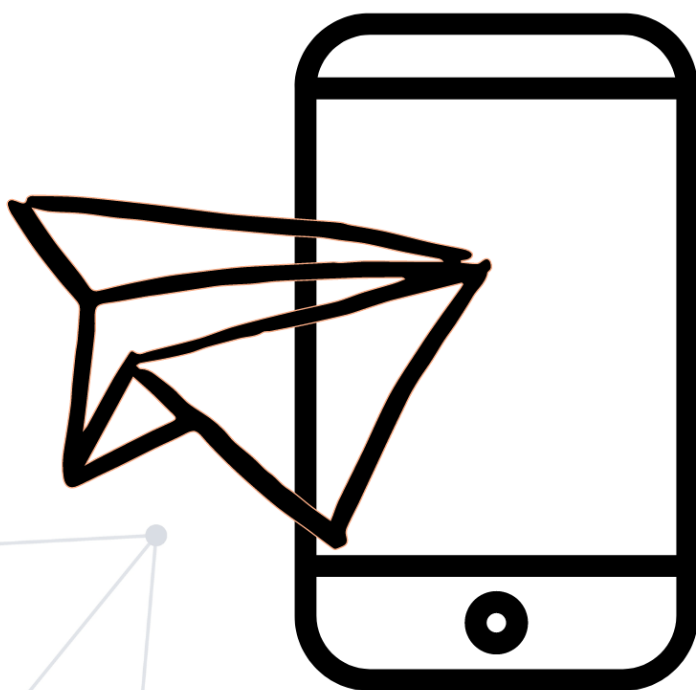




FACULTAD DE CIENCIA POLÍTICA  
Y RELACIONES INTERNACIONALES  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

## TESINA DE GRADO LIC. COMUNICACIÓN SOCIAL



**LA UTILIZACIÓN DE LAS REDES SOCIALES COMO VÍA  
DE EXPRESIÓN DE LAS EMOCIONES EN LA INFANCIA**

**PEDRO SCHUERI**

# Índice

<b>Agradecimientos</b>	<b>p. 2</b>
<b>Título</b>	<b>p. 3</b>
<b>Introducción y Justificación</b>	<b>p. 4</b>
<b>Planteo del problema</b>	<b>p. 5</b>
<b>Objetivos</b>	<b>p. 6</b>
<b>Antecedentes de investigación</b>	<b>p. 7</b>
<b>Marco Teórico</b>	<b>p. 10</b>
<b>Metodología</b>	<b>p. 17</b>
<u>Relevamiento</u>	p. 18
- Selección del público objetivo	
- Clasificaciones	
- Instagram	
- Lista de usuarios a relevar	
- Relevamiento	
- Análisis por clasificaciones	
- Síntesis	
<u>Focus group</u>	p. 35
- Selección	
- Debate	
- Desarrollo	
- Síntesis	
<b>Conclusiones finales</b>	<b>p. 48</b>
<b>Referencias</b>	<b>p. 50</b>
<b>Bibliografía</b>	<b>pp. 51</b>

# Agradecimientos

A mi padre.

A mi madre.

A mis ex compañeros.

A mis seres queridos.

Al Movimiento Scout.

A la Universidad Pública.

A todos los que me enseñaron algo a lo largo de mi vida.

# Título

La utilización de las redes sociales como vía de expresión de las emociones en la infancia.

## Introducción y justificación

Esta tesina se propone analizar el fenómeno de las redes sociales utilizadas por las infancias en Rosario, Argentina. Es necesario comprender a estos sitios como pequeñas comunidades virtuales<sup>[1]</sup> que son distintas una de otras que, si bien comparten elementos comunes, la diversidad de usuarios pertenecientes y sus utilidades son diferentes. Estas comunidades son espacios de entramados culturales y sociales, basados en la interacción como núcleo. No se considera a la comunicación como una estructura lineal, sino como una recodificación de sentidos. Una reconfiguración del espacio y una transformación constante de lo que ya existe. Nuestro rol desde, lo que llamaremos nosotros, la comunidad real es subir contenido y generar interacciones en esas redes virtuales tan volátiles y maleables. No hay que entender a estas comunidades como mundos independientes, sino que son necesarios para subsistir. No existe algo real sin algo virtual, y la virtualidad no logra crear una estructura sin una sociedad real que la configure y la actualice.

Actualmente, el gran quiebre entre las generaciones mayores y jóvenes es el mundo digital. Las tecnologías digitales constituyen una innovación tecnológica radical, frente a la cual los jóvenes tienen evidentes ventajas respecto de sus padres y abuelos. Las tecnologías digitales son un elemento reciente del mundo social, que sienta las bases de las comunicaciones masivas, la interacción personal, la búsqueda de información y recursos, pero también las fuentes del entretenimiento, del encuentro y de la participación para la gran mayoría de la población. Estos cambios tienen una clara vocación de futuro y se imponen con paso enérgico en la actualidad.

Sin embargo, el posteo de contenido no es aleatorio. Los usuarios expresan mediante una foto, un video o una publicación escrita, sentimientos, emociones, inquietudes y problemas personales. Actualmente, hay abundante cantidad de estudios (como ser de UNICEF, EuropaPress, La Vanguardia) acerca de cómo las redes sociales afectan a los niños en cuanto a su proceso de socialización. Sin embargo, no quiere decir que este nuevo tipo de contacto sea negativo, sino que también puede colaborar con un desarrollo introspectivo de las infancias.

El proceso de socialización de los niños y niñas se da mediante el trabajo en conjunto con sus pares. En la escuela, en el club o en cualquier tipo de actividad recreativa se generan lazos de comunicación y desarrollo interpersonal. Sin embargo, en época de pandemia esto se vio restringido en su raíz. El contacto quedó en un plano más que reducido.

Actualmente, no existen antecedentes académicos que analicen el uso de las redes sociales en la infancia, todos los análisis utilizan como población objetivo a los adolescentes. Veo necesario entonces, desde mi perspectiva, analizar a los niños de entre 10 y 13 años, cuya vida virtual temprana recién está comenzando. Particularmente, cuento con la posibilidad de acceder a este grupo etéreo por ser educador voluntario dentro del movimiento scout.

## **Planteo del problema**

Las redes sociales han tomado a los niños y niñas, presos de su propio encierro, y les han dado una salida de una realidad atravesada por la pandemia del COVID-19, el distanciamiento social y el aislamiento intermitente. Estos elementos generaron herramientas para comunicarse con sus pares, jugar entre ellos y también desarrollar sus propias emociones y deseos. Mediante el baile o la fotografía, los usuarios buscan materializar sentimientos y problemáticas, y se exponen para generar un afecto virtual: los comentarios de los amigos, los likes de los familiares, los mensajes

de niños y niñas con muchos seguidores en sus redes reconfortan al usuario que postea contenido. Este abandona su rol pasivo de solo espectador y busca hacerse dueño de la red social, aunque no lo sea en lo más mínimo.

Una infancia marcada por la búsqueda de seguidores y likes también genera problemas de angustia y desesperación. La necesidad de ser “viral” rompe con la inocencia necesaria para esa edad. Estudios muestran de qué manera enfermedades como la depresión y ansiedad van en aumento tomando como partida el boom de las redes en el año 2009/2010. Esto es preocupante desde todo punto de vista (Ballesteros, 2017).

Situaciones negativas como el grooming<sup>[2]</sup>, el cyberbullying<sup>[3]</sup> y la estafa organizada son moneda corriente cuando combinamos a los infantes con el internet y las redes sociales. La vulnerabilidad psicológica, su inocencia predominante y su papel “egocéntrico”, donde el infante en sí es el centro del mundo, y la creencia de que nada le puede pasar juegan un papel en contra del objetivo de la red social: La interacción sana entre personas.

¿Hasta qué punto las redes sociales son positivas en los niños y niñas? ¿Cómo se llegó a que estos usuarios y usuarias tengan niveles de ansiedad tan elevados? ¿Cómo se transformaron las redes sociales en fenómenos para la expresión de las emociones? Estas son algunas de las inquietudes que aparecen cuando unimos estos dos elementos.

# Objetivos

Objetivo general:

*Indagar el uso de Instagram por parte de niños y niñas de entre 10 y 13 años participantes del Grupo Scout Quitrahue como método de expresión de emociones.*

Objetivos específicos:

- *Identificar las formas de interacción social entre niños y niñas del grupo en cuestión en Instagram*
- *Reconocer las producciones de contenido presentes en niños y niñas del grupo en cuestión en Instagram*
- *Comparar las distintas producciones posteadas por los niños y niñas del grupo scout en Instagram.*

## Antecedentes de investigación.

Como precedentes de este estudio, ha habido distintos artículos que responden al análisis de las redes sociales en las juventudes, entre ellos, “Jóvenes, prácticas culturales y tecnologías” (Maestri en Diciembre, 2016). Este artículo de investigación retoma conceptos de Barbero y McLuhan, entre otros, para explicar el consumo de contenidos digitales en jóvenes en la actualidad. En este se menciona que la utilización de la virtualidad como herramienta académica y de entretenimiento provoca una socialización de la juventud. Los y las jóvenes interactúan, se relacionan y re-significan contenidos con la utilización de tecnologías.

En el mismo, la autora toma el concepto de “Plasticidad Cultural y Neuronal”, recuperando la noción de *plasticidad neuronal* a la que hace referencia J. M. Barbero en su libro, *Los descentramientos del arte y la comunicación* (1997). Este concepto

hace referencia a esta sensibilidad que se construye a través de la práctica, de la experiencia y el contacto desde la infancia con tecnologías que poseen un lenguaje diferente al de los medios de masas tradicionales”.

A medida que las generaciones de jóvenes van madurando, introducen a sus hijos de modo directo y sin mediaciones en el complejo de las nuevas tecnologías: este proceso de expansión hacia las edades más jóvenes, hecha por hermanos mayores y por padres adoptantes, es lo que da origen al fenómeno de estos “nativos digitales”, que son los niños que interactúan desde edades muy tempranas con computadoras personales hogareñas ya conectadas a la red, actividad que realizan en una proporción mayor a la que lo hacen con los medios masivos analógicos, situación que los coloca en un terreno muy distinto al de las generaciones anteriores de niños y jóvenes, iniciadas con la recepción de medios tradicionales. Los llamados nativos digitales toman contacto con la comunicación por la computadora antes que por el televisor y tienden a mediar la audiovisión como un capítulo de los lenguajes multimedia, más amplios e incluyentes.

Estos han nacido y fueron criados en un entorno tecnológico tal como lo ha planteado McLuhan: un ambiente que produce modos perceptuales, maneras de relacionarse con otros y formas de vincularse con la realidad (Igarza, 2009). Particularmente, este concepto fue acuñado por primera vez por M. Prensky, en un artículo titulado “*The death of command and control*” (2004) y hace alusión a menores de 12 años nacidos con las Tics como un elemento de vital importancia en su entorno familiar y social. (Prensky, 2000)

En relación a este concepto ha habido diversos autores que han contemplado esta clasificación o descripción del grupo etéreo en cuestión. Como es el caso de Andrea Murden y Jorge Cadenasso en su libro “Ser joven en la era digital. Una aproximación a los procesos de construcción de subjetividad” (2020) donde mencionan que:

“Es en relación al desarrollo de estas nuevas habilidades que los jóvenes nacidos a partir aproximadamente de la década de 1980 han sido denominados también como 'nativos digitales en contraposición a los inmigrantes digitales" (Prensky, 2001). Los primeros son quienes nacieron y se formaron en la era de las computadoras, videojuegos e internet, para quienes lo digital es su lengua nativa, su entorno natural en el que se mueven cómodamente, lo que ha influido en su manera de pensar y procesar la información. En el caso de los inmigrantes digitales se trata de las generaciones que nacieron antes del auge de internet, para quienes la computadora, la tablet, el smartphone y las redes sociales son más bien una segunda lengua en la que son competentes, pero no han nacido con esos dispositivos inmersos en su sociedad” (Murden & Cadenasso, 2000, pp. 10-11 ).

Buscando otras perspectivas con respecto a la exteriorización de estos nativos digitales, y partiendo desde la noción de subjetividad, es necesario destacar que si bien el origen de esta categoría proviene de la concepción de sujeto moderno, el que es definido en términos trascendentales, a partir del siglo XX, especialmente, los procesos de subjetivación son considerados en función de aspectos culturales. Así, considerando definiciones más contemporáneas, es posible comprender a la subjetividad como la "producción de sentido que los sujetos se dan a sí mismos para estar en el mundo, establecer vínculos y procurarse certezas que los contengan, los reconozcan en el gran simulacro social" (Ramirez y Anzaldúa, 2014, p.172). Se trata de la "apropiación de la cultura o la forma en que se presentan en un sujeto creencias, ideologías colectivas, formas de pensar y hacer, abonando así a sus certezas o saberes, autorizándole modos de estar en el mundo" (Ramirez y Anzaldúa, 2014, p.172). De ese modo, en contraposición a la idea de una entidad ahistórica" las subjetividades se pueden comprender como "formas de ser y estar en el mundo donde la influencia de la cultura es innegable” (Sibilia, 2008, p.154).

Por otro lado, esta tesina tuvo la necesidad de buscar estadísticas oficiales con respecto a la utilización de las redes por las infancias en Argentina. En base a esto se señala como antecedente un estudio que hizo la organización UNICEF titulado:

“Chicos conectados. Investigación sobre percepciones y hábitos de niños, niñas y adolescentes en internet y redes sociales” (2016). Esta investigación muestra con datos esclarecedores cómo las infancias, en Argentina, utilizan las redes sociales tanto sea para aprender, divertirse o interactuar. Se detallan estadísticas sobre sus gustos, acciones y tipos de contenido que prefieren. Como así también, es un muestrario acerca de los elementos negativos y situaciones impropias de las redes sociales que son expuestas a los niños. Por último, pero no menos importante, detalla qué tan alto es el grado de dependencia que tienen estos infantes para con sus dispositivos móviles.

Siguiendo con esta línea de la virtualidad y la comunicación vía internet, es como se encontró un capítulo del libro “Educación y Cultura en la Sociedad de la información” (2003) de Aguiar Perera y otros, en el cual demuestra cómo los usuarios se expresan en internet, tratando de imitar un encuentro físico, marcándose así como una característica humana necesaria, la comunicación e interrelación con otros sujetos. La expresión de emociones y sentimientos mediante emojis, palabras abreviadas, mayúsculas, entre otros elementos ayudan a la correcta decodificación del mensaje y se vuelven claves para analizar el comportamiento de las infancias dentro de las redes sociales.

Respecto a la interacción social entre infantes, se ha hallado este análisis sintético titulado “La Importancia de Mantenerse Inserto en algún Tipo de Red de Intercambio Comunicacional: Social o Electrónica” de Angélica Ojeda (2010), el cual se basa en la inserción de la concientización del uso de redes sociales en las escuelas y en el hogar, entendiendo que la virtualidad adopta un rol fundamental en la vida diaria. Este antecedente otorga elementos de la funcionalidad de las redes en la población en general. Complementado a este análisis tomaré el artículo “El uso de las redes sociales virtuales en niños, niñas y adolescentes” (2012) de Lidia de la Torre y Helga Fourcade el cual describe cómo es la relación e interacción entre usuarios y usuarias en las redes sociales, aclarando también cuál es su rol en estas comunidades digitales. Siguiendo con esta lógica, las autoras mencionan cuáles son las motivaciones y objetivos que tienen los niños y niñas para con estos medios y, por

último, se focalizan en la cuestión de la colectividad que se genera dentro de las redes sociales.

## Marco Teórico

Como conceptos claves en la realización de esta tesina se ha realizado una investigación de antecedentes del tema en cuestión, es decir, de la utilización de redes sociales como herramientas de expresión en la vida cotidiana. Es necesario plantear nuestro objeto de estudio, el cual serán los niños y niñas de entre 10 y 13 años, es decir, infantes que ya han nacido con dispositivos tecnológicos en su poder. Estos no han necesitado un proceso de adaptación para la utilización de herramientas digitales sino que este público ya ha nacido con ellas, retomando a Mariana Maestri en su artículo *“Jóvenes, prácticas culturales y Tecnologías”* donde ella adopta el concepto de “Nativos Digitales” (M. Prensky, 2004). Es decir, se trata de niñas y niños nacidos y criados en el ambiente tecnológico determinado por las tecnologías que imponen modos perceptivos, formas de relacionarse con los otros y maneras de acceder y conectarse con la realidad. Esta generación se ha educado y socializado en un entorno digital. Estos conforman un público con nuevas competencias tanto a nivel cognitivo como ambiental<sup>[4]</sup>. Esto nos hace presuponer que los consumidores pueden “negociar” y “resistir” al construir sus propios significados a partir de sus hábitos y prácticas sociales.

En el caso de los jóvenes, el prosumidor es un amplio espectro que va desde las formas más cercanas al consumidor crítico pero tradicional, es decir, pasivo en la producción pero activo en la recepción, pasando por el bricoleur, que a modo de cazador selecciona y combina en secuencias no planificadas por la emisión, llegando en el otro extremo al productor casi autónomo, consumidor de lo que produce. Los adolescentes y jóvenes de la actualidad se mueven dentro de ese espectro con una facilidad que por el momento le es vedada a las generaciones adultas, con la facilidad de la adaptación a un medio que les reclama participación y compromiso con el fin de

completar el vínculo comunicativo.

Para este análisis es fundamental definir a nuestro público objetivo, el cual son las infancias. Este grupo heterogéneo de personas agrupados según su edad no es más que una circunscripción de un público extenso, reducido a un único valor contable, como son sus años de vida. Es por esto, que recapitularé a Sandra Carli en libro “De la familia a la escuela” (1999) en su capítulo “La infancia como construcción Social” en el cual redefine a este grupo:

“Si admitimos que la infancia es una construcción social, el tiempo de infancia es posible si hay, en primer lugar, prolongación de la vida en el imaginario de una sociedad. Pensar la infancia supone previamente la posibilidad de que el niño devenga un sujeto social que permanezca vivo, que pueda imaginarse en el futuro, que llegue a tener historia. En la actualidad, a pesar de los avances científicos y del reconocimiento jurídico de los derechos del niño, su vida sigue estando amenazada por las políticas de ajuste y la desresponsabilización del Estado de su rol público. Los acelerados cambios científico-tecnológicos que incluyen las nuevas condiciones para la procreación y el nacimiento, los reposicionamientos de los adultos frente a horizontes de desempleo y exclusión, con el consecuente impacto sobre las prácticas de crianza y de educación, de transmisión, en suma, y la ruptura cultural de los lazos intergeneracionales y sociales, inciden en el sentido de la vida que la sociedad modula” (Carli, 1999, p.4).

Para analizar a este público objetivo en su proceso de relación con estos medios digitales es necesario referirse al libro “*Comprender los medios de comunicación: Las extensiones del ser humano (1996)*” de Marshall McLuhan con su afirmación más famosa “El medio es el mensaje” cuyo concepto refiere a las tecnologías de los medios como extensiones humanas, las cuales son producidas por nosotros a nuestra

imagen. Pero eso queda en el olvido, nos alienamos de nuestras creaciones y, a menudo, nos enamoramos de ellas sin darnos cuenta de que solo sentimos pasión por el entusiasmo inicial que produce la adopción de las nuevas invenciones, sin darnos cuenta de nuestra conexión con los medios de comunicación, que se extiende a los sentidos. Se trata de un entumecimiento de la consciencia que nos convierte en sonámbulos. Carecemos de sensibilidad no solo hacia la naturaleza de las innovaciones, sino también hacia sus consecuencias. Cada extensión también es una amputación, según McLuhan, ya que las tecnologías funcionan, en efecto, como prótesis. El mensaje, en este sentido, se refiere a la significación más que a la información, pero el término también es sinónimo de contenido y “el medio es el mensaje” también quiere decir que “el medio es el contenido”. Para ser exactos, McLuhan debatía que el “contenido de un medio es otro medio”. (McLuhan, 1996)

“El medio es el mensaje” (McLuhan, 1996) significa que los medios ejercen la mayor influencia sobre nosotros, individual y colectivamente. Afectan nuestra manera de percibir, trasladándose de una percepción equilibrada orientada a la palabra hablada y el espacio acústico a un espacio de visualización reforzado y caracterizado por un punto de vista fijo, interpuesto por la alfabetización y la imprenta, y nos vuelve a sacar de esa modalidad con el advenimiento de los medios electrónicos. Moldean nuestra manera de pensar, desde la mentalidad concreta y global, característica de los miembros de las culturas orales, hasta el pensamiento abstracto, analítico y lineal que fue posible gracias a la alfabetización, y a nuevas formas de pensamiento ecológico en la era de la electricidad. Afectan la manera en que nos vemos, desde las personas centradas en las tradiciones y las comunidades de las culturas orales, a aquellos de las culturas alfabetizadas centrados en el individualismo y en ellos mismos, a los cibernautas actuales, polifacéticos, mezclados y orientados hacia los demás.

Continuando con los conceptos clave, se busca focalizar en la noción de dispositivo de Oscar Traversa el cual en su proyecto “El lugar de la noción de dispositivo (2007)” menciona que:

“Los fenómenos a los que se alude por medio del empleo del término dispositivo, corresponden a los modos en que se articulan los procesos técnicos de producción textual con los diferentes recursos de alcance social. Situaciones que se han hecho particularmente notorias y crecientes desde el advenimiento de la imprenta hasta los empleos actuales de las pantallas electrónicas.” (Traversa, 2007, p. 2)

Estos dispositivos descritos podrían ser las redes sociales definidas como servicios web que permiten crear perfiles públicos o semipúblicos a cualquier individuo que lo sumerge dentro de una sociedad creada por ese usuario. Estos crean una lista de contactos con sus propios lazos digitales sirviendo como herramienta de interrelación social.

Con respecto a lo anterior, las redes sociales permiten el contacto y comunicación entre las personas. En la red el individuo se comunica, intercambia ideas y opiniones con personas a las que no necesariamente conocería en su vida real. En este universo hacemos “amigos” que difieren de los que vemos en el plano real. Un amigo puede ser solamente, aquella persona que haya visto mi perfil, mi foto o lo que yo haya postado. No son relaciones profundas ni mucho menos, todo se basa en la imagen y en la instantaneidad de la comunicación.

Para explicar esto previo, se utilizará el concepto de interfaz y sociedad mediatizada de Eliseo Verón en su ensayo “Interfaces: Sobre la democracia audiovisual avanzada” (1992), que plantea la idea de “una evolución de sociedades mediáticas a sociedades mediatizadas a través del proceso que se denomina “mediatización”, y que implica una gradual transformación de prácticas sociales y hábitos culturales, tales como la mayor asistencia a los eventos electorales y cambios en las modalidades de consumo en función de la presencia de los medios. En segundo lugar, cabe destacar que este autor, se refiere a una “gradual transformación de la sociedad que se convierte en mediatizada, pero resta importancia al tan mentado poder de los medios. La poderosa influencia de los medios en el corto plazo ya demostró no ser un axioma para la comunicación social” (Verón, 1992).

“Una sociedad mediática es una sociedad donde se considera que los medios que se van instalando en ella, porque representan las mil facetas que la componen, se constituyen en una suerte de espejo (más o menos deformante, poco importa esto), a través del que la sociedad industrial se refleja y se comunica. Lo esencial de este imaginario es que traza una frontera entre dos órdenes, uno que es el de lo “real” de la sociedad (su historia, sus prácticas, sus instituciones, sus recursos, sus conflictos, su cultura) y otro que es el de la representación, el de la reproducción, el que progresivamente es tomado a cargo por los medios.” (Verón 1992, p.3)

Es relevante el uso de la imagen para los jóvenes de la edad mencionada, en este sentido, hay que considerar a las imágenes como una forma de presentarse ante el mundo virtual, e interactuar con este. Tan importante son estas imágenes que todas las redes sociales (o la gran mayoría) requiere que tu primera carta de presentación sea una foto. Instagram por ejemplo funciona a través de publicaciones, que a su vez, generan distintos tipos de interacción en la medida que, como se señaló anteriormente, pueden ser evaluadas o comentadas por los contactos del usuario. Por último, la foto de perfil debe ofrecer pistas sobre quién es esa persona, por lo que muchos usuarios dedican esfuerzo y cierto grado de reflexión para elegir la imagen que usarán en su perfil, pues esta los representará ante la comunidad virtual

Este marco teórico tocará el concepto de “Modernidad” de Marshall Berman en su libro “Todo lo sólido se desvanece en el aire” (1980) el cual se define como:

“El conjunto de experiencias (del tiempo y el espacio –de uno mismo y de los demás– las posibilidades y los peligros de vida) que comparten los hombres y mujeres de todo el mundo. Todo esto dentro de un entorno que promete aventuras, poder, alegría, crecimiento, transformación y que, al mismo tiempo, amenaza con destruir todo lo que el hombre sabe, lo que tiene, lo que es. Estas experiencias modernas atraviesan todas las fronteras de la geografía y la etnia, de la clase y la nacionalidad, de la religión y la ideología: se puede decir, en este sentido, que la modernidad une a toda la humanidad. Pero, paradójicamente, arroja a todos a una perpetua desintegración y renovación, a luchas y contradicciones, ambigüedades y angustia constante.” (Berman, 1980, p.20-21).

A su vez, se trabajará conceptualizaciones realizadas por el doctor Roberto Igarza en su libro “Burbujas de Ocio” (2009), en el cual, parafraseando al autor, se define al “consumo” como un sistema horizontal, vertical y diagonal, todo al “mismo tiempo”,

donde los usuarios envían y reciben contenidos creados por los mismos usuarios y donde los objetos de audio, texto y video se mestizan y se traducen en modelos híbridos. Este sistema que se plantea está al alcance del usuario y se torna permeable a que penetre en su cotidianidad. Es así como, siendo parte de estas redes sociales cuyo objetivo es la vinculación entre pares, se terminan “enredando” en estos mecanismos socializadores, como define Igarza.

Por último, caracterizando la importancia de los medios digitales como método de canalización y expresión de emociones en las infancias, Javier Serrano en su artículo “Internet y emociones: nuevas tendencias en un campo de investigación emergente” plantea que es necesario:

“Tomar conciencia de las capacidades del ámbito digital como espacio y cauce para la expresión de emociones supone considerar Internet y sus aplicaciones no como un instrumento que usamos, sino como un lugar de experiencia y de subjetivación; más que un medio de comunicación se trata de un espacio que habitamos y nos habita.” (Serrano, 2016, p.22)

mcA su vez, el autor define al “Régimen emocional tecnológico” como:

“Un régimen de intensidades emocionales, en el que importa la cantidad de emoción, mientras que el régimen tradicional es sobre todo un régimen de cualidades emocionales. Aunque no es factible que el régimen tecnológico pueda algún día llegar a anular el tradicional –puesto que éste es la condición de posibilidad de aquél–; es indudable no obstante que la coexistencia de ambos regímenes emocionales genera interferencias entre las lógicas emocionales propias de cada uno” (Serrano, 2016, p.20).

Por otro lado, Megías y Rodríguez (2014) afirman que hoy la persona puede mostrar las diversas perspectivas de su personalidad y de su vida gracias a la existencia de distintas redes sociales, cada una con sus propias características comunicacionales y puntos de vista. La persona es, al mismo tiempo, todas esas perspectivas, pero se muestra de manera diferente en cada una pues, como ya se mencionó, las claves varían en cada red social. Por ello -y como ha surgido gradualmente a partir del uso

de estos medios y la consecuente maduración y asimilación de sus códigos- una suerte de comprensión tácita de estas diferencias, todos entienden que estas variaciones no significan un engaño, como tampoco lo es la diferencia entre la imagen que una persona muestra en vivo y la que muestra en los medios online, pues se asume también que las claves del lenguaje escrito y oral son distintas (Megías & Rodríguez, 2014).

En el libro “Conexión total”, Marcelo Urresti, Joaquín Linne y Diego Basile (2015) plantean que en la medida que internet facilita la publicación no sólo de textos sino también de imágenes, música, animaciones y hasta audiovisuales, también da cuenta de un alto nivel de accesibilidad, el cual es inmediato y cuyos costos suelen ser insignificantes. Con el paso del tiempo es más frecuente que adolescentes y jóvenes de distintas localidades, niveles socioeconómicos y culturales registren y publiquen materiales, documentos o aspectos diversos de su vida que consideran interesantes para ofrecer a la consideración ajena. Este tipo de oferta se multiplica por la acción creativa de jóvenes que suben contenidos a la red, los hacen circular y los comparten con otros jóvenes, que vuelven a replicar el procedimiento. El resultado de este proceso es una proliferación constante de materiales cada vez más compleja e inasible, múltiple y diversa.

En una sociedad donde lo que prima en los niños y niñas es lo instantáneo, donde las ansiedades superan todos los límites y donde la espera tiene que ser efímera para no perder la atención de los infantes, el rol del prosumidor es, por lo menos, interesante. Las redes sociales son consumidas por los usuarios que dan su aprobación para que su imagen sea publicada, y su perfil sea visto.

## **Metodología**

El enfoque metodológico que tuvo este proyecto de tesina fue de corte cualitativo. La selección de infantes que brinden datos certeros sobre su utilización de las redes sociales en su vida cotidiana, la cantidad de veces que entran por día, su

preferencia por un sitio o por el otro, es el puntapié inicial para empezar a sondear al objeto de investigación. Como técnica metodológica se realizó la construcción de un focus group entre distintos informantes. A modo de juego y de manera lúdica, los participantes mostraron cómo relacionar emociones con contenidos audiovisuales, qué sentimientos reflejan y qué les genera ver uno u otro tipo de posteo. Allí plantearon distintas situaciones emocionales que las traducirían en clave red social. Es necesario comprender a la técnica de grupos focales como de estudio de las opiniones o actitudes de un público, utilizada en ciencias sociales. La utilización de esta herramienta viene a colación de la necesidad de enfocarse en el objeto de estudio y empezar a construir conclusiones en conjunto. A su vez, con el uso de imágenes y videos se buscó mantener a los participantes interesados y centrados en la mecánica de trabajo. El focus group fue el puntapié inicial para la creación de conclusiones generales.

El análisis fue en forma conjunta con los informantes debido a que creo necesaria la interacción y devolución de estos sujetos para poder comprender mejor el entramado que sus posteos construyen. Creo esto necesario para que el desarrollo de la metodología sea lo más pura posible.

La utilización de estos informantes como fuentes primarias de información podría haber desarticulado cualquier tipo de filtro o censura ante su explicación y descripción de sus emociones y la relación existente con el contenido en sus redes sociales. El uso de una foto para desarrollar un sentimiento fue el desencadenante para explorar e indagar acerca de estos supuestos comunicacionales. El objetivo de todas estas interacciones con los informantes fue contemplar la relación intrínseca, si es que existe, entre el contenido y las emociones de aquellos y aquellos creadores de ese contenido.

## Relevamiento digital

Para empezar el proceso metodológico, se realizó la lectura de “Subjects style in Instagram Photos” (2015) escrito por Lev Manovich el cual menciona y clasifica a los contenidos que son posteados en instagram por los usuarios. Dentro de este capítulo, el autor identifica tres tipos de fotos: Casual, profesional y diseñada. La primera refiere a aquellas imágenes que no respeta un patrón estético sino que relata fielmente un hecho que está sucediendo en la realidad, dentro del plano de lo informal o lo meramente real. Los detalles de color, contraste, brillo o cualquier otro parámetro visual no están controlados por el autor de la fotografía, no respeta patrones preestablecidos sino que el autor sigue sus propias reglas o respeta sus formas para realizar la imagen.

Mientras que las fotos profesionales respetan las reglas teóricas establecidas en el siglo XXI de lo que sería una buena foto. Esto no significa que las imágenes sean tomadas por un profesional ni mucho menos. Es simplemente la utilización de ciertas reglas fotográficas por el usuario.

Por último, las fotos diseñadas son las que han sido arregladas y editadas para que tengan un estilo distintivo. No va a haber fotos iguales, ni tampoco va a haber errores estéticos. Estos valores visuales se adaptan al estilo gráfico del S XXI. El usuario que utiliza este estilo de fotos generalmente edita sus contenidos con un único filtro para generar armonía en su perfil, aunque no haya fotos iguales si se genera una similitud en el contenido presentado en las redes sociales.

Estas clasificaciones son funcionales para el relevamiento de perfiles que realizaré en el público objetivo elegido. Sin embargo, realizaré modificaciones para que estas definiciones se adapten mejor a los fines de esta investigación, los cuales buscan identificar cuáles son las razones de ese contenido, comprender su significado y definir valores comunes entre ellos.

## **Selección del público objetivo**

Como ya se ha mencionado antes, los contenidos no son aleatorios es por esto que es conveniente realizar identificaciones de los posts individualmente como colectivamente. Para comenzar este relevamiento se definió un grupo de siete sujetos de entre 10 y 13 años, cinco que se reconocen dentro del género femenino y dos que se reconocen del género masculino. La selección se basó en distintos puntos:

- Que tengan una cuenta en Instagram con más de 4 publicaciones en el mismo año o historias destacadas con contenido del 2022.
- Que acepten realizar este relevamiento de su contenido.
- Que su contenido tenga, en su mayoría, pie de foto.

Estos puntos mencionados previamente no fueron librados al azar. Fue fructífero el análisis de perfiles considerados activos, y no de cuentas que estén vaciadas de contenido o cuyos posts sean antiguos. Esto es a raíz del cambio generacional que se vive a esa edad, donde los niños dejan de serlo y pasan a ser adolescentes, entonces, por esta razón es completamente necesario identificar las imágenes cuando los chicos y chicas tienen la edad mencionada en la investigación. Es este rango etéreo (10 a 13 años) donde se da una especie de quiebre en los niños y niñas, la pre-adolescencia, la cual es un periodo de desarrollo biológico, psicológico, sexual y social inmediatamente posterior a la niñez y que comienza con la pubertad, es el periodo de “explosión” de las emociones. Como ya se ha mencionado en la introducción, es clarificador cómo las redes sociales se han tornado canalizadoras de estos sentimientos que son expresados por los chicos.

En segundo lugar, el consentimiento en esta edad es fundamental para un buen desarrollo de la investigación, es por esto que los mismos sujetos dieron autorización a que se puedan relevar sus fotos del año 2022 hasta el 31 de mayo del 2020. Este plazo es para que luego de haber generado el consenso, las fotos no sean borradas ni diseñadas para generar una mejor impresión en el análisis. Esta edad es de mucha inseguridad para ellos, es por eso que cualquier elemento que permita generar un escudo de defensa será utilizado para evitar ser avergonzados.

Por último y no menos importante, el pie de foto es fundamental para la contemplación de los contenidos. Si bien los niños y niñas transmiten a través de las imágenes, es ese texto que está debajo lo que le da soporte y sostén a ese posteo. Aunque sea un emoji, el pie de foto que acompaña a una foto tiene una gran importancia para determinar el sentido de la fotografía, en especial cuando ésta es compleja y acepta distintas interpretaciones. Siendo que estamos dentro del plano de la complejidad y de la comprensión de los sujetos es necesario un punto de ancla para que el análisis sea verídico y fundamentado.

Los sujetos elegidos no corresponden a una misma clase social, pero si concurren al mismo lugar de encuentro, un grupo scout. Es decir, que todos los sábados estos chicos se reúnen y comparten horas de entretenimiento en conjunto. Existe un vínculo de amistad entre ellos.

Para armar una clasificación de contenido propia, se plantearon tres grupos diferentes para identificar aquellas características diferenciales entre unos posteos y otros. Creo fundamental entender a la imagen observando quién está en primera plana, si es el usuario, sus amigos, un paisaje, un objeto. Entonces la primera clasificación fue por quién aparece.

Por ejemplo, en el perfil de una de las relevadas se identifica fácilmente que sus contenidos son puras selfies de ella misma, siendo ella la única que aparece en las imágenes. Su perfil no tiene historias destacadas ni fotos con otras personas. Otro ejemplo podría ser uno de los chicos relevados, que no tiene ningún posteo pero sí muchas historias destacadas, donde su contenido va desde lo personal con selfies propias hasta con grupos de amigos o en lugares como puede ser la cancha, entre otros.

## **Clasificaciones**

Las clasificaciones fueron graficadas según:

- **Aparezca el usuario únicamente:**

El personalismo es un elemento que está tomando mucha fuerza últimamente, además, es una especie de marca dentro del perfil personal de cada uno de los chicos. En su perfil va a estar esa persona, indudablemente, pero en tiempos del miedo al ¿qué dirán?, o ¿qué pensará si hago esto? Es muy complejo y dificultoso exponerse a sí mismo en una imagen que será vista por toda la red de contactos y “amigos”. Esto demostraría una fuerte autoestima, o en su defecto, la necesidad de ser visto, teniendo en cuenta también el contexto del perfil. Las fotos sueltas no son determinantes de nada, y no pueden entenderse por sí solas.

- **Usuario con otras personas**

El ser humano es social por naturaleza, y necesita de otros seres para sobrevivir. El mostrar a otras personas en su muro no es tan común por lo que implica, lo cual es resignar protagonismo en nuestra cuenta para dárselo a otras personas. Ha pasado más de una vez que las respuestas a historias o posteos vienen a raíz de la presencia de una persona X, pasando el usuario principal a un segundo plano. A su vez, puede comprenderse como una fortaleza para el sujeto en cuestión de tener un soporte para ser visto y exponerse en las redes. Puede funcionar como excusa para no arriesgarse a postear contenido solo y que no tenga las reacciones que esperaba. Se divide la responsabilidad.

- **Lugares**

Postear los lugares donde se está, es para avisar a los amigos sobre la ubicación, es para generar conversación y un futuro encuentro. Esto ocurre más con el contenido de historias, donde desde la espontaneidad se busca conseguir la invitación para

encontrarse. A su vez, también simboliza nuestros gustos, no es lo mismo estar un domingo a la tarde en un parque que estar en nuestra habitación jugando videojuegos. Son mensajes diferentes y es necesario tomarlos como tal.

#### - Paisajes

La publicación de paisajes se relaciona directamente con las fotos diseñadas, aquellas que son editadas para relucir los detalles que el usuario quiera. Se trata de generar reconocimiento a través de las redes sociales mediante las fotos subidas.

Teniendo en cuenta que todos los integrantes del público objetivo son menores de edad he decidido no dar a conocer sus nombres completos e identificarlos mediante sus iniciales. La red social a utilizar será instagram, ya que, por cuestiones que hacen más factible el análisis es la más adecuada para este tipo de relevamientos y comprensiones de sentido. No podemos hablar de redes más utilizadas, ya que, Meta (dueño de Instagram Inc) no permite usuarios menores a 13 años. Es por esto, que cualquier dato estadístico carecería de validez. A su vez, podremos hacer un análisis profundo sobre las fotografías posteadas por ellos.

## **Instagram**

Fue lanzada el 6 de octubre de 2010 por sus creadores Kevin Systrom y Mike Krieger, la red social Instagram estaba destinada a los dispositivos móviles pertenecientes a la marca Apple Inc (iPhone, iPad e iPod).

Comenzó como una aplicación de publicación de fotos en estilo retro, imitando las fotos de las antiguas Kodak Instamatic y Polaroid, ofrecía filtros que les daban a las

fotografías un aspecto antiguo y una única opción de formato, el cuadrado (Gentilini & Vicente, 2016, p. 32).

Instagram creció exponencialmente su número de usuarios gracias a su incorporación al mundo Android, y la futura compra de su aplicación por Facebook. Desde su lanzamiento hasta el día de hoy Instagram se ha convertido en una de las redes sociales más activas del mundo. Con el transcurso de los años la aplicación se ha ido transformando, siempre incorporando nuevas funciones, mejorando las ya establecidas (fotografías y videos) y renovando su interfaz.

Desde 2014 ha incorporado nuevos filtros, gifs, stickers, las tan usadas “stories o historias” y el IGTV (Instagram TV). Lo esencial es que la red permite generar contenido en formatos visuales y sencillos, de ahí su gran éxito.

Es importante señalar que la red es de las que más utiliza la imagen como soporte del discurso comunicativo, mucho más que otras redes sociales como Facebook o Twitter. En Instagram, la imagen representa un acercamiento a los demás usuarios e invita a adentrarse en diferentes universos.

## **Lista de usuarios a relevar.**

N.S. 13 años. Masculino. (19 historias destacadas, 0 publicaciones)

L.M. 12 Años. Femenino. (9 publicaciones, más de 20 historias destacadas)

V.B. 11 Años. Femenino. (5 publicaciones, 1 historia destacada)

J.L. 12 años. Masculino. (1 publicación, 7 historias destacadas)

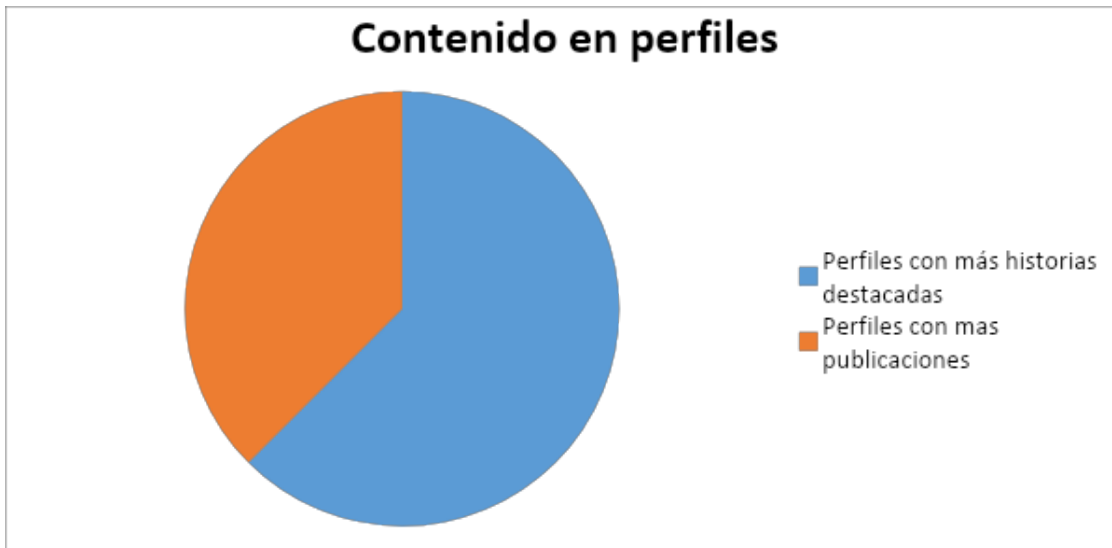
G. M. 11 años. Femenino. (20 publicaciones, 18 historias destacadas)

A.T. 12 años. Femenino (0 publicaciones, 8 historias destacadas)

L.D. 13 años. Femenino (4 publicaciones, 2 historias destacadas)

## Análisis del relevamiento

Se realizó un gráfico con respecto a qué tipo de contenido predomina en los perfiles para identificar similitudes dentro del grupo elegido.



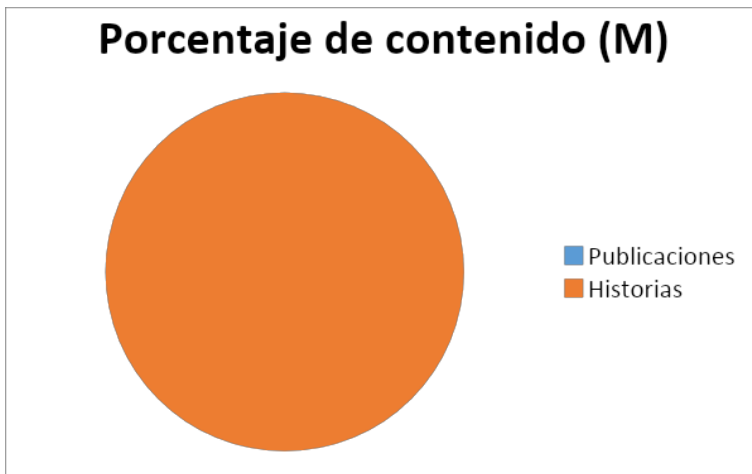
Es notable la diferencia que existe entre la utilización de los posteos con respecto a las historias. Volviendo a nuestra primera clasificación (contenido casual, profesional y de diseño), se ve una gran predominancia por sobre el contenido casual. Resulta interesante resaltar sobre la poca cantidad de publicaciones que quedan estáticas en el muro, y, que a pesar del tiempo continúan allí. Esto puede deberse a, como mencionamos antes, la necesidad de lo momentáneo por parte de los niños. Es muy difícil que un chico o chica de la edad que estamos analizando pueda pensar en una proyección de su perfil, buscan el ahora, y si tiene fecha de expiración, mucho mejor.

Es por esta razón que las historias son la herramienta perfecta para resolver esta complejidad de lo instantáneo. Sin embargo, los usuarios crean carpetas donde esos contenidos esporádicos pueden ser vistos en cualquier momento. Esto tiene relación con la clasificación de contenidos que mencionamos anteriormente. Los posteos que son delimitados a la sección de historias destacadas son contenidos “casuales”,

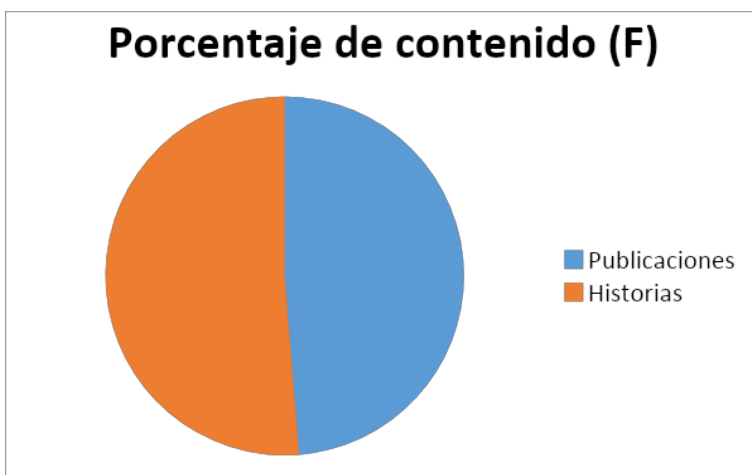
carecen de cualquier tipo de elemento de diseño que los distinga del resto y de cualquier preparación técnica. No obstante, ese contenido resulta valioso para los niños y niñas que deciden dejarlo estable en su perfil, oculto en ese círculo sobre el feed, con una carátula que en más de un caso, no tiene siquiera título.

Habiendo trabajado con chicos reconocidos como varones y chicas reconocidas por sí mismas como mujeres, he planteado la diferencia de contenido que suben unos y otras, haciendo una comparación en porcentajes con la cantidad de publicaciones e historias que suben unos y otros.

Porcentaje cantidad de contenido (Publicaciones/Historias) en los varones relevados.



Porcentaje de cantidad de contenido (Publicaciones/Historias) en las mujeres relevadas.



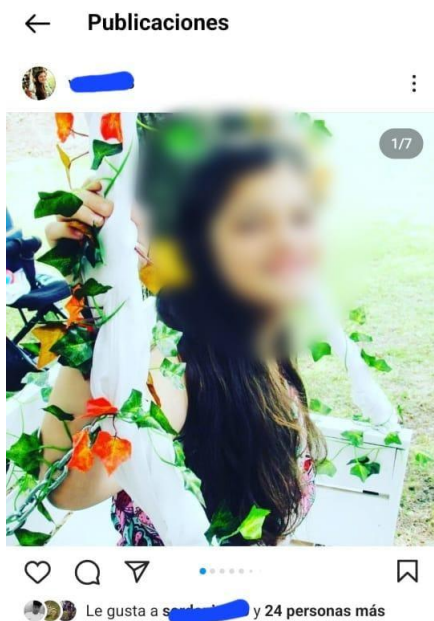
Mientras que las mujeres tienen distribuido el tipo de contenido postado, los hombres basan todo su feed en stories. No buscan mostrarse permanentemente, y no necesitan contenidos que estén en el muro para generar expectativas de visualización. Las chicas tienen más presente una buena presencia en redes para generar un perfil activo en Instagram.

Tanto los niños como las niñas usan las historias en cantidad, es el contenido más pragmático y volátil de las redes sociales en su totalidad. Tal es así que cuenta con muchísimos adeptos para su utilización.

## Análisis por clasificaciones

### Usuarios

A continuación se mostrarán distintos posts referidos a las clasificaciones mostradas previamente. El primer segmento será compuesto por aquellas imágenes donde aparezca el usuario únicamente. Es necesario resaltar, nuevamente, el rol fundamental que tiene la propia imagen personal de los usuarios ante su público/seguidores.



*Posteo de V.B. publicada el 23 de Marzo del 2022*



Historia de N.S. Publicada en Febrero 2022



Posteo de G.M. dell 17 de abril del 2022

En primera instancia se puede notar que la utilización de este tipo de imágenes es por demás escasa. Los usuarios de este rango etéreo, presentan un rechazo enorme a la exposición de sí mismos en soledad frente a una cámara y al ojo de todos sus seguidores.

La primera gran diferencia entre usuarios es que en los masculinos, las fotos en soledad solo figuran en historias destacadas, es decir, no hay posteos estáticos de sí mismos. La generación de contenido volátil como las historias (aunque queden visibles a la búsqueda) relata que, esas imágenes no es lo primero que ellos quieren mostrar. No obstante, con las femeninas ocurre algo completamente distinto. Los

posteos de sí mismas en primera persona son lo primero que se ve, lo que ellas quieren que se vea. Esto puede significar dos cosas, que entre ellas son dicotómicas. O que tienen una autoestima muy alta acompañada de una seguridad increíble, sin tener ningún miedo a lo que dirán o verán los demás. O, todo lo contrario, buscan una aprobación que destaque, y que resalte su imagen en la red social.

En este último punto, es donde esta investigación hará hincapié. Si bien se identificó una diferencia entre los contenidos publicados por unos y otros. Se reconoció una similitud, y que no se puede dejar pasar por alto. Existe un elemento común a las fotos tomadas como ejemplo y que también se replicó en otros usuarios del grupo relevado.

En los últimos 8 años los filtros de imagen han sido furor. Comenzando en la red social Snapchat<sup>[5]</sup> en la cual han sido la gran novedad para este sitio. Como lo define el sitio Web GraciAds (2022):

“Un filtro en redes sociales es un contenido de realidad aumentada que permite integrar elementos virtuales en el mundo real e interactuar con estos contenidos. Este es el contenido de realidad aumentada más utilizado actualmente, ya que redes sociales como Instagram han conseguido popularizar el uso de los mismos a través de influencers y los propios usuarios.” (GraciAds, 2022)

Esto refiere entonces a aquella barrera entre lo que es, y lo que el usuario quiere que sea. La marca corporal “Dove” ha hecho distintos estudios en diversos países donde demuestran que la gran mayoría de los jóvenes tienen instalada alguna aplicación de retoque de imagen o de filtros para alterar el contenido. Es intrigante el entender como la autocorrección de los cuerpos, facetas o ambientes ha llegado a las infancias. Comprender que la utilización de elementos ficticios y elementos de realidad aumentada, distorsionan los factores reales, es clave así como también lo es notar esa diferenciación entre lo que existe y lo que no, la cual es cada vez más notoria.

Los filtros arribaron a las redes sociales para quedarse e instalarse como un medio

distintivo del contenido posteado. La utilización de los mismos incrementará a medida que éstos sean aprobados y desarrollados por los usuarios. La modificación de los parámetros visuales reales traerá aparejado distintos complejos emocionales, donde ya se ha visto cómo distintas personas se maquillan o se disfrazan en el plano físico real, como si estos filtros fueran de ese plano, y no del digital.

## **Lugares**

La segunda clasificación será la de lugares, para este segmento se utilizará el libro de Marc Augé “Los no-lugares. Espacios del anonimato.” en el cual define a los lugares como...

“Una construcción concreta y simbólica del espacio que no podría por sí sola dar cuenta de las vicisitudes y de las contradicciones de la vida social pero a la cual se refieren todos aquellos a quienes ella les asigna un lugar, por modesto o humilde que sea. Justamente porque toda antropología es antropología de la antropología de los otros, en otros términos, que el lugar, el lugar antropológico, es al mismo tiempo principio de sentido para aquellos que lo habitan y principio de inteligibilidad para aquel que lo observa.” (Augé, 1992)

Es decir, el lugar antropológico es lugar de encuentro, de cruce. Pueden ser itinerarios que pasan y recorren distintos lugares de reunión, caminos que conducen de un lugar a otro en los cuales los individuos se reconocen dentro de un espacio que le es propio. Por tanto, son los usuarios los que se apropian de los lugares en cuestión, los adoptan como suyos y se relacionan en ese espacio. Los lugares no existen sino hay una intersección de relaciones de seres que ocupen ese espacio.

El espacio es un lugar transitado, ocupado. Los elementos coexisten en cierto orden, en el espacio, en cambio, se mueven, se desplazan los protagonistas y “animan” el lugar, de la misma forma que el escenario recién se convierte en espacio vivo cuando los actores participan.



Historia de N.S. de Enero 2022



Posteo de L.M.. del 30 de mayo del 2022

En estas imágenes se visualizan dos estilos distintos para retratar los lugares. Una forma es mostrando la ubicación en cuestión como en la imagen de N.S. en la cual agrega un cartel con la ubicación, haciendo énfasis en esa locación en especial. Las prioridades se ordenan según lo que el usuario quiera mostrar, determinamos entonces la presencia de los espacios por sobre las personas. Esto es lo que contrasta con la de L.M. en la cual prioriza a las personas por sobre los espacios, o, en todo caso, haciéndose parte de él. Es interesante conceptualizar el elemento de pertenencia definido como la identificación subjetiva que un individuo experimenta respecto a un grupo, una organización o comunidad. El sujeto se siente cómodo, identificado y bienvenido. Es por esta razón que los sujetos que se involucran con los espacios posteados, lo hacen porque quieren demostrar su sentimentalismo por ese lugar.

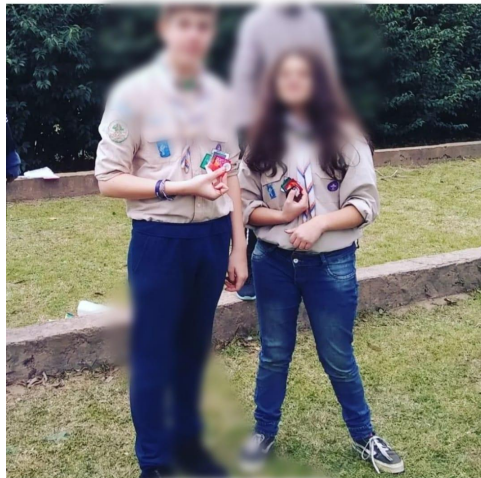
Con el correr del tiempo se ha normalizado el amor por lo extraño, lo que no se tiene. En Argentina la apropiación de los espacios foráneos a raíz del desapego a lo propio, ha ido en aumento. Por esta razón es que, a los nuevos users de estas redes sociales les enorgullece mostrar aquellos espacios diferentes a su hogar. Es más likeable una foto en Disney, que una foto en el Obelisco.

### **Usuarios con pares**

En estas redes digitales predomina en demasía el concepto de social. Los seres humanos somos seres sociales, que nos desarrollamos en plenitud en conjunto con nuestros pares. El filósofo Aristóteles (384- 322 a.c.) en su libro *Política* ha desarrollado el papel social del ser humano, su función social, junto a la función lingüística. Somos animales sociales, en tanto que nos agrupamos en familias, comunidades y Estados, y además somos seres que hablamos. Aristóteles compara al ser humano con las abejas, animales que forman colectivos en forma de panal o colmena.

Los grupos de los cuales somos parte actúan como agentes de socialización, esto es, conjuntos estructurados que influyen activamente en nuestra formación social, identificando cada grupo por un conjunto típico de elementos culturales. Unos grupos intervienen de un modo más cercano e íntimo (como la familia o los amigos), otros, de un modo, generalmente, más impersonal (como, por ejemplo. los medios de comunicación o las empresas culturales y de ocio).

Los usuarios sienten alivio o menos presión cuando el contenido es compartido con otro sujeto o par. La responsabilidad de realizar un posteo siendo la única cara visible puede ser algo muy estresante para ciertas personas que, si bien desean actualizar su contenido, no tienen las herramientas necesarias para afrontarlas y utilizarlas.

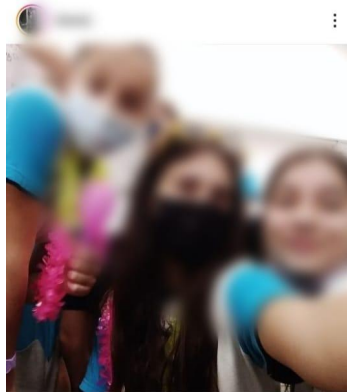


*Posteo de J.L. en Junio 2022*

← Publicaciones

blwxlu 🌱❤

26 de diciembre



*Posteo de L.M.. del 14 de diciembre del 2021*

En las fotos adjuntas podemos notar una similitud notoria en la composición y razón del contenido. Si bien se puede destacar la presencia de varios pares que acompañan al usuario, hay que relucir el motivo del contenido.

Para contextualizar los posteos, en la foto de J.L. podemos ver una foto mostrando las insignias entregadas en un campamento scout, las cuales destacan y relucen el progreso obtenido dentro del movimiento, es festejo, orgullo y felicidad. El posteo genera interés en el usuario y sus pares, que, en su gran mayoría, también son parte del movimiento scout. En tanto, J.L. se siente apoyado y seguro de subir esa foto que es parte de su progreso personal.

En la otra foto, también se destaca el festejo, reluciendo el cotillón de colores y, aunque los barbijos tapen las sonrisas, podemos deducir su felicidad. Esto debido a la finalización del último año de la primaria, el paso a la secundaria genera, al igual que

en el posteo anterior, la felicidad y la emoción. Esto es destacado por sus pares, que en comentarios la felicitan y enaltecen su gran paso.

Las fotos, videos o cualquier tipo de contenido que sea con un par, familiar o persona del círculo cercano va a ser más fácil, más efectivo en cuanto a las interacciones que pueda tener el contenido en la red social en cuestión y tendrá un dinamismo en el feed de la persona. Además, integra a otros seres sociales a nuestro vínculo virtual, se desea mostrar al otro, lo hacemos parte, se lo incluye en el entorno social del usuario y se lo integra a un cúmulo de posibilidades de relaciones interpersonales.

No obstante, también es un paso de superación para el propio usuario. Esta afirmación nace de la renuncia que hace ese usuario a su propio egocentrismo, el cual, en la edad que esta investigación revela es algo prevaleciente. La concepción del mundo orientándose a sí mismo como centro universal es algo cada vez más usual en las infancias de esta década.

## **Paisajes**

En la actualidad, en redes sociales como lo es Instagram predomina el estilo de imagen denominada como “diseñada”, donde la utilización de recursos técnicos y profesionales para enfatizar elementos de las imágenes son la parte fundamental del contenido. Fotos de grandes edificios históricos, lugares reconocidos a nivel mundial son algunos ejemplos de las imágenes más posteables. El posteo de este estilo de imágenes resulta desafiante para aquellos que estudian carreras afines a la fotografía, o a las agencias de turismo.

Es difícil hallar este tipo de contenido, tan estético, profesional y detallado en perfiles de usuarios tan chicos. Es por esto que esta categoría no abarca a este grupo etéreo ni al público relevado. Si bien, esta categoría se vincula estrechamente con la de lugares, la principal diferencia es el objetivo de cada una de ellas. Difiere el propósito de mostrar dónde estoy o para qué estoy, en comparación con demostrar mis habilidades en el campo de la fotografía.

En el público relevado no se ha encontrado ningún posteo que tenga características propias de esta clasificación.

## **Síntesis**

Esta investigación buscó desde un principio encasillar estos posteos en clasificaciones estrictas donde los contenidos tengan funciones comunicativas específicas. No obstante, es bien sabido que el comunicar no puede encerrarse en sí mismo como un elemento concreto y uniforme. Sino que es un proceso de ida y vuelta permanente, los contenidos se moldean gracias a la percepción de los receptores. El mensaje no es estático ni unilateral.

Sería equívoco concebir que los posteos en las redes sociales de los usuarios son aleatorios. Todo comunica y todo elemento consentidamente posteo quiere decir algo, aunque el usuario no tenga percepción de eso.

Se logró definir tres clasificaciones efectivas en este contenido relevado, que refieren a publicaciones que responden al orden de lo casero. Es decir que nada de lo que fue publicado estuvo diseñado exhaustivamente ni desarrollado al detalle. No obstante, sí es relevante destacar que, como se mencionó anteriormente, los filtros son los que adoptan protagonismo en las publicaciones.

Asumiendo a estos filtros como máscaras que esconden lo real para plantear el ideal, se vincula directamente con lo que los usuarios desean mostrar en este mundo virtual. Es decir, que podemos desarrollar una relación directa entre lo virtual con lo ideal. El usuario postea esto porque para esa persona, ese contenido es lo que lo identifica y adopta como propio. Aunque en los planos físicos reales no sea tan exacto.

Es necesario destacar también como el acompañamiento de otras personas colabora con la actividad en los perfiles de los usuarios de este rango etéreo. El sentimiento de comunidad se impregna en las personalidades de estos nativos digitales. Es este

rasgo el que se destaca en estas redes sociales, donde los vínculos virtuales atraviesan planos físicos y cualquier frontera. Es notorio cómo, gracias a estas redes sociales se han incrementado aquellas comunidades de personas que no son del mismo país, transversalizando culturas.

Según Howard Rheingold en “Multitudes inteligentes: la próxima revolución social” (2003) define a la comunidad virtual como:

“La comunidad virtual es algo parecido a un ecosistema de subculturas y grupos espontáneamente constituidos. Bajo esta idea, se está expandiendo un nuevo tipo de red social dentro del espacio cibernético al que todo el mundo puede acceder usando su teléfono, computadora u otros dispositivos móviles.” (Rheingold, 2003)

Finalizando este concepto dentro de lo que generó la clasificación realizada, será importante poder identificar a qué grupos pertenecen estos usuarios relevados y bajo qué normas éticas y/o estéticas son parte.

## **Focus group**

La investigación propone como herramienta metodológica el focus group, en tanto técnica de investigación cualitativa que permite recolectar perspectivas o visiones de los participantes. A diferencia de las entrevistas en profundidad que son individuales, el focus group captura más que la suma de las partes.

El propósito del focus group no es ahorrar tiempo, ni esfuerzo en la investigación, sino abrir nuevos espacios donde la riqueza de los conceptos viene de los intercambios que surgen en la conversación.

Para esta actividad, se trabajó con 18 chicos y chicas de entre 10 y 13 años, durante el lapso de actividades que los participantes tienen en su grupo scout. Ante ellos, se presentó la propuesta que contó con dos partes. La primera, basada en lo lúdico. Se

formaron parejas hechas a sorteo en las cuales tendrían un dispositivo móvil para sacar fotos. La segunda parte constó de la exposición de cada una de las imágenes frente a todo el grupo, poniendo en debate sus relaciones con las emociones en cuestión.

Las parejas tuvieron libre elección de la imagen que querían capturar, siempre y cuando para ellos representara lo que se les pedía. Estas peticiones se basaron en sentimientos y emociones aleatorias y simples. El objetivo de esto era visualizar a los niños tratando de representar esos elementos abstractos en objetos concretos. Es decir, trasladar aquel estado de ánimo o disposición emocional mencionado, a una foto en específico, producida por los mismos usuarios.

## **Selección**

Las emociones trabajadas fueron:

- Alegría: es un estado de ánimo producido por un acontecimiento favorable que suele manifestarse con signos exteriores como la sonrisa, un buen estado de ánimo y el bienestar personal. La palabra alegría proviene del latín *alicer* o *alecris* que significa “vivo y animado.”
- Tristeza: una reacción ante una pérdida o situación adversa por la que nos vemos superados.
- Nostalgia: sentimiento de pena o tristeza que se experimenta al recordar un momento, persona o lugar que nos ha hecho feliz en el pasado.
- Enojo: disgusto y mala disposición hacia una persona o cosa.

- Miedo: sensación de angustia provocada por la presencia de un peligro real o imaginario.

Con estas emociones se pudo ver las representaciones que estos chicos tienen. Esto ha funcionado como elemento disruptivo para comprender y analizar las significaciones de las mismas. Esta tesina se contempla dentro del plano de la complejidad, en el cual estos enfoques complejos caracterizados por pensar en términos de interacciones no lineales otorgan la posibilidad de salir del círculo vicioso y unidireccional de la comunicación. A su vez, habilita un pensamiento fluido, capaz de adoptar diversas configuraciones, sin llegar a la rigidez del cristal y sin desvanecerse como el humo. Es este pensamiento el que tendremos que asimilar y desgranar para poder encontrar distintas nociones de sentido.

El registro del contenido fue realizado a mano, no se utilizó ningún micrófono para no entorpecer la libre expresión de los informantes. No es conveniente la incorporación de ningún objeto que exponga o incomode a los participantes ya que las declaraciones estarían sesgadas por los miedos o inseguridades de los mismos.

No obstante, se contó con la posibilidad de realizar cualquier tipo de confirmación o de profundizar algún testimonio. Después del encuentro formal, fue posible y viable abrir una segunda instancia personalizada para aquellos niños y niñas que así lo desearan, o si la investigación lo ameritaba.

Dentro de este intercambio se avizoraron reflexiones, sensaciones y/o reproducciones de sentido que los participantes tienen. Fue importante entonces la observación participante como técnica de campo, para poder contemplar y anotar todas las declaraciones pertinentes además de las reacciones físicas que completan el desarrollo del concepto.

Los tonos de voz, la firmeza y la capacidad que tienen los usuarios para desarrollar sus argumentos es una clara muestra para identificar cómo se sienten estos

informantes sobre lo que están hablando. Ha sido fundamental, también, el apoyo que brinda el grupo mientras uno de los miembros está hablando.

## **Desarrollo**

El encuentro con los protagonistas se dio en octubre de 2022, en el cual participaron 18 niños y niñas de la edad seleccionada por esta investigación. Se les solicitó que se dividieran en grupos de dos, a libre elección, para lo cual no tardaron mucho en definir afinidades, demostrando la confianza que existe entre los emparejados. La ausencia de censuras resultó funcional para el desarrollo de la técnica para contemplar el desafío planteado.

En ningún grupo, se conformó una pareja mixta, todas fueron puramente de varones o de mujeres. Esto se explica a partir de que en el movimiento scout se trabaja en equipos divididos por sexo. Por tanto las afinidades o el afecto se ve transversalizado por la diferenciación genérica. A los 9 grupos se les dio la misma cantidad de tiempo, para que en su sede de grupo (Parroquia Nuestra Señora del Carmen, Pellegrini 1561) puedan recorrer, pensar, capturar y conceptualizar las imágenes.

## **Alegría**

Luego del tiempo estipulado para que los grupos puedan definir sus imágenes, surgieron resultados muy diferentes pero se hallaron ciertos puntos comunes donde el análisis se enriquece. Muchos de los participantes acudieron a lo sencillo, participando en selfies sonriendo, mostrando los dientes y los ojos bien abiertos, acompañados de amigos. Este es un elemento que se comparte en muchas parejas. La felicidad se encontró en el otro. Ante esto, se les consultó sobre qué es la amistad, y por qué eso significa felicidad o alegría. Para esto, concordaron en que los amigos son un escape de nuestra realidad, y es en nuestra realidad gráfica donde los incluimos; esto se vinculó estrechamente con la “Felicidad intermitente” que otorgan las redes sociales. Aquel momento efímero que rompe con la cotidianidad.



Foto grupo 1

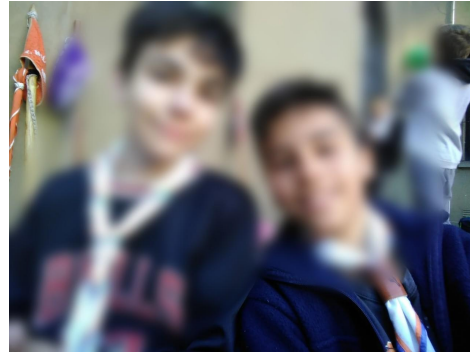


Foto grupo 2

También hubo casos más profundos, donde definieron a la felicidad en un contexto completamente diferente. Estos niños están en la mitad del proceso de formación de los beneficiarios dentro del grupo scout. Esto es porque, tienen dos secciones previas a ellos (Castores y Lobatos) los cuales van desde los 5 a los 10 años. Esto viene a colación de que, cuando se les solicitó la imagen, más de una pareja capturó al conjunto de niños más pequeño. Ante esta imagen, argumentaron que, la felicidad subyace en la inocencia, en el no comprender elementos que rodean a las personas. El ser más grande, genera responsabilidades que quizá sean abrumadoras para personas tan pequeñas, por eso la necesidad de volver a ser pequeños rompe estructuras mentales y simboliza, entonces, a la niñez como un momento deseable, que se concentra en el juego y el disfrute.



Foto grupo 7

Un detalle a destacar para esta categoría fue que, estando en una iglesia, ninguna pareja definió a la felicidad en una imagen santa o que sea devota de la religión. Ante esta curiosidad, se les consultó acerca de si eran creyentes en algún ente superior, y los usuarios contestaron con un rotundo no. La incredulidad por divinidades o espectros va de la mano de la idea de la no trascendencia de los cuerpos. Es complejo para un niño de esa edad verse más allá de sí mismo, entonces, si no se educa desde aún más pequeño se hace aún más difícil concebir un ser divino.

En síntesis, para esta muestra, la felicidad o alegría, se da en aquellos espacios donde las personas están cómodas, seguras y acompañadas. Las personas que rodean a los niños son las que rompen la rutina, las que los quitan de la realidad monótona de ir a la escuela, jugar y dormir.

### **Tristeza**

Al tratar de capturar imágenes que enmarcan a la tristeza o desazón, los usuarios tuvieron que realizar un trabajo de introspección. Todos los niños miraron a su alrededor y empezaron a buscar elementos del entorno. Entre ellos se destaca uno muy peculiar.

La sede del grupo está en una Iglesia que tiene, en sus instalaciones de ocio, mucho abandono. Desde paredes sin pintar, baldosas rotas y muchos baches. Es por esta razón que muchas parejas retrataron las paredes descascaradas, ante esto mencionaron que el no cuidado de los espacios que conocen desde hace años, los entristece.

Los chicos de la edad registrada son muy sensibles con respecto al abandono y a la pérdida de los lugares. Es un amor hacia lo material que tiene un vínculo muy estrecho con lo simbólico, la imposibilidad de poder adueñarse del mismo, arreglarlo y cuidarlo genera un sentimiento de impotencia y desilusión que es difícil de contrarrestar. Esto es un amor atemporal, es decir que no respeta tiempos, ni circunstancias.

También se retrataron intervenciones viejas que han realizado otros grupos de niños a lo largo de los años. Estos símbolos quedaron sin terminar, abandonados y completamente en desuso. Es por esta razón que la tristeza toca su límite con el enojo, y es fronteriza constantemente con la necesidad de cambiar la realidad e intervenir el espacio.

Foto grupo 4



Foto grupo 9



En otra arista de esta emoción también está la noción de la soledad. El no sentirse acompañado por un par o un superior. En una representación ficticia, pero útil a los fines de la investigación, se relaciona esta imagen. Finalizando la niñez, los usuarios hallan (en contraposición a la primera emoción) a la falta de personas como algo triste.

Foto grupo 1



Los humanos somos seres sociales, se necesita de los demás para alcanzar las cualidades plenas de la persona. Ante esto, y la reciente pandemia por el COVID-19, los niños destacaron que no quieren volver a un espacio de encierro y soledad, sino que, la compañía de sus seres queridos les da más satisfacción. Por último, destacaron que la virtualidad jamás podrá reemplazar a los vínculos sociales offline. Estos niños no tienen la capacidad de definir situaciones prioritarias, ni de distinguir lo que es realmente grave de lo que no. Es por esta razón, que estos espacios vacíos generados, aunque sean muy cortos, pueden ser letales en la personalidad de los infantes.

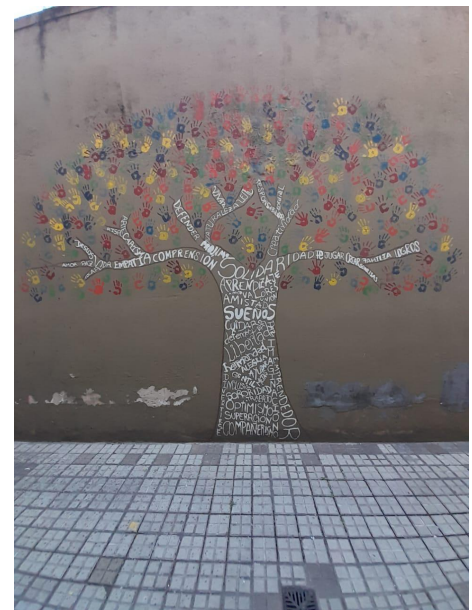
## Nostalgia

Esta emoción fue la menos comprendida por los niños, no obstante, hubo una evaluación del grupo 7 que fue notoria, destacable y propia de un pensamiento de una persona mayor. La misma tiene vinculación con la imagen adjunta.

*“El árbol representaría nuestra vida, el tronco sería nuestro tiempo como bebé o niños más jóvenes, ya que en esa época no tenemos el poder de hablar. Después las diferentes ramas son todas las decisiones que pudimos haber tomado. La más grande el camino que elegimos, las manos u hojas las diferentes personas que conocimos en el transcurso del tiempo.*

*Cuando las hojas se caen es cuando dejamos esas personas atrás y las olvidamos o dejan de ser parte de nuestra vida.*

*Eso es la nostalgia.” Grupo 7.*



Según los usuarios, esta emoción es la otra cara de la tristeza, es el extrañar el contacto con alguien, o el querer regresar a una situación especial. No obstante, notaron que no solo se vincula con cosas negativas, sino que lo que los usuarios plantean es, en otras palabras, volver a donde se fue feliz. Por tanto, es una memoria

emotiva, que parte desde lo negativo para ir a lo positivo.

En este rango etéreo es muy difícil que comprendan que es el extrañar, o poder pensar en el pasado. No lo conciben, no lo identifican. No obstante, cuando se plantea un hecho que consideran importante, se genera un “choque de nostalgias” positivo y negativo. Para lo cual depende de cada uno de los niños que será lo que prevalezca.

## Miedo

En este punto de la actividad, los niños y niñas, tuvieron que utilizar más que nada su imaginación, para poder conceptualizar imágenes que representen un temor ficcional.

Los usuarios encontraron puntos comunes en sus producciones fotográficas, por ejemplo, destacaron que el miedo surge de la incomodidad. Un claro caso fue un grupo que escogió un espacio cerrado para simbolizar a la claustrofobia, o, una locación sin iluminación aclarando que el no poder ver es una gran causal del miedo. El imaginar fenómenos fuera de lo real provoca una sensación de querer escapar.

Los límites que son externos a las capacidades naturales de los humanos causan impotencia y miedo, es por esta razón que los participantes eligieron elementos de la realidad que afectan al normal desenvolvimiento.

Foto grupo 4



Foto grupo 8



Un elemento destacable de esta parte de la investigación es cómo los usuarios representaron situaciones ficticias para identificar situaciones de terror. En la imagen a continuación se visualiza una pelea de dos compañeros, uno más grande y el otro que se encoge ante la situación. El sujeto no tiene miedo de ser golpeado, sino que sabe que no puede hacer nada contra él. No ve posibilidad de escapar.

Es entonces como el miedo es traducido en la incapacidad de actuar, en los límites que los incapacitan, en la no plenitud de sus voluntades individuales. El miedo es invisible a los ojos, pero se percibe como si estuviera frente a ellos. La comprensión de fenómenos que no se traducen en elementos físicos es incompatible con el grado de abstracción con el que cuentan los usuarios. Pero sí es compatible con la ilustración de elementos reales.

Foto grupo 1



## **Enojo**

En esta última categoría se encontraron otras emociones vinculadas, tales como la frustración, la impotencia y la indignación. Todas estas confluyen en el enojo como clasificación abstracta. No obstante, fueron pocos los grupos (solamente tres) que pudieron capturar imágenes que sintieran que identifican al enojo.

Existen dos explicaciones diferentes para este fenómeno. La primera es que los niños no han vivenciado ninguna experiencia que realmente los enfade, más allá de un capricho. Esto es porque las prioridades para los chicos de esta edad son más superficiales, lo cual, es correcto el pensar y definirlos como seres inocentes que no tienen por qué pensar más allá de ellos mismos. Aunque eso incluya la no vinculación con los problemas externos.

Por otro lado, la incapacidad de producción de contenido puede verse referido a que, el enojo es meramente un sentimiento pasional y momentáneo. Es complejo para los usuarios crear situaciones ficticias que los enojen realmente. Se les pidió que cuenten algo que no les guste y les genere rabia, y no se les vino nada a la mente, más que algunos chistes entre ellos.

El público objetivo de esta investigación, carece de algún tipo de frustración que lo lleve a representar símbolos de furia, ya que son seres muy resilientes que no se opacan por una situación externa, más allá, claro está, de un momento espontáneo.

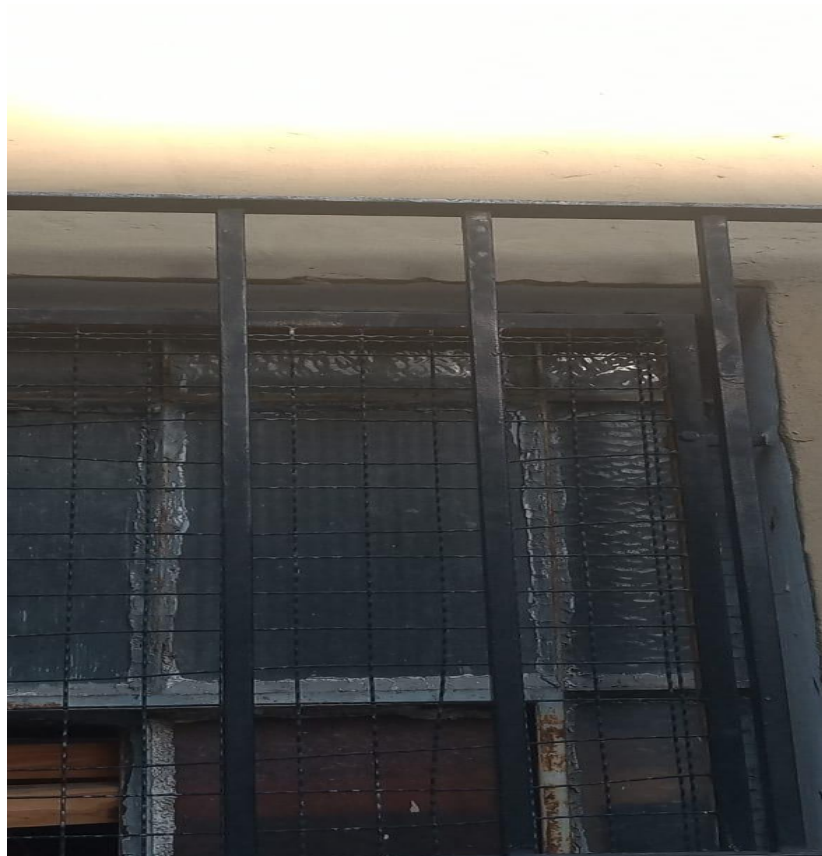
De todos modos, los grupos que sí pudieron capturar imágenes, llevaron esta emoción a otro lado. Como se comentó en un primer lugar, la impotencia y la indignación fueron los elementos secundarios que utilizaron.

Por ejemplo, uno de los grupos desarrolló que el enojo se identifica con los límites, es decir, la impotencia de no poder ser ni decir lo que uno piensa. Aquellas barreras sociales y lingüísticas que imposibilitan a los usuarios expresarse dentro del plano físico. Ante esto, se les consultó si en la virtualidad creen que hay límites. Todos los participantes dijeron que sí, pero que son manipulables, por tanto no son claros ni reales.

Es así que la libertad que ellos tienen dentro de las redes sociales o sitios de videojuegos responde como contracara de la barrera social. A su vez, otro grupo destacó que es también aquel “deber ser” que impone la sociedad a niños tan jóvenes, que a su parecer, supera sus posibilidades para alcanzar el umbral de

aceptación.

Foto grupo 7



En último lugar, la impotencia fue un punto de debate que surgió a raíz de la basura que se encontró en la sede del grupo scout. En una sociedad cada vez más eco-friendly y con políticas sustentables, los niños ya traen aparejado una mentalidad ecológica. El problema en cuestión es que todos estos usuarios han nacido en una ciudad contaminada, y no depende de ellos el cambiarlo. Es entendible, entonces, que haya sentimientos encontrados al hallar un vaso o plásticos tirados en la calle. Las acciones a realizarse para solucionarlo, exceden sus posibilidades y los enfadan.



Foto grupo 5

## Síntesis

Habiendo finalizado el focus group y los respectivos análisis, la técnica ha sido muy eficiente para la comprensión de las producciones de sentido de los participantes. Se ha notado mucha predisposición de parte de los niños y niñas que han puesto muchísima atención y esfuerzo para poder materializar las emociones en una pieza fotográfica.

Las clasificaciones elegidas dieron sus frutos para poder desentrañar los contextos que cada uno de los participantes lleva consigo. En un debate muy fructífero luego de cada imagen presentada frente a todos los compañeros, se han visto argumentos muy válidos como ya se han expuesto anteriormente.

Es complejo conceptualizar elementos tan abstractos en niños tan pequeños, pero se ha descubierto cómo estos usuarios utilizan los elementos gráficos y digitales para poder expresarse libremente. En palabras de ellos “Las redes sociales son un mundo

aparte” y es en este mundo virtual donde ellos ponen las reglas. De todos modos, no hay que considerarlo como un cuento utópico, allí también existen presiones y quizá, hasta sean peores. No obstante, estos niños no son parte aún de las distintas aristas que conllevan estos sitios.

Se han podido observar diversos puntos comunes en todas las fotos, pero también opiniones diversas por parte de los mismos. Esto quiere decir que sus contextos, si bien son parecidos, no son completamente iguales. Son estas dimensiones sociales estructurales las que conforman la personalidad de los usuarios, cuando uno de estos elementos falla, o se modifica, se ve reflejado en la cotidianeidad de los niños.

Es factible pensar que el contenido que puedan postear en sus redes sociales sea estructuralmente similar a las fotos creadas para la actividad. Suponiendo que el mensaje sea algo simple, pero el contenido posteadado haya tenido un segundo sentido (como el caso de la ventana cerrada simbolizando los límites sociales), la foto en Instagram quizá no responda directamente al objetivo de la foto. La persona tiene un pensamiento más rebuscado y eso se traduce en sus posteos. Es decir que habrá un paso intermedio entre el mensaje y el verdadero significado del mismo, el cual es la interpretación del receptor. La comunicación es un proceso multidireccional que se reproduce en las diferentes interpretaciones que hagan los participantes. Ningún mensaje es unilateral y nunca termina con la recepción del mensaje sin reproducción de sentido.

## **Conclusiones finales**

Esta investigación se planteó desde un principio reconocer producciones de sentido a partir de las emociones de niños de entre 10 y 13 años en sus posteos de Instagram. Partiendo desde la hipótesis que ningún contenido es aleatorio ni librado al azar, y que, aunque sean usuarios de muy corta edad, existen mensajes detrás de la foto en sí. Las imágenes son un tipo de comunicación no verbal, e inconscientemente, lo utilizan de una manera proyectiva.

La pandemia COVID-19 catapultó a los chicos a la virtualidad extrema, llevando los vínculos sociales al mínimo e indispensable. Es entonces cuando tuvieron que ingeniar estrategias para poder estar conectados a sus pares, aunque no estuvieran cerca. Fue entonces que a través de las redes sociales y los videojuegos se crearon códigos lingüísticos y visuales para relacionarse entre sí. Los nuevos usuarios encuentran en la actualidad muchas más herramientas para generar vínculos, no obstante, no reemplazan a las relaciones sociales del mundo offline en absoluto.

Se encontraron muchos puntos en común en las distintas formas de recolección de datos. Como ya se ha mencionado, los contextos y las edades influyen en la calidad del contenido y en la forma en la que ese mensaje es reproducido. No obstante, es importante relucir aquellos elementos utilizados por igual.

Mientras que en el relevamiento las clasificaciones han sido amplias y han agrupado distintos posts de los usuarios, en el focus group ha habido más aristas a tener en cuenta que rompieron con lo esquemático de la investigación. Los mensajes transmitidos rompieron con la constante linealidad de los tipos de contenido, como el ser las imágenes de usuarios en solitario o con pares. Este punto fue el puntapié para identificar cuáles son las codificaciones de esos mensajes. Sería absurdo pensar que todos piensan igual, y que las imágenes pueden clasificarse estrictamente por lo que muestran. En tanto el orden visual, si bien es el más importante en estos sitios digitales, no lo es desde el punto de vista comunicativo sino que éste carece de prioridad y volumen. Lo realmente importante es cómo esa imagen transmite un mensaje. Por ejemplo, es muy probable que las fotos capturadas fuera de contexto durante el focus group no tengan ningún tipo de sentido, ¿Qué relación existe entre una ventana cerrada y el enojo? Es entonces cómo estos niños reproducen sus emociones a través de esas fotos, rompiendo con la estructura lineal de la comunicación, y dentro del focus group ha existido un fructífero ida y vuelta que generó reflexiones en los usuarios. Otro suceso a destacar fue cómo aquello que empezó de una manera fue transformándose en un mensaje más concreto.

Simplemente, lo que sucede es que los niños de esa edad no cuentan con la capacidad de concretar situaciones, es entonces que a medida que la conversación fue fluyendo, el mismo usuario fue cerrando el espectro de situaciones específicas.

En conclusión, es imposible encerrar a los niños y no esperar ningún tipo de respuesta, sea directa o indirectamente comparable con sus sentimientos. Este rango etario tiene un grado de sensibilidad tal, que cualquier mecanismo comunicativo requiere una observación profunda del caso.

En el marco teórico se describió a estos regímenes tecnológicos en tanto que valorizan estas intensidades emocionales. En esa edad tienen un valor incalculable al ser tan viscerales puesto que rompen todas las estructuras posibles. No hay que juzgar aquellos posts con un juicio de valor incomprensible y atemporal, es necesario contextualizar aquellos mensajes que los usuarios intentan transmitir, porque todo comunica, y toda comunicación tiene su por qué.

Son estos mensajes fundados y relacionados con su personalidad, la razón por la cual los niños utilizan estos sitios digitales para expresar sus emociones. Allí son libres, eligen sus reglas, y pueden ser lo que, en muchos casos, no pueden en el mundo offline. Niños.

## Referencias

<sup>[1]</sup> Las comunidades virtuales se forman a partir de procesos similares entre un grupo de personas, que su trabajo es organizar secciones en internet. Se organizan y se llevan a cabo a partir de servicios en línea. Puede ser de cualquier tema o de cualquier estudio tecnológico, no hay negaciones. Las comunidades saben que son redes, evolucionan de este modo, ampliando los miembros, diversificándose entre sí, nacen en el ciberespacio. (Editorial Etecé, 2015)

<sup>[2]</sup>Acción deliberada de un adulto, varón o mujer, de acosar sexualmente a una niña, niño o adolescente a través de un medio digital que permita la interacción entre dos o más personas, como por ejemplo redes sociales, correo electrónico, mensajes de texto, sitios de chat o juegos en línea. (Extraído de: <https://www.argentina.gob.ar>)

<sup>[3]</sup> El cyberbullying tiene lugar cuando una persona menor sufre amenazas, hostigamiento, humillación u otro tipo de molestias de forma reiterada y deliberada (es decir, a propósito) por parte de otras personas menores a través de medios electrónicos. (Extraído de: <https://www.argentina.gob.ar>)

<sup>[4]</sup> Las tecnologías —en este caso, las tecnologías de la comunicación, desde la escritura hasta los medios digitales— generan ambientes que afectan a los sujetos que las utilizan (Scolari, 2008).

<sup>[5]</sup> Snapchat es una aplicación de mensajería para teléfonos inteligentes con soporte multimedia de imagen, vídeo y filtros para fotos de realidad aumentada.

---

## Bibliografía

- Argentina.gob.ar. (2021) Cyberbullying o Ciberacoso. <https://www.argentina.gob.ar/jefatura/innovacion-publica/gobierno-abierto-y-pais-digital/paisdigital/navegacion-segura/ciberbullying-o-ciberacoso>
- Argentina.gob.ar (2021) ¿Qué es el grooming? <https://www.argentina.gob.ar/grooming>
- Auge, M. Los no lugares. Espacios del anonimato. *Una antropología de la sobre modernidad*. (P. 56)
- Ballesteros, S. (2013). La depresión, la epidemia del siglo XXI. *SER*.
- Berman, M. (1980) .Introducción. La modernidad: Ayer, hoy y mañana. *Lo sólido se desvanece en el aire* (P. 1-28.)
- Carli, S. (1999). *De la familia a la escuela*.

- Cobo Romaní, C; Pardo Kuklinski, H. (2007). *“Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food”*. Cap. 2.3 “Multitudes Inteligentes” p.47. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona / México DF.
- Gentilini D & Vicente, L. (2016). *Configuración del álbum fotográfico como acto comunicativo. De lo analógico a lo digital. Caso Digit Álbum en Instagram. (Tesis de Grado)*. Recuperado de [https://drive.google.com/file/d/0B\\_ZLsGGdcWjSdXNqYmJMTzB3VEk/view](https://drive.google.com/file/d/0B_ZLsGGdcWjSdXNqYmJMTzB3VEk/view)
- Goijberg, N. E. (2006). Los nuevos códigos de la comunicación emocional utilizados en internet. *Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*. Vol. 7, (núm. 2). P. 92-106
- GraciaAds. (2022) Recuperado el 9 de agosto del 2022. Link:   
“[https://interfacesypantallas.wordpress.com/2009/12/16/jovenes-practicas-culturales-y-tecnologias/#more-167](https://graciads.com/filtros-en-redes-sociales/#:~:text=Un%20filtro%20en%20redes%20sociales,e%20interactuar%20con%20estos%20contenidos.”</a>”</li>
<li>- Igarza, R. (2009) Burbujas de Ocio. <i>El consumo de contenidos en la era de internet móvil</i> P. 149-152.</li>
<li>- Maestri M. (2011). Jóvenes, prácticas y tecnologías. <i>Interfaces y pantallas</i>. «Recuperado de <a href=)»,
- McLuhan, M. (1996). El medio es el mensaje. *Comprender los medios de comunicación*. (P. 29-43) Barcelona, España. Editorial Paidós.
- Meglas, I., & Rodriguez, E. (2014): *Jóvenes y comunicación. La impronta de lo virtual*. Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD), Madrid
- Ojeda, A. (2010). La importancia de mantenerse inserto en algún tipo de red de intercambio comunicacional: Social o Electrónica.
- Paolini, P. Ravall, M. (Junio, 2016) *Chicos Conectad@s*. <https://www.unicef.org/argentina/media/1636/file/Kids-online.pdf>.

- Ramírez, B. y Raúl Anzaldúa (2014): "Subjetividad y socialización en la era digital". *Argumentos* (México, D.F), 2766), 171-189 Recuperado en 31 de mayo de 2022, de <http://www.scielo.ora.mx/sciela>
- Scolari. (12 de Febrero, 2015) Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones. *Hipermediaciones*.  
<https://hipermediaciones.com/2015/02/12/ecologia-de-los-medios/>
- Sibilía, P. (2008) La intimidad como espectáculo. Buenos aires. Fondo de cultura económica.
- Strate, L. (2012). El medio y el mensaje de McLuhan. *InfoAmérica*. P. 62-80.  
«Recuperado de [https://www.infoamerica.org/icr/n07\\_08/strate.pdf](https://www.infoamerica.org/icr/n07_08/strate.pdf)»,
- Torre, L. d., & Fourcade, H. (2012). El uso de las redes sociales virtuales en niños, niñas y adolescentes. *Revista Infancias Imágenes. Volumen I. P. 69-73*.
- Traversa, O. (2007). "El lugar de la noción de dispositivo en el contexto de las teorías semióticas" (Proyecto de investigación) Instituto Universitario Nacional de Arte, Buenos Aires, Argentina.
- Universidad Iberoamericana. (2010). *La Importancia de Mantenerse Inserto en algún Tipo de Red de Intercambio Comunicacional: Social o Electrónica* . Ciudad de México, México.
- Urresti, M. ; Linne, J; Basile; D. (2015). Conexión total. Los jóvenes y la experiencia social en la era de la comunicación digital
- Verón, E. (1992). Interfaces. Sobre la democracia audiovisual avanzada . *El nuevo espacio público*. 124-139.