

OBETS. Revista de Ciencias Sociales  
Vol. 13, n.º 1, 2018, pp. 151-173  
ISSN-e: 1989-1385 | ISSN: 2529-9727  
DOI: 10.14198/OBETS2018.13.1.06

**SOCIABILIDAD ONLINE EN GRUPOS JUVENILES  
DE FACEBOOK EN CHILE. UN ESTUDIO  
MEDIANTE ETNOGRAFÍA VIRTUAL**  
**ONLINE SOCIABILITY IN YOUTH GROUPS OF FACEBOOK  
IN CHILE. A STUDY THROUGH VIRTUAL ETHNOGRAPHY**

**Catalina Mendoza Riquelme**

Universidad de Concepción, Chile  
[catalina.mendoza.riquelme@gmail.com](mailto:catalina.mendoza.riquelme@gmail.com)

**Rodrigo Ganter Solís**

Universidad de Concepción, Chile  
[rganter@udec.cl](mailto:rganter@udec.cl)

**Oscar Basulto Gallegos**

Universidad Católica de la Santísima Concepción, Chile  
[obasulto@ucsc.cl](mailto:obasulto@ucsc.cl)

**Cómo citar / citation**

Mendoza, Catalina, Ganter, Rodrigo y Basulto, Oscar (2018) “Sociabilidad online en grupos juveniles de Facebook en Chile. Un estudio mediante etnografía virtual”. *OBETS. Revista de Ciencias Sociales*, 13(1): 151-173.  
doi: 10.14198/OBETS2018.13.1.06

**Resumen**

Este artículo surge desde una investigación exploratoria realizada durante el año 2016. Dicho estudio tuvo por objetivo conocer las formas de sociabilidad construidas por un grupo juvenil de Facebook chileno denominado “NRN”<sup>1</sup>. Para ello, a través de una etnografía virtual<sup>2</sup>, se identificaron algunos rasgos, dinámicas y modos de funcionamiento practicados por sus miembros. Entre los hallazgos se constató que la forma más frecuente para socializar era la

---

<sup>1</sup> NRN es la sigla asignada para ocultar el verdadero nombre de la comunidad investigada y, con ello, proteger la identidad de sus miembros.

<sup>2</sup> La presente publicación se enmarca dentro de la discusión de resultados del proyecto FONDECYT n° 11140866.

publicación de un conjunto de autofotos o *selfies*, siguiendo una actividad diaria establecida por los administradores del grupo. El análisis de una selección de las publicaciones recolectadas reveló que las/os jóvenes comparten un repertorio de prácticas corporales performativas para lograr una valoración positiva de su imagen dentro de la comunidad.

**Palabras clave:** sociabilidad *online*, grupos de *Facebook*, *selfie*, generaciones digitales.

#### **Abstract**

This article arises from an exploratory investigation carried out during the year 2016. This study aimed to know the forms of sociability built by a Chilean youth group called "NRN". To do this, through a virtual ethnography, some features, dynamics and modes of operation practiced by its members were identified. Among the findings it was found that the most frequent way to socialize was the publication of a set of selfies or selfies, following a daily activity established by the group administrators. The analysis of a selection of the collected publications revealed that the young people share a repertoire of performative corporal practices to achieve a positive evaluation of their image within the community.

**Key Words:** virtual sociability, *Facebook* groups, *selfie*, digital generations.

---

#### **Extended Abstract**

This article aims to present the main results that emerged from a research conducted in a youthful *Facebook* group. It sought to answer the question of the forms of sociability built by its members, through an virtual ethnography that rescued youth experiences in the network. The general objective of the research to which this article refers was to know the forms of sociability that the young Chileans construct in *Facebook* groups. For this, the main features, dynamics and modes of operation of the community and some social and generational characteristics of its members were identified and described. At first (April-July 2016) a non-participant observation was made to recognize the territory of four groups where young people from Chile, and other countries of the region interacted. From the inputs collected in these observations a *Facebook* profile was built that was used to interact within communities. In these communities, the publication of photographs was one of the first forms of sociability identified. Active members of one of the communities, 'NRN', posted photos daily, following an activity determined by their administrators. In addition to photographs, there were publications that mostly referred to the desired physical appearance and / or personal appearance.

Based on a contemporary view of the relationship between society and spectacle, some authors such as Sibilia (2008), Imbert (2010) and Scribano (2013) find in social networks an overexposure of intimacy, which is generated in the daily practice of publishing what is done, thought or felt, building and rebuilding a virtual identity. The publication of photographs in social networks is the most used by young people to position themselves within social networks and in front of their peers. In this representation, *Facebook* and

other social networks that make possible the publication of photographs, gives the young people the possibility to "satisfy the desire to be seen (but also to see) through collections of images that account for their way of existence to the world" (Chaparro, Echeverry and Arévalo, 2014: 2).

The findings revealed that members of the community are distinguished according to their behaviors in network. The attentional and the unique and different are typifications within NRN and satellite groups. There is an effort to seek authenticity among the possibilities that arise in these massive virtual spaces, and in this quest, subtlety is valued. It is necessary to draw attention—for the symbolic rewards that come from receiving acceptance from the community—but do not notice; You have to be authentic, but do not try too hard to distinguish yourself and make a show of it. This type of premeditation is characteristic of a more developed virtual sociability compared to that built at the beginning of the millennium.

In this context, the bonds built in virtuality seem not to be questioned by the younger digital generations. Participation in communities, however, is uneven when not everyone can 'be seen'. From an exhaustive observation it was possible to see that there are young people who do not feel comfortable publishing their photographs because they are not considered 'nice enough' to receive a positive reaction from the community. These distinctions that emerge in the observed communities are oriented by appearance (aesthetics and posture), by their preferences (style) and ways of being in network (intention of the publication). These distinctions generate reactions in the community. Depending on the nature of these reactions, there are those who can become true celebrities on the virtual social network scale. The show of the intimate life can be successful if you have the aesthetic / postural resources that build a 'good photo' or the skills sufficient to monopolize subtly and naturally the attention of the members.

---

## INTRODUCCIÓN

A través de internet se construyen territorios donde las relaciones humanas se diversifican (Ruiz y Aguirre, 2016) por el proceso de apropiación, modificación y experimentación de la tecnología que surge a finales del siglo XX (Castells, 2001). Hay quienes hablan de un tiempo meteórico (Urresti, Linne y Basile, 2015), un proceso de no más de 25 años en el cual se aumentó la capacidad de almacenamiento en los servidores, se comenzaron a vender masivamente computadoras personales con la promesa de una mejora académica o laboral, se disminuyeron los tamaños y se aumentaron las capacidades de los dispositivos para almacenamiento y transporte de información, se crearon las redes sociales y los teléfonos móviles se convirtieron en objetos de consumo frecuente para la comunicación cotidiana. La información del mundo se encuentra casi completamente digitalizada, el 55% de la población mundial consume cotidianamente

internet (World Economic Forum, 2016) y existen poco más de 1.3 billones de perfiles de Facebook activos<sup>3</sup>.

En los hogares chilenos, los computadores y la conexión a internet comienzan a masificarse a mediados de la década del 2000. En 1997, un 6% de los hogares chilenos contaba con un computador, para 2004 esta cifra alcanzaba el 25% (PNUD, 2006). La séptima encuesta de acceso y usos de internet en Chile realizada por la Subsecretaría de Comunicaciones (2016), reveló que el 84,9% de los chilenos usan internet al menos una vez al día. Hoy, más de 14 millones de chilenos y chilenas se relacionan en Facebook (Internet World Stats, 2017). Al comparar estas cifras con otras realidades sociales, por ejemplo Europa, específicamente en España haciendo la salvedad de la mayor cantidad de habitantes que Chile, los números relativos al uso de tecnologías –en términos porcentuales– es bastante similar a lo señalado para el caso chileno. Las últimas cifras arrojadas por el Instituto Nacional de Estadísticas español (2017) sobre equipamiento y uso de TIC's, revelaron que un 83,4% de los hogares cuenta con conexión a internet y que el 69% de la población entre 16 y 84 años se conecta diariamente. Por lo tanto, las dinámicas de interacción social virtual también fluyen con fuerza en estas latitudes.

Un estudio de IMS en conjunto con comScore (2016) reveló que el 56,1% de la población latinoamericana está conectada, Chile es el país latinoamericano con mayor penetración de internet, llegando al 71,7% de la población conectada. Los resultados además arrojaron que las/os jóvenes latinoamericanas/os entre 18 y 35 años son quienes pasan más tiempo conectadas/os, llegando, en promedio, a estar 110 minutos diarios en línea. Por su parte, de acuerdo con el Informe de Juventud en España (2016), el 88% de las/os jóvenes españolas/es utiliza diariamente internet, la cantidad de usuarios y la frecuencia de uso aumenta a medida que la edad disminuye. De este modo, se expresa el alto nivel de penetración de internet en la sociedad española, aun mayor que lo ocurrido en Chile, de modo que aquí estamos –también– frente a una realidad social virtual que suscita mucho interés para la investigación social.

Aunque la participación en redes sociales virtuales pareciera ser hoy transversal a todas las edades, las/os más jóvenes son quienes –todavía– lo utilizan con más frecuencia. Como son poseedores de una nueva sensibilidad digital (Castells, 2006), la gran mayoría de sus actividades de ocio y de interacción con sus pares están mediadas por la tecnología. Se trata, por lo tanto, de actores

---

<sup>3</sup> Facebook (2017). Community Update Facebook mayo 2017. <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10103696225640981&set=a.529237706231.2034669.4&type=3&theater>

sociales relevantes para estudiar los fenómenos y transformaciones que se dan en contextos de conexión permanente, móvil y deslocalizada.

El metabolismo acelerado (Reguillo, 2000) que caracteriza a las generaciones más jóvenes, les hace absorber e interpretar rápidamente las nuevas informaciones que aparecen en las redes sociales que frecuentan, así también con la misma velocidad pueden desecharlas. En sus interacciones virtuales está el barómetro de la comunicación mediada por internet, porque la han ido naturalizando e incorporando desde muy temprana edad.

En este escenario, el objetivo principal de esta investigación fue conocer los modos de sociabilidad que las/os jóvenes chilenas/os construyen dentro de un grupo de Facebook. Estos grupos pueden cumplir con múltiples propósitos, pero para las/os más jóvenes se trata de espacios exclusivos para conocer e interactuar con otras/os. Son lugares en los que el mundo adulto –cada vez más inserto en Facebook– no puede entrar y, por ello, despliegan allí con toda libertad publicaciones con fotografías y relatos que representan la imagen que tienen de sí mismas/os.

Los objetivos específicos de la investigación se enumeran a continuación:

1. Identificar y describir los principales rasgos, dinámicas y modos de funcionamiento que operan al interior del grupo “NRN”.
2. Identificar y describir las principales características sociales y generacionales de las/os jóvenes que participan al interior de esta comunidad virtual.
3. Describir y analizar los modos de producción y construcción de imagen en el grupo “NRN”.

## PERSPECTIVAS TEÓRICAS

“Nuestro hábito digital proporciona una representación muy exacta de nuestra persona, de nuestra alma, quizá más precisa o completa que la imagen que nos hacemos de nosotros mismos”.

(BYUNG-CHUL HAN, *Psicopolítica*, 2014).

Flavia Costa (2015) en “*Tecnificación de la vida: multitasking y aplanamiento*”, rescata el concepto de “formas de vida tecnológicas” de Scott Lash (2005) para identificar un sentido común contemporáneo que surge cuando los sistemas tecnológicos y socioculturales se fusionan: “las personas habitan y enfrentan el mundo no sólo desde los habitus incorporados a través de las experiencias acumuladas sino también desde una interfaz, que en muchos casos implica incorporación, con los sistemas tecnológicos” (Costa, 2015:2).

Habitar la era de la información significa constituirse una/o misma/o como un conjunto de informaciones, al menos ese es el requisito para existir en una red social. Estos espacios resultan ser una decantación de distintas plataformas que no solicitaban más que un *nickname* y un *avatar* a comienzos del milenio, para luego transformarse en verdaderos álbumes de fotos y diarios de vida contemporáneos. Algunos autores consideran que en las redes sociales surgen representaciones de la vida cotidiana de los usuarios, cuando construyen un perfil para interactuar en ellas. Estas representaciones se transforman en un espectáculo cuando su objetivo es la reacción de un grupo de personas que, en este contexto, se trata de una audiencia.

En el acto de “dejarse ver” confluyen todo tipo de elementos que construyen la “imagen para otros” o la “carta de presentación” que Facebook exige (Di Próspero, 2011). La espectacularización de la vida cotidiana demanda una performance individual de autopresentación para que el usuario construya una idea de sí mismo y a través de ella interactúe. Para Scribano (2013), la espectacularización adquiere otros rasgos en la era de internet y las transmisiones en vivo, donde «todo lo que es vivenciado debe ser representado en público, transmitido masivamente y reconocido/aprobado por muchos». Para Chaparro, Echeverry y Arévalo (2014), las redes sociales son el “siguiente nivel” de la sociedad del espectáculo, donde las personas no sólo consumen espectáculo, sino que además convierten su vida en uno. Imbert (2010:17) habla de la *hipervisibilidad* como el «principio que rige el régimen de visibilidad actual», donde la intimidad se reivindica y es fuente de notoriedad. Para Sibilia (2008), estamos en un momento en que los códigos de subjetivación y de construcción de identidad propios de la modernidad se han visto modificados. La «fragilidad del yo» se va fortaleciendo y constata su existencia a través de la visibilidad que ofrecen estas plataformas virtuales.

Esta espectacularización ha desarrollado lo que José Enrique Finol y David Finol (2008:120) han denominado ‘neo-narcisismo’, «fundado, por un lado, en la propia contemplación del cuerpo y, por el otro, en su exhibición y cotejo con los modelos impuestos (...)». En este sentido, el cuerpo se transforma en un fetiche, un objeto de culto y de cuidados, una especie de santuario de «nuestra narcisista religión personal.» Para los autores, son los jóvenes quienes principalmente impulsan estas prácticas, en donde «hay un desplazamiento constante en las representaciones tradicionales del cuerpo y en las complejas semiosis que surgen de las nuevas relaciones mediadas por poderosos instrumentos tecnológicos, de fácil acceso (...)» (Finol y Finol, 2008:125).

De acuerdo con Linne (2016), las fotografías son el recurso más utilizado por los jóvenes para posicionarse dentro de las redes sociales y frente a sus

pares. En esta representación, Facebook y otras redes sociales que posibilitan la publicación de fotografías, otorga a las/os jóvenes la posibilidad de «satisfacer ese afán de ser vistos (pero también de ver) a través de colecciones de imágenes que dan cuenta de su modo de existencia ante el mundo» (Chaparro, Echeverry y Arévalo, 2014:2).

Las/os jóvenes chilenas/os que hoy transitan por internet y las redes sociales fueron niños que adquirieron habilidades digitales tan rápidamente como la velocidad a la que se fabrican nuevos y cada vez más complejos aparatos tecnológicos para almacenar y distribuir información y sustentar nuevos espacios de comunicación en estos contextos. Ciertamente es que hoy existen generaciones de jóvenes a quienes se les denomina ‘nativos digitales’, por sus tempranos acercamientos a las NTIC’s. Para Prensky (2001), este término era el más adecuado para englobar a las nuevas generaciones con conocimientos en computación, internet y videojuegos.

Watson (2013) en “¿Nativos digitales o tribus digitales?” se preguntaba si aún existían los nativos digitales tal como los había definido Prensky. En su investigación pudo constatar que no puede existir una definición global para agrupar a los nativos digitales, ya que los usos de internet varían entre jóvenes no sólo por el año en que nacieron, sino también de acuerdo al país y contexto en el que crecieron. Watson además descubrió a algunos autores que sostenían que no todos los nativos digitales usan de igual manera las redes, hay una parte de ellos que, de acuerdo a la definición de Prensky, hoy rondan los 30 años, son profesionales y, por ende, utilizan las redes sociales en sus tiempos libres y muy pocas veces en sus lugares de trabajo.

Pensando en el año y contexto histórico/político/económico en que los jóvenes nacieron, existen distintas generaciones digitales en las cuales agruparlos. Feixa, Fernández-Planells y Figueras-Maz (2016) hacen una revisión a los conceptos que se han utilizado en la literatura para referirse a estas generaciones, comenzando por la *Net Generation* que define Tapscott en 1998, Nativos e Inmigrantes digitales de Prensky en 2001, Millenials (Howe y Strauss, 2000) o Generación del milenio (Oblinguer, 2003) para los nacidos luego de 1982, Generación Y (Macnamara, 2009) para la generación de medios móviles y redes sociales. A partir de esta información, los autores agrupan a todas estas generaciones en: Generación @ (1975-1990) y Generación # (1985-2000).

La Generación # se caracteriza por la capacidad de conectarse a internet de forma deslocalizada y móvil (Feixa, Fernández-Planells y Figueras-Maz, 2016). La primera ola de esta generación, nació en hogares con televisores en blanco y negro y vivió su adolescencia en el mensaje de texto y la comunicación en tiempo real con personas de todas partes del mundo. El avance tec-

nológico fue intenso y la aparición constante de nuevas tecnologías fue muy rápida en Chile. A comienzos del siglo XXI, un porcentaje no menor de la población de menos de 21 años accedía a internet mayoritariamente en sus establecimientos educacionales, el 62% de los niños de 5 a 9 años y el 80% de los niños de 10 a 13 años usaban habitualmente el computador, el 25% de los niños de 5 a 9 años y el 55% de los niños de 10 a 13 años usaba internet (PNUD, 2006).

Las generaciones más jóvenes poseen una nueva sensibilidad digital (Castells, 2006), donde la gran mayoría de sus actividades de ocio y de interacción con sus pares están mediadas por la tecnología. Aun cuando hoy el consumo de internet y redes sociales parece ser transversal a todas las edades, los jóvenes siguen siendo los actores sociales más relevantes para estudiar los fenómenos que surgen cuando las sociedades conectadas interactúan a través de las NTICs: « [Los jóvenes son] actores sociales contemporáneos (...) productores de sentido y mundos relacionales en y con las nuevas tecnologías de la información, diferenciándose cada vez más del universo adulto» (Ganter, 2015:186).

## METODOLOGÍA

La investigación fue cualitativa y exploratoria, con un enfoque etnográfico. El trabajo de campo de esta investigación procedió a través de una etnografía virtual, particularmente una etnografía de la interacción virtual. Este proceso se inspiró en la definición de etnografía virtual de Christine Hine (2004:9), quien posiciona la internet como cultura y artefacto cultural, «reconociendo que no es la tecnología en sí misma la que es agente de cambio, sino que son los usos y la construcción de sentido alrededor de ella». Para Meneses y Cardoso (2014), la etnografía virtual es una posibilidad metodológica que permite comprender los fenómenos culturales adscritos a las nuevas formas de sociabilidad construidas desde las tecnologías de la comunicación, idea que Ruiz y Aguirre (2015:70) comparten al considerar que el objetivo de la etnografía virtual es «estudiar las relaciones sociales, cognitivas y afectivas que se dan en el ciberespacio».

Para ingresar al campo, se observaron previamente distintos grupos juveniles de Facebook en Chile que marcaban cierta tendencia y concentraban una gran cantidad de miembros (más de 50 mil). De entre todos ellos, se seleccionó la comunidad “NRN”, por su modo particular de interacción a través de las fotografías. Desde este momento se comenzó a utilizar un perfil ficticio, para poder experimentar la red social ‘depurada’ de contenido personal y cercana al contexto generacional del campo de estudio. Con este perfil se ingresó a todas las comunidades, pero la observación se concentró en “NRN” desde agosto hasta diciembre del año 2016. En diciembre de 2016 y enero de 2017 se entrevistó a miembros de NRN, buscando identificar sus modos de interactuar y sus



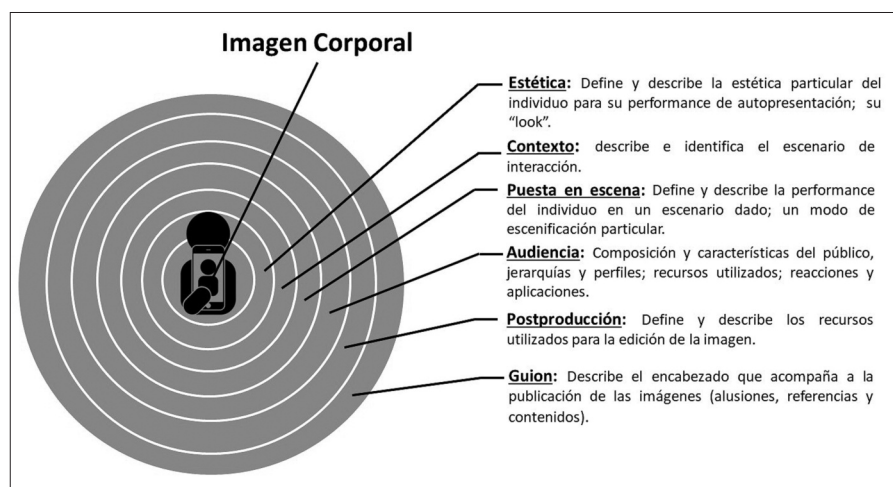
prácticas de extimidad, para ello se publicó un llamado voluntario en la comunidad al cual respondieron 10 miembros, finalmente 7 de ellos fueron entrevistados vía online, a través de Facebook Messenger.

Entendiendo la fugacidad con la que se construyen, divulgan y eliminan informaciones en Facebook y la velocidad con que la juventud adopta y deshecha estos contenidos, se recolectaron capturas de pantalla de publicaciones de la comunidad, las que se organizaron cronológicamente de acuerdo con los objetivos específicos: rasgos de la comunidad y sus miembros, distinciones y modos de producción y construcción de imagen.

Una vez finalizado el trabajo de campo, se organizaron las pesquisas que permitían caracterizar a la comunidad e identificar sus particularidades. Junto con estas informaciones y las capturas de pantalla recolectadas durante todo el proceso de investigación, se sometieron a análisis las fotografías de los miembros de la comunidad. Estas fotografías seleccionadas fueron analizadas a través de una matriz de análisis de datos (Esquema 1), que se creó inspirada en los análisis y marcos interpretativos desarrollados en algunos estudios del sociólogo E. Goffman (1979; 1993) y del semiólogo J.E. Finol (2015); construida para analizar imágenes en el marco de la performance de autopresentación de los jóvenes.

Finalmente y en términos éticos de la investigación, se resguardó la identidad de todas las fotografías utilizadas para este artículo y también para los infor-

Esquema 1. Matriz de análisis



Fuente: elaboración propia

mes de investigación, difuminando rostros y nombres, además de cualquier otra característica que permitiera alguna identificación. Se utilizaron sólo imágenes de jóvenes mayores de 18 años. Respecto a quienes decidieron participar voluntariamente de las entrevistas, se les informó previamente que no tenían obligación de responder todo y que podían proporcionar sólo las informaciones que consideraran pertinentes. El llamado a participar de las entrevistas se hizo a través de la cuenta de Facebook de uno de los investigadores, ya que el perfil ficticio sólo se utilizó para el proceso de observación.

## RESULTADOS

### a. Sobre la comunidad, sus miembros y sus modos de interactuar

En espacios juveniles como los observados en la investigación a la que refiere este artículo, se gestan comunidades virtuales abiertas, privadas o secretas. La continuidad efímera de la narración en sus ejes temáticos resulta en discursos fragmentados –construidos y reconstruidos por sus miembros–, que impiden definir una visión clara de mundo. La categoría de juventud, en este escenario, se expresa y evidencia de forma distinta, por lo que se amplifica la diversidad de modos de ser joven (fuera y dentro de la comunidad). En esta diversidad de narraciones, las comunidades pueden constituirse en torno a un eje común o pueden fluir sin buscar, necesariamente, un punto de confluencia.

Las comunidades virtuales observadas responden a una recuperación de escenarios comunitarios, donde, luego de un periodo de desfragmentación social, reaparecen en otras formas y expresiones a partir de las cuales surgen nuevas formas de sociabilidad, que se distinguen de formas pasadas y no virtuales de hacer comunidad. Estas comunidades tienen una serie de rasgos que las constituyen y la definen como tal, que se reflejan en la capacidad de agencia y recreación del vínculo en tanto forma, como en contenido. En esta recreación aparecen un conjunto de relaciones procesuales, aun configurándose.

Los jóvenes de “NRN” pueden ser caracterizados como consumidores y productores de redes/medios/mensajes/contenidos en la Web, son agentes sociales que no sólo reproducen y consumen de forma pasiva, son prosumidores culturales, característicos de la era de la información pero también de una generación particular. Dentro de esta misma generación es posible encontrar matices que pueden estar representados en los modos de estar de los jóvenes miembros de NRN. La conectividad permanente, móvil y deslocalizada es el límite entre las/os más jóvenes y los adultos que pertenecen a esta generación digital, ya que ‘conectarse’ y ‘desconectarse’ o ‘abrir y cerrar sesión’ es propio de quienes tuvieron un primer acercamiento a internet a través de una red

Imagen 1. NRN, publicación de septiembre de 2016



telefónica inestable y conocieron las redes sociales en su juventud. La conectividad móvil les permite permanecer conectados y, aunque inactivos, pueden recibir nuevas notificaciones que entusiasman e invitan a salir de este estado.

‘Dejar el visto’ (Imagen 1) es un ejemplo claro de la importancia de mantenerse conectado. Para estos jóvenes, el acto indiferente de visualizar un mensaje y no responderlo es un directo desprecio. Las plataformas de chat disponibles como Facebook Messenger y Whatsapp disponen de la opción de saber el momento exacto en que el destinatario recibe y lee el mensaje. No leer un mensaje puede ser entendible y probablemente no exista una intención tan evidente, como la que habita en el acto de hacerle saber al otro/a que no hay un interés en responder a su mensaje. La rapidez en la difusión de la información o viralidad es también otro elemento importante de una –preliminar– Generación *Post-hashtag*. Los collages temporales que surgen en estos espacios son elementos propios de una era en la que la información se multiplica exponencialmente, de forma rápida y en oleadas, en un contexto de tiempo viral donde se gesta la Generación # (Feixa, Fernández-Planells y Figueras-Maz, 2016).

En “NRN”, a diferencia del resto de las comunidades observadas, los miembros interactuaban a través de una ‘#actividad’ diaria donde publicaban un *set* de fotografías que eran evaluadas por el resto de los miembros. Fue a través de estas publicaciones en donde se identificaron las mayores distinciones que los miembros hacían sobre sí mismos y sobre los demás. Para profundizar

Imagen 2. Entrevista con “Tolueno”, enero de 2017

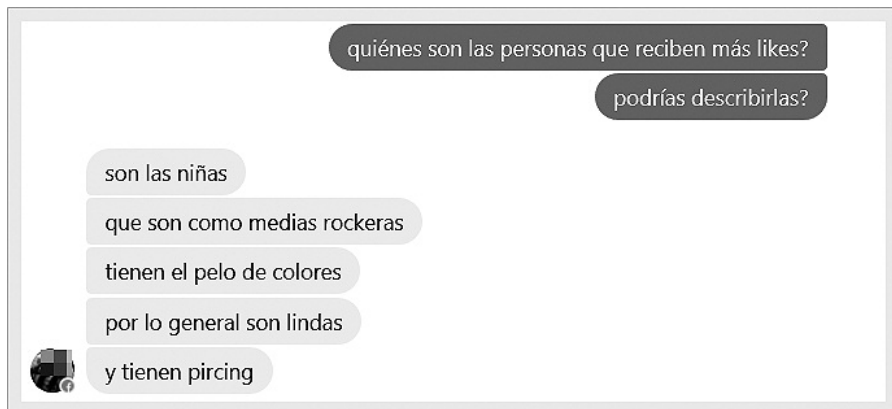
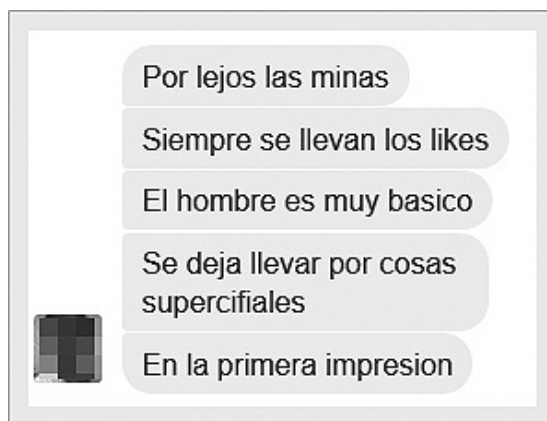


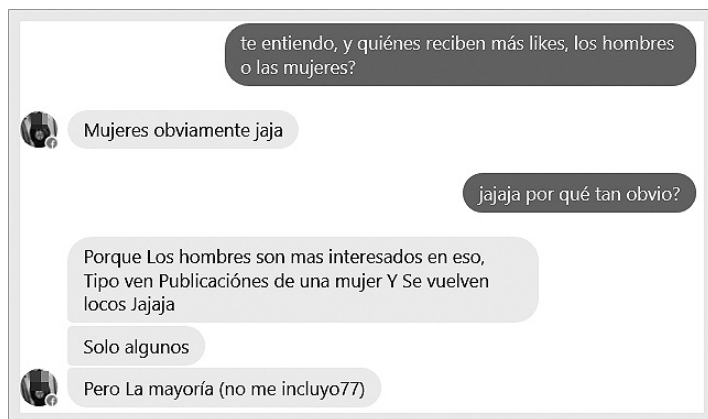
Imagen 3. Entrevista con Jacob, enero de 2017



en estas distinciones habría sido importante revisar los comentarios, y aunque no fueron recolectados ni analizados, durante la observación fue posible identificar algunos elementos importantes de distinción. En la comunidad “NRN” y en los grupos satélites las mujeres parecían tener más posibilidades de alcanzar mayor cantidad de *likes* al publicar sus fotografías. Tolueno (Imagen 2), miembro de “NRN”, argumenta que las fotografías de mujeres reciben mayor atención de la comunidad porque «*los hombres están interesados en eso*».

Jacob (Imagen 3), al igual que Tolueno, no se incluye en la categoría de hombres que están muy interesados en las fotografías que publican las mujeres de la comunidad, cree que *el hombre es muy básico* y se deja llevar por una primera impresión. Para Chin (Imagen 4), algunas mujeres con estéticas y estilos

Imagen 4. Entrevista con Chin, enero de 2017



particulares son quienes reciben mayor cantidad de *likes*. Aparentemente, el público de NRN prefiere observar y reaccionar a la performance femenina. Esta distinción, además, se profundiza cuando en NRN aparecen publicaciones que instan a la comparación entre una mujer y otra, a partir de características físicas.

Los miembros de la comunidad suelen distinguirse además entre ellos, por su apariencia y sus modos de estar en red. El/la atencional y el/la único/a y diferente son tipificaciones dentro de “NRN”. Hay un esfuerzo por buscar la autenticidad en la gran cantidad de posibilidades que surgen en estos espacios virtuales masivos, y en esta búsqueda, la sutileza es valorada. Hay que llamar la atención –por las recompensas simbólicas que surgen de recibir aceptación de la comunidad–, pero que no se note; hay que ser auténtico, pero no esforzarse demasiado por distinguirse y hacer un alarde de ello. El/la atencional es quien, por lo general, ‘confunde’ su biografía con el muro de la comunidad. Aparentemente, hay contenidos que no pertenecen –a juicio de sus miembros– a un espacio público como el que ofrecen estas comunidades virtuales. Para eso está la biografía, el espacio que el usuario construye bajo sus propios parámetros.

Evitar ser atencional o único/a y diferente genera ciertas tensiones dentro de la comunidad. La autenticidad requiere trabajo y hacer un buen trabajo significa saber cuándo mueren las tendencias y a qué nuevas tendencias acomodarse antes de que sean conocidas por todos/as. Este trabajo puede ser más fácil para quienes poseen un aspecto ‘agradable’ para la comunidad y las redes sociales, o que cuenten con los recursos para lograrlo y las habilidades para desenvolverse en estos espacios. El capital cultural heredado juega un papel importante en este trabajo de mantener el equilibrio entre llamar mucho la atención o pasar desapercibido/a.

Imagen 5. Perfil “atencional” - “único/a y diferente”, octubre de 2016



En “NRN”, las publicaciones con fotografías seguían una actividad creada por los administradores. Estas actividades eran de dos tipos, a) actividad que invitaba a responder una pregunta en los comentarios (Imagen 6) o b) actividad que invitaba a una reacción, de acuerdo a su significado (Imagen 7). Se pudo apreciar que hombres y mujeres participaban de las actividades. No fue posible saber quién lo hacía de forma más frecuente, aunque algunos de los entrevistados, aseguraron que eran las mujeres quienes tenían una mejor recepción en la comunidad. En las publicaciones de NRN aparecen fotografías de primer plano para presentarse ante la comunidad. Observamos que las fotografías están frecuentemente retocadas a través de plataformas de edición y aplicaciones para adornarlas, resaltar ciertos elementos y cubrir otros. Pueden ser fotografías de cuerpo completo o sólo el rostro, generalmente son auto fotos (*selfies*) tomadas con la cámara frontal o frente a un espejo, de preferencia en lugares íntimos como la habitación o el baño.

Imagen 6. #Actividad con pregunta, octubre de 2016

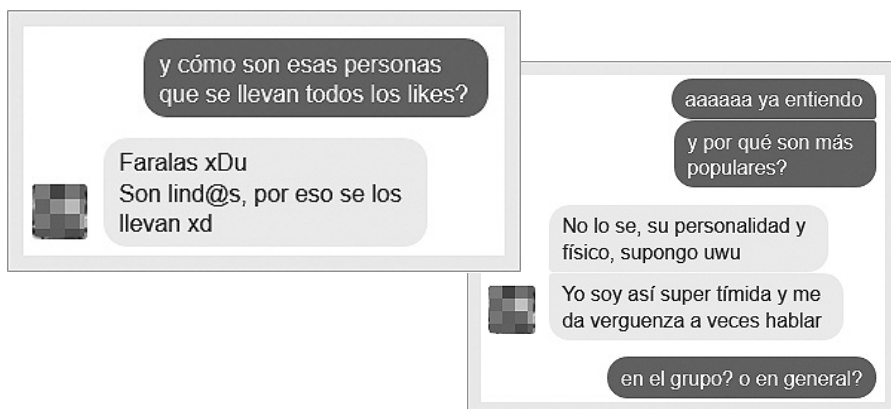


Imagen 7. #Actividad con “reacción”, octubre de 2016



En una era en que la exposición de la vida íntima en las redes sociales se vuelve esencial para la reconstrucción diaria de identidad y cuerpo en conformidad a modelos establecidos, aparecen nuevas segregaciones que se presentan con mayor frecuencia entre los jóvenes, al ser estos quienes más utilizan estas estrategias de *intimidad pública* (Sibilia, 2008) para socializar de acuerdo a los estatutos forjados en las comunidades de las redes sociales que frecuentan. Estos estatutos pueden generar interés o repudio entre los jóvenes que participan de estas comunidades, cualquiera sea el caso hay algo que está claro: seguir los cánones otorga la recompensa de ser popular en las redes sociales virtuales.

Imagen 8. Entrevista con Rosario, enero de 2017



Rosario (Imagen 8), parece sentirse ajena y distinta a los/as *faralas* –aquellos que dominan la performance y cumplen a cabalidad con el trabajo diario de reinventarse para un público virtual atento y ansioso de consumir vidas ajenas–, porque no participa activamente, le da vergüenza hablar y se declara tímida. Aparentemente, hay ciertas características que definen al ‘miembro popular’ del grupo. En otras entrevistas (Imagen 9, 10 y 11) fue posible constatar que la popularidad era un tema importante. Algunos miembros preferían no participar de las actividades, para evitar ser ignorados o recibir comentarios negativos sobre su aspecto físico.

Majo y Jacob no creen calzar con el aspecto físico que exige la comunidad en la que participan, prefieren evitar la exposición que significa publicar fotografías en el muro del grupo. A Chin, en cambio, le da igual lo que los demás piensen de ella, desde su argumento se percibe que el objetivo de participar de una #Actividad en “NRN” es saber la opinión de los miembros al ver las fotografías. La relevancia de la opinión de los pares con la que cargan los jóvenes,



Imagen 9. Entrevista con Majo, enero de 2017

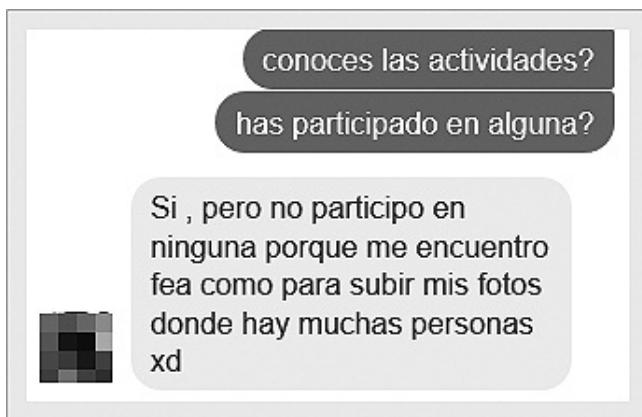


Imagen 10. Entrevista con Tolueno, diciembre de 2016

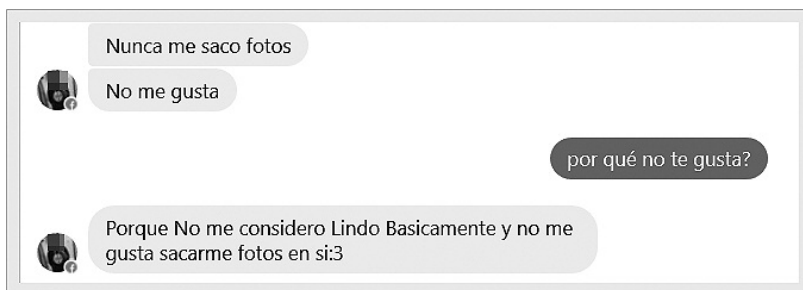
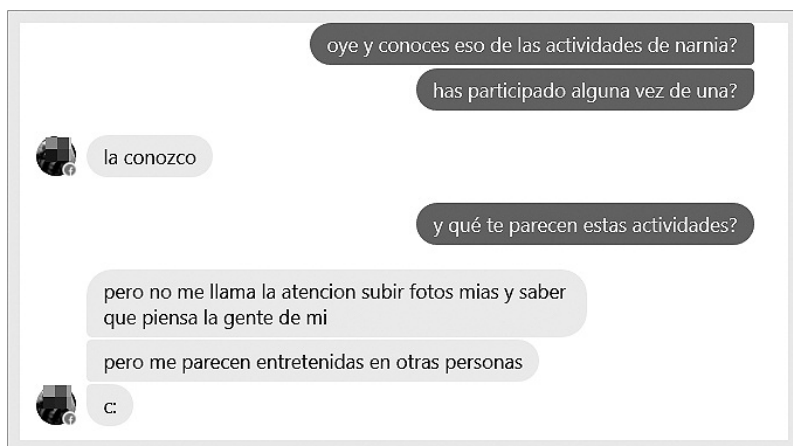


Imagen 11. Entrevista con Chin, enero de 2017

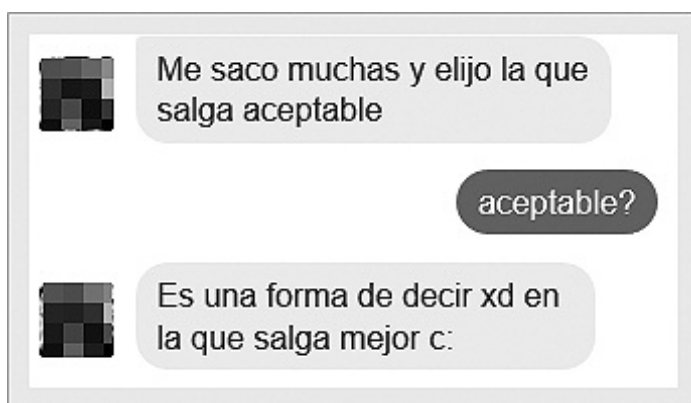


se alivia cuando se puede lograr el éxito con una publicación. Los cuerpos bellos se llevan todos los *likes*. Quienes tienen muchos *likes* reciben muchas solicitudes de amistad y seguidores. Estas pequeñas famas construyen a nuevos ídolos fugaces, cuyos aspectos inspiran a los jóvenes a modificar sus modos de presentarse en redes sociales, buscando algo de esa fama transitoria.

En estas comunidades las escalas para llegar a ser una celebridad se reducen cuando, a través de las redes sociales y sus posibilidades surgen ‘microfamas’ o, en palabras de algunos miembros de “NRN”, aparecen los ‘faralas. En este juego de *frontstage* y *backstage*, ejecutado a través de la autopresentación en las redes sociales (Di Próspero, 2011), los jóvenes tienen la posibilidad de premeditar sus movimientos, de manera tal que la construcción y reconstrucción de la mejor idea que tienen de sí mismos quede plasmada en estas plataformas y sea percibida como tal por el público objetivo. Hay distintas intensidades en este deseo por lograr una autopresentación exitosa en la comunidad. Lograr ‘expresarse bien’ o ‘verse bien’ en un primer encuentro con la comunidad o en la actividad diaria de exhibir la intimidad en la *biografía* de Facebook puede ser algo difícil para quienes no logran ‘salir bien en la foto’.

La *selfie* que se publica nunca es elegida al azar, el *backstage* parece ser el lugar de mayor trabajo para la performance de autopresentación. Es en esta premeditación en donde se construye la identidad en línea de estos jóvenes, desde las prendas escogidas, la postura que resalta y oculta, el maquillaje y el filtro que modifica el rostro, un montaje que toma bastante tiempo si no existe conformidad con lo que aparece en la cámara. Las *selfies* permiten que cualquier persona sienta una vaga sensación de estar sometida a la evaluación de un ojo público (Finol, 2014), construido en las redes sociales sobre la lógica del *like*

Imagen 12. Entrevista con Majo, enero de 2017



y *dislike*. Y cuando las redes sociales son la vitrina de lo que la sociedad espera de los cuerpos, aparecen nuevos consumos destinados a lograr la 'microfama'.

Esta autocrítica a la que invita el cuerpo voluble de las redes sociales, puede llevar a modificaciones corporales temporales o permanentes para ocultar, resaltar, agregar o quitar, en un acto de *neo-narcisismo* (Finol y Finol, 2008) propio de la era de la información, donde la búsqueda por el placer de ser evaluado positivamente por el público de las redes sociales, requiere de un doloroso proceso si el objetivo es experimentar algo de la fugaz fama que ofrecen estas plataformas.

Es pertinente, además, informar de un hallazgo preliminar y no desarrollado, en observaciones posteriores al cierre de la recolección de información (enero de 2017). Se trata de las transmisiones en vivo, probablemente el último escalafón alcanzado por Facebook en los últimos meses, podría tratarse de la vida íntima como espectáculo en su máxima expresión. La posibilidad de observar o grabar un video en directo a través de Facebook resulta una herramienta mucho más poderosa que la fotografía para presentarse en una comunidad, ya que posibilita la interacción en tiempo real. Dentro de las comunidades observadas estas transmisiones pueden entenderse como un impacto operativo y de interacción, preliminarmente se pueden considerar como un traslado de las funciones de la televisión a las redes sociales. Se reconoce aquí el dinamismo de las formas de sociabilidad posibilitadas por las redes sociales como Facebook y, en ello, la necesidad de mantener un registro actualizado de las sociabilidades que surgen desde la juventud.

## 5. CONCLUSIONES

La exploración de comunidades juveniles de Facebook a través de una etnografía virtual, permitió vivenciar la experiencia de una generación con características particulares en torno a sus modos de estar e interactuar en red. En esta experiencia las brechas generacionales se reducían a medida que avanzaba la observación. Conocer en profundidad a estas comunidades y responder a la pregunta por las formas de sociabilidad en grupos juveniles de Facebook, significó romper con ideas preconcebidas sobre las formas de sociabilidad practicadas en red.

Los rasgos, dinámicas y modos de funcionamiento identificados en las comunidades observadas permiten hablar de una sociabilidad que se construye, desde responder a algunos elementos heredados de una ruptura generacional que sucede con la llegada de internet a comienzos del siglo XXI, como el uso de emoticones, la resignificación del lenguaje y la fotografía. Sin embargo, el asentamiento de las redes sociales virtuales y la conectividad móvil ofrecen nue-

vas posibilidades para la interacción y la comunicación que se diferencian de las practicadas por los/as jóvenes que conocieron los albores de internet.

La conectividad permanente y la viralidad en la producción/consumo de contenido virtual, propias de la era de la información, permiten contextualizar las formas actuales en que los/as jóvenes se desenvuelven e interactúan en estas comunidades. Esta sociabilidad generacional es construida y reconstruida por sus miembros, a través de las distintas estrategias para interactuar, que a su vez dependen de los recursos disponibles para llevarlas a cabo.

Las formas de sociabilidad practicadas en la comunidad “NRN” responden a formas fugaces y difusas de vincularse, cuya naturaleza virtual parece no ser cuestionada por sus miembros. La conectividad permanente y la viralidad en el consumo/producción de información en red son, aparentemente, rasgos de una generación en gestación que se observa en la comunidad “NRN”. No hay muchas posibilidades para hablar de una nueva generación, sólo algunos matices que se entremezclan con modos de sociabilidad gestados en una primera generación digital a comienzos del siglo XXI.

Los miembros de “NRN” practican las performances de autopresentación a través de la *selfie* como forma principal de sociabilidad. Desde la práctica de subir fotografías de forma frecuente surgen algunas distinciones entre los miembros, estas distinciones están orientadas por la apariencia (estética y postura), por sus preferencias (estilo) y modos de estar en red (intención de la publicación). Estas distinciones generan reacciones en la comunidad. Dependiendo de la naturaleza de estas reacciones, hay quienes pueden llegar a convertirse en verdaderas celebridades en la escala de red social virtual. El espectáculo de la vida íntima puede ser exitoso si se cuenta con los recursos estéticos/posturales que construyen una ‘buena foto’ o las habilidades suficientes para acaparar de forma sutil y natural la atención de los miembros.

Los miembros de la comunidad comparten un repertorio de prácticas corporales performativas en las redes sociales, lugares en los que sucede un inédito proceso de subjetivación que se intensifica notablemente en esta generación. La *selfie* funciona como el recurso por excelencia para la proyección de una imagen de sí deseable para la audiencia involucrada. La extimidad se hace patente por sobre todo en la premeditación del acto autobiográfico y revela posibles desigualdades cuando escasean las competencias o los capitales sociales, simbólicos y generacionales para lograr una presentación exitosa del yo.

El uso de técnicas de postproducción responde a una administración tecnológica de la imagen corporal, alineada con una nueva moral civilizatoria que las nuevas generaciones han naturalizado de modo importante. Se trata de técnicas “depuradoras” que demandan ciertas competencias y nuevos cuidados

sobre sí. Aquí el cuerpo aparece como signo y objeto de consumo, como capital sobre el cual hay que invertir tiempo y cuidados para construir un personaje al interior de las redes sociales, buscando alcanzar algo de la valoración positiva y fama fugaz que posibilitan estos espacios.

A pesar de las resistencias contemporáneas, este escenario nos presenta nuevos dispositivos de control y regulación sobre la experiencia corporal que enfatizan –a través del marketing y la publicidad– estilos de vida que exigen mayor eficiencia, renuncia y rendimiento personal.

## BIBLIOGRAFÍA

- Ardévol, E., Bertrán, M., Callén, B. y Pérez, C. (2003). “Etnografía virtualizada: la observación participante y la entrevista semiestructurada en línea”. *Revista Athenea Digital* - num. 3.
- Castells, M. (2001). “*La Galaxia Internet*”. Editorial Areté, Madrid.
- Castells, M. (2014). “*El impacto de internet en la sociedad: una perspectiva global*”. Disponible en: [<https://www.bbvaopenmind.com/wp-content/uploads/2014/03/BBVA-Comunicaci%C3%B3n-Cultura-Manuel-Castells-El-impacto-de-internet-en-la-sociedad-una-perspectiva-global.pdf>]. Visitado el 23 de abril de 2016.
- Centro de Estudios para América Latina y el Caribe [CEPAL] (2016). “*Estado de la banda ancha en América Latina y el Caribe 2016*”. Santiago. Disponible en [<http://www.cepal.org/es/publicaciones/40528-estado-la-banda-ancha-americalatina-caribe-2016>]
- Chaparro, H., Echeverry, S. y Arévalo, J. (2014). “*Desde el muro: una mirada a los discursos proyectados por el cuerpo en Facebook*”. *Educación Física y Ciencia*, vol. 16, n° 1. ISSN 2314-2561
- Costa, F. (2015). “*Tecnificación de la vida: multitasking y aplanamiento*”. en Chaneton, July (comp.): *Modos de vida, resistencias e invención*. Buenos Aires
- Chul-Han, B. (2014). “*Psicopolítica. Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder*”. Editorial Herder, Barcelona.
- Di Próspero, C. (2011). “*Autopresentación en Facebook: un yo para el público*”. *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad*. N°6. Año 3. Argentina. ISSN: 1852 8759. pp. 44 53.
- Feixa, C., Fernández-Planells, A., y Figueras-Maz, M. (2016). “*Generación Hashtag. Los movimientos juveniles en la era de la web social*”. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 14 (1), pp. 107-120.
- Finol, J. y Finol, D. (2008). “*Discurso, Isotopia y NeoNarcisismo: Contribución a una Semiótica del Cuerpo*”. *Revista Telos*, vol. 10, núm. 3, pp. 383-402.
- Ganter, R. (2015). “*Consumos culturales juveniles: apuntes y pistas para posibles líneas de investigación en el Chile Actual*”. En Duarte, Claudio “*Juventudes. Metáforas del Chile Contemporáneo*”, RIL editores, Santiago de Chile.

- INE España (2017). *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares*. Nota de prensa 5 de octubre: [[http://www.ine.es/prensa/tich\\_2017.pdf](http://www.ine.es/prensa/tich_2017.pdf)]
- Internet World Stats (2017): [<http://www.internetworldstats.com/south.htm>]
- INJUVE (2016). *Informe Juventud en España*: [<http://www.injuve.es/sites/default/files/2017/24/publicaciones/informe-juventud-2016.pdf>]
- Imbert, G. (2010). *“La sociedad informe. Posmodernidad, ambivalencia y juego con los límites”*. Editorial Icaria. Barcelona.
- IMS Y Com Score (2016) IMS Mobile in LATAM Study. [<https://www.imsincorporate.com/news/Estudios-comScore/IMS-Mobile-Study-Septiembre2016.pdf>]
- Linne, J. (2016). *“La ‘multitud’: performances íntimas en Facebook de jóvenes de Buenos Aires”*. CONICET, Universidad de Buenos Aires.
- Prensky, M. (2001). *“Nativos e Inmigrantes Digitales”*. Disponible en: [[http://www.marcprensky.com/writing/PrenskyNATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20\(SEK\).pdf](http://www.marcprensky.com/writing/PrenskyNATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20(SEK).pdf)]
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD] (2006). *“Desarrollo Humano en Chile. Las Nuevas Tecnologías: ¿un salto al futuro?”*. Santiago de Chile.
- Reguillo, R. (2000). *Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto*. Editorial NORMA.
- Ruiz, M. y Aguirre, G. (2016). *“Etnografía virtual, un acercamiento al método y a sus aplicaciones”*. Estudios sobre las Culturas Contemporáneas. Época III. Vol. XXI. Número 41. pp. 67-96.
- Sibilia, P. (2008). *“La intimidad como espectáculo”*. 1a ed. - Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica
- Scribano, A. (2013) *“Una aproximación conceptual a la moral del disfrute: normalización, consumo y espectáculo”*. Revista Brasileira de Sociologia da Emoção, v. 12, n. 36, pp. 738-750.
- Subsecretaría de Telecomunicaciones [SUBTEL] (2016). *“Séptima Encuesta sobre Acceso, Usos y Usuarios de Internet en Chile”*. Informe Final Cadem.
- Urresti, M., Linne, J. y Basile D. (2015). *“Conexión total: Los jóvenes y la experiencia social en la era de la comunicación digital”*. 1a ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Grupo Editor Universitario.
- Watson, I. (2013). *“Digital Natives or Digital Tribes?”*. Universal Journal of Educational Research 1(2): 104-112
- World Economic Forum (2016). *“Internet for All. A Framework for Accelerating Internet Access and Adoption.”* Disponible en: [[http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Internet\\_for\\_All\\_Framework\\_Accelerating\\_Internet\\_Access\\_Adoption\\_report\\_2016.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_Internet_for_All_Framework_Accelerating_Internet_Access_Adoption_report_2016.pdf)]

**CATALINA MENDOZA RIQUELME.** Socióloga, Magíster en Investigación Social y Desarrollo. Colaboradora en Proyecto de Investigación Fondecyt n° 11140866 y Fondecyt n° 3170473. Universidad de Concepción, Concepción-Chile.

**RODRIGO GANTER SOLÍS,** Sociólogo, Doctor en Estudios Urbanos, profesor del Departamento de Sociología de la Universidad de Concepción - Chile. Investigador responsable Proyecto Fondecyt n° 11140866; Conicyt - Chile.

**OSCAR BASULTO GALLEGOS.** Comunicólogo, Doctor en Sociología. Investigador principal proyecto Postdoctoral Fondecyt-Conicyt n° 3170473 "Imaginario de la criminalización y la descriminalización del movimiento estudiantil chileno: acciones/reacciones sociales y distorsión mediática en las ciudades de Santiago y Concepción" (2017-2019). Y co-investigador proyecto Fondecyt-Conicyt Regular n° 1160637 "La formación del guionista en Chile: Análisis de los enfoques curriculares y modelos de evaluación de la escritura para Cine, Televisión y Transmedia" (2016-2019). Profesor Departamento de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Comunicación, Historia y Cs. Sociales de la Universidad Católica de la Santísima Concepción, Concepción-Chile. ORCID: 0000-0001-8323-1098

Recibido: 6-06-2017

Aceptado: 03-04-2018