

INTRODUCCIÓN Y MARCO TEÓRICO

Durante los últimos años, con la masificación de las tecnologías de la información y la comunicación se han desarrollado nuevas prácticas en la mayoría de los ámbitos sociales (Castells, 2009). Entre ellas, en las últimas décadas se produjo a nivel global una ampliación del acceso a la fotografía. Este fenómeno se dio en tres dimensiones: por sector social, dado que con la masificación de las cámaras digitales los sectores populares (SP) pueden acceder a sus propios equipos; por segmentos etarios, ya que los adolescentes utilizan cotidianamente sus cámaras; y por género, desde que la práctica fotográfica ya no es sólo masculina sino que una gran parte de las mujeres posee su cámara. Dentro del universo de adolescentes de la ciudad de Buenos Aires, nos centramos en los SP. Algunas preguntas que orientan esta investigación son: ¿qué tipos de fotos publican? ¿Qué diferencias por género existen en la producción de fotos? ¿Qué momentos eligen para fotografiarse?

Según Internet World Stats (2013), de los más de 1100 millones de usuarios de *Facebook* (FB), los argentinos se encuentran en el puesto 12, con más de 22 millones. Entre dicha población, los adolescentes son el sector más numeroso y activo (Internetworldstats.com, 2013). Esto se explica, en cierta medida, por su alta disponibilidad de tiempo, su condición de “nativos digitales” (Prensky, 2001) y a su vez, porque se encuentran en una etapa en la que se torna central la experimentación y construcción identitarias (Boyd, 2008; Urresti, 2008; Krauskopf, 2010). A diferencia de lo que ocurría hasta fines del siglo pasado con lo que se denominó la “cultura Kodak” (Chalfen, 1987), en el siglo XXI las TIC permiten que esta exploración sea registrada y puesta a prueba ante una amplia red de contactos.

Los adolescentes viven distintas experiencias según sector social, género y área de residencia geográfica (Urresti, 2008; Krauskopf, 2010). En el caso de los adolescentes de SP, en sus vidas cotidianas suelen tener que lidiar con carencias socioeconómicas, educativas y habitacionales. En ocasiones, estas carencias tienen como consecuencia la estigmatización social, la violencia de género, las adicciones y los embarazos a edad temprana (Auyero y Berti, 2013). En este escenario de exclusión y desigualdad social las TIC amplían el acceso a los sitios de redes sociales y a una diversidad de contenidos digitales gratuitos. Dentro de los nuevos recursos de autopresentación que aparecen junto con el cambio de siglo y con la masificación de las TIC (Murray, 2008), elegimos centrarnos en las fotos digitales que estos adolescentes publican de manera cotidiana.

Por otra parte, la necesidad de experimentar con la propia imagen es una característica de los adolescentes, para quienes la apariencia es fundamental, porque se considera y sobrealora la mirada de los otros (Urresti, 2008; Bonacci, 2011). Sumado a esto, la adolescencia es también la etapa de exploración de la sexualidad y los juegos de seducción. Con las TIC se han configurado nuevos espacios de autopresentación y encuentro. Entre ellos, hemos decidido analizar FB ya que allí se desarrolla una parte significativa de las experiencias adolescentes contemporáneas.

Los adolescentes contemporáneos se fotografian, editan y exhiben cotidianamente dichas fotos en los espacios comunes de la red social. En ellos, sus pares se encargan de reconocer, comentar, clickear “me gusta” (en adelante, MG), elogiar, criticar o ignorar dicha imagen personal. De esta manera, van aprendiendo y construyendo colectivamente los códigos de lo deseado y lo ignorado, lo festejado y lo rechazado. Luego, tales códigos se trasladan a los espacios tradicionales, donde el encuentro cara a cara con su comunidad de pares adiciona otros elementos protocolares de interacción, como la gestualidad, la corporalidad copresencial, la mirada y las tonalidades de la voz. Toda esta dinámica social adquiere una forma circular entre los espacios de encuentro virtuales y los tradicionales. ¿Qué es lo novedoso en la presentación de sí mismos de los adolescentes? A diferencia de generaciones anteriores, despliegan una autobiografía visual (Mendelson y Papacharissi, 2010) en su perfil de FB a través de la práctica cotidiana de tomar fotos personales, publicarlas y comentarlas. De este modo, los adolescentes eligen qué mostrar y monitorean sus propios perfiles y el de su grupo de pares en busca de crear la mejor presentación posible de sí mismos. Esta destreza no es espontánea sino que resulta de la experiencia en el uso de la red social y del aprendizaje compartido. Al tener un mayor control sobre las impresiones que exponen ante los otros (Goffman, 1959), los sitios de redes sociales como FB les permiten presentarse ante sus pares generacionales con una versión de sí mismos altamente selectiva. Si bien los destinatarios de estas fotos son básicamente sus pares, se debe tener en cuenta que la red social habilita un espacio común de visibilidad compartida, cuyos márgenes son difusos. En todo caso, su público excede a sus pares, si los entendemos como el grupo de amigos del barrio, la familia, el club y los compañeros de colegio.

METODOLOGÍA

La metodología de investigación consiste en el análisis de contenido de perfiles de adolescentes de SP de la ciudad de Buenos Aires (n: 200). Se ha optado por utilizar la herramienta de la etnografía virtual (Hine, 2000), dado que se considera la estrategia adecuada para explorar las prácticas de estos adolescentes en sus entornos tecnológicos cotidianos.

La etnografía virtual permite un estudio detallado de las relaciones en línea, de modo que internet no es sólo un medio de comunicación, sino también un artefacto cotidiano en la vida de las personas y un lugar de encuentro que permite la formación de comunidades, de grupos más o menos estables y la emergencia de una nueva forma de sociabilidad (Ardevol et al., 2003: 73).

El trabajo de campo fue realizado a lo largo del año 2013 por medio de la creación y mantenimiento de un perfil ad hoc en la red social. Para contactar a los adolescentes se utilizaron informantes/contactos clave pertenecientes a las “microcomunidades” de adolescentes de SP de la ciudad de Buenos Aires. Para multiplicar los contactos y ampliar la muestra intencional que permita realizar el análisis de contenido, fue utilizada la estrategia de bola de nieve, cuya aplicación facilita la plataforma social al sugerir contactos de manera diaria. A través de la creación y desarrollo de este perfil, realizamos un análisis de contenido por medio de la observación de las fotos y textos que publican. Este análisis fue contrastado con observaciones copresenciales y entrevistas en profundidad individuales a diez adolescentes seleccionados de la muestra. Las entrevistas fueron copresenciales, individuales y cada una tuvo una duración aproximada de cuarenta minutos. Para la selección de los sujetos a encuestar y entrevistar, definimos a los adolescentes de sectores populares como aquellos que tienen entre 12 y 18 años y asisten a escuelas secundarias públicas de gestión estatal; sus padres trabajan en empleos manuales y tienen estudios secundarios incompletos.

Las entrevistas fueron realizadas en colegios, centros culturales o centros de inclusión digital. En cuanto a los aspectos éticos, se cuenta con autorización de los adolescentes y no se utilizan nombres, direcciones ni rostros de ninguno de ellos.

MÚLTIPLES SENTIDOS

La mayoría de los adolescentes se apropia de *FB* para realizar de modo cotidiano performances de autopresentación, que tienen como marco de refe-

rencia al soporte visual de las fotografías. Dichas fotos –personales y ajenas– funcionan para ellos como un catálogo de memorias y contactos, y además como un archivo móvil de imágenes para mirar en cualquier lugar y atravesar un momento intersticial en la rutina diaria. Definimos a las fotos personales como aquellas que retratan al cuerpo del usuario o a sus grupos de pares o familiar. Su novedad consiste en presentar componentes íntimos del usuario que publica esta imagen, a veces de modo instantáneo y sin necesidad de participación ajena. En este sentido, la foto personal funciona como una extensión de la relación con el espejo y permite al adolescente experimentar con la presentación estética de sí mismo mediante la manipulación de diversas herramientas y estrategias.

Los adolescentes son quienes más utilizan tanto las cámaras digitales como *FB*, donde difunden entre su comunidad más autofotos¹ que cualquier otro grupo etéreo (Facebookstats.com, 2013). De este modo, la foto digital y plataformas como *FB* son sus recursos preferidos para entretenerse y sociabilizar. Así, las prácticas asociadas con las TIC operan como recursos personales y colectivos, copresenciales y virtuales.

En línea con lo que plantea Scifo (2005) para los adolescentes italianos, se observa que las fotos publicadas por los adolescentes de SP de la ciudad de Buenos Aires poseen múltiples sentidos. En primer lugar, lo estético, que se aprecia por la calidad de la fotografía, desde el ángulo a la puesta en escena de los objetos, el lugar y la edición. En segundo lugar, lo sexual, que refiere a los casos en que la imagen tiene el objetivo de seducir. Luego, el valor social, desde el momento en que la imagen producida suele buscar aceptación, elogios y popularidad. Además, la foto suele portar valor afectivo cuando es tomada junto al grupo de pares o familiar, y sirve como recordatorio de una experiencia vivida. En relación con su valor histórico, la imagen opera como huella y archivo de un momento determinado de la historia personal. El aspecto lúdico es evidente, ya que la mayoría es consecuencia de la experimentación y el juego de los adolescentes, tanto cara a cara como mediado por computadoras. Por último, el sentido identitario se vincula con que estas fotos personales son centrales en su autopresentación digital. De este modo, la cultura fotográfica y comunicativa móvil de los adolescentes intensifica las relaciones entre ellos y crea un código compartido de interpretación de la experiencia.

TIPOS DE FOTOS

Con la fotografía digital portátil emergieron nuevos géneros amateur impensados en los tiempos de la tecnología analógica. Las TIC incorporaron dos ventajas: en primer lugar, la portabilidad, que permite producir imágenes en una multiplicidad de situaciones (por ejemplo, en la escuela, en la calle, en un shopping o en una plaza), y en segundo lugar, la gratuidad, que habilita tanto la espontaneidad como la experimentación. En todas estas modalidades, son los adolescentes quienes toman fotos de sí mismos, sin la mediación de los adultos. Esto provoca que también el espacio de publicación y circulación de las fotografías en las redes sociales como *FB* esté impregnado por estas imágenes.

A partir del trabajo de campo, hemos establecido algunas categorías exploratorias para clasificar a las diferentes tipologías en que pueden organizarse las fotografías analizadas. Como las fotos con familiares (incluso con mascotas) resultan escasas, elegimos centrarnos en las autofotos o imágenes del grupo de pares (dentro de las que incluimos a las de pareja). Estas pueden dividirse en tres categorías: autofotos, foto-book y fotos con grupos de pares.

AUTOFOTOS

Una gran parte de los retratos observados se encuadra en esta tipología “autofotos”, es decir, fotos de presentación en las que suelen mostrarse solos mientras miran la cámara. Este tipo de fotos son centrales en la configuración identitaria y en la sociabilidad cotidiana de los adolescentes contemporáneos, tanto de sectores medios como de sectores populares.

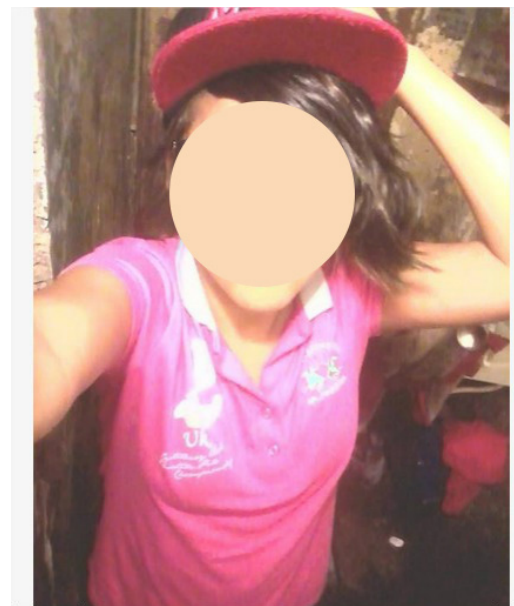
Publicadas en muchos casos como imágenes de portada en el propio perfil, suelen ser de tono intimista, tomadas en el propio hogar, en la habitación o el baño. Permiten al adolescente experimentar con la autopresentación y la imagen propia. A su vez, esta práctica funciona como una extensión y socialización de la “tradicionalmente íntima” relación con el espejo. El uso cotidiano y grupal de estas plataformas retroalimenta a su vez la interacción online que reciben de sus pares. Estas imágenes evidencian el alto componente lúdico e identitario mencionado por Scifo (2005).

En estas autofotos podemos observar elementos que contribuyen a la autopresentación: en el caso de la mujer, aros, anillos, reloj, lengua, polera “musculosa”, maquillaje y uñas largas en primerísimo primer plano; en el del hombre, el rostro serio y el torso desnudo. En el álbum “fotos de perfil” (predeterminado por la plataforma), suelen aparecer fotos de rostro pero también

de cuerpo entero, mirando a cámara, sonriendo, mostrando *piercings* en el ombligo y diferentes vestuarios, gestos y peinados.

Producidas con cámaras digitales, celulares o *webcams*, este tipo de performatividades (Butler, 2005) permite ensayar distintos tipos de femineidad y masculinidad, en un diálogo constante con el *feedback* de los comentarios del muro o los mensajes privados de los contactos de *FB*.

Figuras 1 y 2. Autofotos



Fuente: Capturas realizadas por los autores desde www.facebook.com

FOTO-BOOK

En este caso son fotos mayoritariamente realizadas por mujeres. Las adolescentes ponen especialmente en juego sus imaginarios mediáticos. Al igual que la autofoto, tiende a producirse en interiores íntimos, como la habitación o el baño. Esta práctica consiste básicamente en el juego de “ser modelo”, en la performance de una producción fotográfica acerca de un cuerpo “seguro, provocador y deseable”, en función de los “cuerpos que importan” (Butler, 2005), es decir, aquellos construidos y representados por la *massmedia*, la publicidad y la sociedad del espectáculo.

Al igual que en la autofoto, las adolescentes “testean” el nivel de eficacia de su imagen, a través de los *comments* que reciben de sus pares según la cantidad de MG y el nivel de aprobación de los comentarios. De este modo, los adolescentes disponen de dos herramientas fundamentales para la exhibición de sí mismos ante los otros: la cámara de fotos, que registra imágenes personales y permite publicarlas con facilidad sin costo alguno, y *FB*, que posibilita publicar y obtener *feedback* de esas imágenes. Aquí se condensan el sentido lúdico, el estético y el sexual.

Figura 3 y 4. Foto-books



Fuente: Capturas realizadas por los autores desde www.facebook.com

Foto-book individual

Estas fotos suelen tomarse en soledad y en la propia casa (habitación, cocina o baño). En muchos casos son producidas en series que luego son agrupadas de modo predeterminado por *FB* bajo el rótulo de “fotos”, u organizadas en álbumes con títulos como “Aburrida en casa” o “¿Soy linda?”. En estas series las adolescentes van ensayando gestos variados desde diversos ángulos, al tiempo que utilizan los distintos tipos de efectos de edición que permiten los programas asociados a *FB*, tales como Instagram o *Webcam Toy*. En definitiva, se trata de emular una típica sesión fotográfica de modelo que posa para una revista, una publicidad gráfica o un programa de televisión, lo que evidencia la influencia tanto de la cultura de masas y los medios tradicionales como de las nuevas tecnologías en la construcción identitaria de las adolescentes (Castells, 2009).

Es frecuente que se muestren de cuerpo entero o mediante recortes seleccionados, mientras cambian de vestimenta, maquillaje y accesorios. Estas estrategias generadas intuitiva pero conscientemente, en función de lo que aprenden a través de su socialización mediática, familiar y con su grupo de pares, tienen por principal objetivo seducir y conseguir aceptación entre su comunidad de contactos.

Foto-book a dúo

El modelaje amateur se acentúa cuando son dos quienes se fotografian entre sí. Este tipo de fotos suele realizarse con amigas y son más lúdicas que la foto-book individual, aunque en muchos casos carga un mayor componente erótico-sensual. Esta performance presenta elementos asociados a lo identitario en múltiples sentidos: en primer lugar, a la amistad, lo social y lo afectivo; en segundo lugar, a lo sexual, a la construcción de género y a la corporalidad. Estas performatividades generan un código estético que, en tanto pacto de lectura, vuelven legibles y legítimas estas prácticas lúdico-identitarias (Butler, 2005).

Dentro de las culturas juveniles contemporáneas, más desinhibidas en cuanto a relaciones sexuales y afectivas respecto de las culturas de las generaciones anteriores (Urresti, 2008), algunos varones adolescentes también han empezado a realizar estas prácticas de modelaje amateur y a publicarlas en *FB*.

En las foto-book a dúo de interior suele ser central el espejo, que les permite ensayar de distintas maneras su corporalidad, anticipar el resultado de la foto y exacerbar su femineidad o masculinidad. Asimismo, el espejo aumenta el nivel de intimidad y cumple el rol del espectador. Además, también es un objeto fetiche

muy utilizado tanto en las tradicionales como en las nuevas y autoproducidas sesiones de fotos sensuales.

Estas mismas fotografías, tomadas con cámaras digitales personales, pueden ser replicadas en lugares públicos, como la escuela, la calle o la plaza. La propuesta es la misma: uno posa y el otro toma las fotos, o dos posan frente a un espejo y gesticulan para la cámara; generalmente con intención sensual, desinhibida y provocativa. También los adolescentes crean y publican fotos-book a dúo de exterior; este tipo de fotos son propias de las mujeres adolescentes. Suelen tener un carácter más lúdico que las de interior. Gracias a la tecnología móvil, pueden producirse en cualquier momento, en espacios públicos y abiertos, mayormente dentro del colegio o en sus proximidades.

Por lo general son tomadas por un par mujer o varón, en parte por la ausencia del espejo, que en las foto-book a dúo de interior cumple—como se ha visto—un rol clave. Cuando las adolescentes tienen pareja, las posiciones sensuales tienden a disminuir considerablemente. Como contrapartida, aparecen más fotos con el novio y más declaraciones de amor. Fuera de la casa, predominan las fotos grupales, cuya propuesta se diferencia de la foto-pose, y no está tan centrada en la figura corporal. En éstas, los adolescentes se muestran más espontáneos, en escenas de ocio y diversión.

FOTOS CON GRUPOS DE PARES

Diurnas

Con un mayor componente lúdico, afectivo, identitario y social, en estas imágenes tienden a ser centrales las amistades íntimas copresenciales y el uso de las tecnologías móviles. Son más espontáneas y hay un menor énfasis en lo erótico y en la representación de corporalidades legítimas, a diferencia de la foto-book y una significativa proporción de las autofotos.

Los espacios más fotografiados suelen ser la escuela (aula, patio, baño), plazas, shoppings y, en menor medida, la casa de los adolescentes. Estas imágenes funcionan como un diario de la cotidianidad con el grupo de pares. En el ámbito escolar, ya sea en el aula, en el baño o en el patio, se muestran junto a amigos y compañeros de clase, con el fondo de bancos, sillas, ventanas enrejadas y pizarrones, mientras otros compañeros en muchos casos aparecen estudiando, durmiendo o utilizando sus celulares. El denominador común es su aspecto distendido. Cuando son tomadas con un celular, suelen ser publicadas casi instantáneamente en su muro de *FB*, a veces con comentarios del tipo “aburridos en la escuela” o “acá en la escuela haciendo face”.² Este tipo de prácticas da cuenta de los nuevos

Figura 5. Sociabilidad diurna con pares



Fuente: Captura realizada por los autores desde www.facebook.com

fenómenos que viven la mayoría de los adolescentes a partir de la masificación de las TIC: la ubicuidad, la deslocalización, la translocalización, la doble localización y la pluralización de espacios y experiencias (Scifo, 2005). Estos fenómenos que permiten las TIC remiten a la posibilidad del *multitasking* en distintas pantallas, actividades y “lugares”. Se puede, por ejemplo, estar chateando con un primo que vive en el exterior, editando un texto personal y mirando fotos de amigos del colegio a un mismo tiempo. Y todo esto, si se dispone de una tableta o una computadora personal móvil, se puede realizar en el colegio, mientras se está en una hora libre, en el recreo o en tiempo de clases.

En el caso de las fotos de grupos de pares varones, lo que tiende a exacerbarse es la corporalidad exhibida. Como se observa en la figura 5, lo que se evidencia es, además de la amistad o fraternidad con el grupo de pares, la corporalidad y la condición de masculinidad, asociada a delgadez y juventud. Este tipo de imágenes se producen en lugares de sociabilidad cotidiana, donde se genera un momento de quórum grupal para desarrollar sesiones fotográficas. Por ejemplo, en el colegio, vía pública, un local de comida o la casa de uno de ellos.

Nocturnas

La nocturnidad ha sido considerada un espacio temporal principalmente gobernado por los jóvenes, en tanto es el espacio-tiempo en que los adultos duermen (Margulis et al., 1994). Actualmente esa “cultura de la noche” cuenta con esta novedosa posibilidad de autorregistro que, posteriormente publicado en *FB*, conforma una versión amateur de las revistas del *star system* y del *establishment* social: cómo estaba vestido tal, con quién se lo vio esa noche a tal otro, cuánto se disfrutó la fiesta. En este caso, se trata de una audiencia conformada por una comunidad de íntimos, un conjunto de amigos y conocidos, y un resto indefinido de espectadores. Si bien se producen mayormente durante el fin de semana, propician una significativa parte de

la sociabilidad que se genera y retroalimenta en *FB* durante el resto de la semana. Al mismo tiempo, funcionan como evidencia y “documento” de lo sucedido. En este sentido, a veces son disparadores de conflictos de celos o infidelidad entre amistades y parejas.

Los espacios más fotografiados suelen ser la vía pública, locales de comida rápida, discotecas, “bailantas”,³ salones de fiestas, bares y casas en las que se realizan las “previas”,⁴ que se organizan en *FB*. Esta práctica fotográfica opera como un registro y testimonio de momentos festivos, alegres, recreativos o aventureros. En estos momentos que son fotografiados y publicados, en ocasiones los adolescentes exploran la transgresión de los límites sociales y registran esta experiencia como parte

de su construcción identitaria ante los otros.

En las fotos nocturnas entre grupos de pares varones, lo que se exagera es un tipo de masculinidad que resalta una actitud desafiante asociada a los excesos y al “aguante”, en el sentido de la resistencia frente a excesos de drogas o de defensa del territorio y el honor. Este tipo de imágenes da cuenta de una parte de la identidad de los jóvenes de sectores populares. En efecto, en un gran número de estas fotos se exagera la masculinidad a través de los excesos, las armas, el alcohol, la vestimenta oscura, las gorras, las camperas deportivas y una actitud recia.

Figura 6. Sociabilidad nocturna



Fuente: Captura realizada por los autores desde www.facebook.com

Figura 7. Duelos estéticos



Fuente: Captura realizada por los autores desde www.facebook.com

EDICIÓN Y DISPOSITIVOS USADOS

La mayoría de las mujeres adolescentes, a diferencia de los varones, entre los que esta actividad es más matizada, editan sus fotos con programas gratuitos disponibles en internet. Sin embargo, entre adolescentes de SP de la ciudad de Buenos Aires, tanto mujeres como varones, es frecuente encontrar montajes editados en Pizap o Photoshop en los que se propone, lúdicamente, un duelo entre amigas o amigos. Si bien este tipo de posteos comenzó siendo más masivo y *viral* entre mujeres adolescentes del segmento etario de 12-14 años, pronto se viralizó hasta transformarse en una práctica frecuente entre adolescentes de SP. Así, los “duelos estéticos” comienzan a aparecer en los muros de los adolescentes varones.

En la mayoría de los casos los adolescentes exhiben en sus fotografías su cámara digital, su teléfono celular con cámara, su televisor y su laptop o computador de escritorio. Estos dispositivos, con los que realizan autofotos, forman parte de la puesta en escena, de la escenografía y presentación de sí mismos que construyen para los otros.

La calidad de imagen de las fotos publicadas funciona como un signo de distinción para los adolescentes del sur de la ciudad de Buenos Aires; así, a mayor definición de imagen y edición, se porta un mayor estatus dentro de la comunidad. La habilidad para saber y editar autofotos resulta una de las cualidades más valoradas tanto en los perfiles femeninos como masculinos.

CONCLUSIONES

Como se ha visto, los y las adolescentes de SP publican en *FB* de modo cotidiano fotos personales producidas a través de *webcams*, celulares y cámaras digitales, tomadas en la mayoría de los casos en los hogares pro-

pios o de sus amigos, en lugares públicos, en el colegio o en locales de comida rápida. Hemos organizado estas fotos en tres tipos: autofotos, fotos-book y fotos con grupos de pares. En las dos primeras, que tienen importantes componentes identitarios, estéticos, sexuales y lúdicos, los adolescentes experimentan con su propia imagen y construyen su corporalidad mientras prueban diferentes accesorios, ropas, maquillajes, gestos y programas de edición. Por su parte, en las foto-book se lleva a la práctica una versión libre y amateur del *book* típico ofrecido por las casas fotográficas profesionales. A su vez, las foto-book poseen un carácter más narcisista y erótico. Dentro de esta categoría, las diurnas con grupo de pares tienen por función dar cuenta de un momento relajado, y en cambio las nocturnas con grupo de pares funcionan como un auto-registro y archivo de la nocturnidad en tanto espacio propio de adolescentes, donde se da lugar a los excesos y al consumo de sustancias estimulantes y recreativas. Por otra parte, en las fotos con grupos de pares se resalta la representación del encuentro, suelen ser más relajadas

y poseen importantes componentes sociales (copresenciales), identitarios y afectivos.

Los adolescentes de SP producen y comparten fotos de sí mismos. *FB* les permite el registro y la publicación de tales experimentaciones, lo que deviene en un espacio de publicación común y compartido de sus sesiones fotográficas amateurs. De este modo, para ellos las fotografías operan como un laboratorio de exploración de su identidad. En la interacción de estos aspectos identitarios, se observa un doble movimiento: por un lado, mantienen el ideal normativo de los géneros masculino y femenino y, por otro, ensayan formas de disidencia.

En esta investigación exploratoria, se ha aportado evidencia acerca de que las imágenes personales son centrales en la presentación de sí mismos que los adolescentes de ambos sexos despliegan ante su comunidad de pares. Queda para futuras investigaciones profundizar en las cuestiones de género vinculadas a la imagen, la autopresentación y la construcción de la corporalidad, aspectos centrales en la identidad de los adolescentes de SP.

NOTAS

1. Este tipo de fotos la prensa global las llama "selfies". Este término es utilizado para denominar a las autofotos que se publican en redes sociales como Twitter y Facebook. En especial, con este término la prensa se refiere a las autofotos de famosos que pertenecen al *star system*.
2. Esto podemos relacionarlo con lo observado en investigaciones anteriores (Basile y Linne, 2012): en muchos casos, los adolescentes de SP encuentran un bajo nivel de satisfacción y utilidad en los conocimientos recibidos en la escuela; en sectores medios, en cambio, este nivel de satisfacción y sensación de utilidad parece ser mayor.
3. Las bailantas en Argentina son discotecas en donde se escucha en gran medida la cumbia. La población mayoritaria es la de jóvenes de sectores populares urbanos.
4. En Argentina se denomina "previas" a las reuniones juveniles que suelen realizarse antes de ir a fiestas, recitales, bares o discotecas. Los lugares de reunión de la "previa" suelen ser la casa de uno de los integrantes del grupo de pares que después concurrirá al evento central de la noche.

REFERENCIAS

- Ardèvol, E. et al. (2003). Etnografía virtualizada: la observación participante y la entrevista semiestructurada en línea [Virtualized Ethnography: participant observation and semi-structured interviews online]. *Athenea digital*, 3, 72-92.
- Bonacci, J. (2011). "Los jóvenes de perfil: una aproximación a las representaciones corporales de adolescentes y jóvenes usuarios de Facebook". Paper presented at Jornadas sobre Jóvenes, in Tucumán, Argentina, October 2011.
- Boyd, D. (2008). Why Youth Love Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life. In *Youth, Media and Digital Media*, Buckingham, D. (Ed.). Cambridge: The MIT Press.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder [Communication and power]*. Madrid: Alianza Editorial.
- Chalfen, R. (1987). *Snapshots versions of life*. Ohio: University Popular Press.

- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. New York: Anchor Books.
- Hine, C. (2000). *Virtual Ethnography*. Londres: Sage.
- Internet World Stats (2013). Retrieved from www.internetworldstats.com
- Krauskopf, D. (2010). La condición juvenil contemporánea en la construcción identitaria [The contemporanean youth condition and the constitution identity]. *Última Década*, 18(33), 27-42.
- Margulis, M. et al. (1994). *La cultura de la noche [Culture of the night]*. Buenos Aires: Biblos.
- Mendelson, A., & Papacharissi, Z. (2010). Look at us: Collective Narcissism in College Student Facebook PhotoGalleries. In *The Networked Self: Identity, Community and Culture on Social Network Sites*, Papacharissi, Z. (Ed.). Illinois: Routledge.
- Murray, S. (2008). Digital Images, Photo-Sharing, and Our Shifting Notions of Everyday Aesthetics. *Journal of Visual Culture*, 7(2), 147-163.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1-6.
- Ritzer, G. & Jurgenson, D. (2010). Production, Consumption, Prosumption: The Nature of Capitalism in the age of the digital 'prosumer'. *Journal of Consumer Culture*, 10(1), 13-36.
- Scifo, B. (2005). The Domestication of Camera-Phone and MMS Communication. In Nyíri, K. (Ed.) (2005), *A Sense of Place. The Global and the Local in Mobile Communication*. Vienna: Passagen Verlag.
- Urresti, M. (2008). Ciberculturas juveniles: vida cotidiana, subjetividad y pertenencia entre los jóvenes ante el impacto de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información [Youth Cybercultures: daily life, subjectivity and belonging among young people under the impact of new technologies of communication and information]. In Urresti, M. (Ed.), *Ciberculturas juveniles [Youth Cybercultures]*. Buenos Aires: La Crujía.

SOBRE LOS AUTORES:

Diego Basile, Nació en Buenos Aires en 1981, es Licenciado en Sociología, Profesor en Sociología y Magíster en Comunicación y Cultura por la Universidad de Buenos Aires. Actualmente se desempeña como investigador y Asesor Pedagógico en Tecnologías. Ha publicado artículos en distintas revistas sobre problemáticas vinculadas a los adolescentes y la tecnología.

Joaquín Linne, Licenciado en Sociología (UBA), Profesor en Sociología y Magíster en Comunicación y Cultura (UBA). Actualmente se desempeña como investigador y Asesor Pedagógico en Tecnologías.