas y ¿caballeros? La imagen de Carla Bruni y Leticia Ortiz eclipsa la palabra política", *Trama & Fondo*, n. 30, pp. 73-81.
- Skoric, M. M., y Kwan, G. C. E. (2011), "Platforms for mediated sociability and entertainment and online social capital: The case of Facebook and video games", *Asian Journal of Communication*, n. 21(5), pp. 467-484.
- Van Dijk, T. (2000): "El discurso como interacción en la sociedad", en Teun van Dijk, (compilador), *El discurso como interacción social*. Gedisa: Barcelona
- Voloshinov, V. N. (1976): *El signo ideológico y la filosofía del lenguaje*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Zizek, S. (1999): *El acoso de las fantasías*. México: Siglo XXI.