



Universidad de Chile
Facultad de Ciencias Sociales
Departamento de Sociología

**OCIO DIGITAL Y VIDA COTIDIANA: ALCANCES DE LA
EXPERIENCIA SOCIAL DE OCIO EN LAS SOCIAL MEDIA POR
PARTE DE JÓVENES NATIVOS Y NATIVAS DIGITALES**

Memoria para optar al título profesional de sociólogo.

Omar Samuel Cortés Concha
Profesor guía: Bernardo Amigo

Santiago, Julio del 2016.

AGRADECIMIENTOS

Me gusta pensar que este ejercicio académico se llama memoria por funcionar como el modo que alguien encontró para hilar sus recuerdos.

El presente estudio puede leerse como el relato que construí a partir de la intervención de muchos y muchas en mi historia. A ellos y ellas les debo agradecer.

En los párrafos que vienen encontrarán paciencia, sistematicidad, humildad y esperanza. Gracias amada Pamela por eso.

También encontrarán un espíritu crítico, un inconformismo y honestidad. Gracias Ester, Omar, Margarita, Catalina, Alfredo, Martin y Emilio. Gracias familia.

A veces también pretendí ser creativo, “esquemático” y respetuoso con la palabra de quienes investigaba. Muchas gracias Emilio, Miguel y Rodrigo.

Otras veces, intenté abordar la problemática estudiada con una rigurosidad que no pierde flexibilidad. Gracias profesores por aquello. En especial, gracias profesor Bernardo Amigo.

A todos ellos y ellas eterna gratitud por acompañarme en este ejercicio. Como se ha dicho por ahí, la memoria de título ya había sido escrita, ya fue. A mí me tocó traducirla.

La presente memoria de título se desarrolló en el marco del proyecto de investigación Convergencia mediático tecnológica y vida cotidiana: transformaciones socioculturales del Chile contemporáneo, Fondecyt Regular N° 1140935 (2014-2016), financiado por el Fondo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico de Chile, cuyo investigador responsable fue Bernardo Amigo Latorre.

ÍNDICE

I.	RESUMEN.....	1
II.	INTRODUCCIÓN	3
III.	PROBLEMATIZACIÓN Y ANTECEDENTES.....	6
	Presencia del ocio digital de las Social Media en la Vida Cotidiana de la sociedad chilena	7
	Incrustación de Internet y sus soportes en la Vida Cotidiana de la sociedad chilena	7
	Incrustación del Ocio Digital de las Social Media en la Vida Cotidiana de la sociedad chilena	9
	El Ocio Digital en las Social Media en la Vida Cotidiana de la Juventud chilena	10
	La Vida Cotidiana y el Ocio digital en las Social Media.....	13
	La Vida Cotidiana y los soportes tecnológicos del ocio digital en las Social Media.....	14
	Experiencia social del Ocio digital en las Social Media.....	17
	El Ocio Digital como una Experiencia Social	20
	Problema de investigación: Una Vida Cotidiana cambiando en la experiencia social de ocio digital.....	22
	Pregunta de investigación:.....	24
	Objetivo general:	25
	Objetivos específicos:.....	25
IV.	DISCUSIÓN TEÓRICA	26
	Tecnologías de la información y transformaciones sociales: Tiempo y espacio, desanclaje y reflexividad.....	26
	Consumo, ocio y de ocio digital en las Social Media	29
	El Ocio en una sociedad de consumidores	30
	El Concepto de Ocio.....	36
	Vida Cotidiana, tecnologías y experiencia social	47
	Internet y las Social Media en la Vida Cotidiana	47
	La experiencia social y sus lógicas de acción.....	51
	Las lógicas de la acción de la experiencia social.....	53
	Propuesta de articulación: El Ocio Digital en las Social Media como una Experiencia Social.....	57
V.	DISEÑO METODOLÓGICO E INSTRUMENTAL.....	62
	Tipo de Estudio (alcance de la investigación)	63
	Diseño de investigación.....	64

Técnicas de producción de información	64
Diseño de Grupo Focal	65
Muestra	65
Estrategias de Análisis	68
Operacionalización de conceptos	70
VI. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN: Sentidos del ocio digital en las Social Media de los y las jóvenes nativos digitales	74
La utilidad del Ocio Digital en las Social Media: Lógica de acción de estrategia	74
Reafirmación y actualización del lazo social: Lógica de acción integrativa	81
El Ocio Digital como reflejo de una subjetividad: Lógica de acción de subjetivación	92
Elementos transversales: El Ocio Digital en las Social Media como una práctica de la rutina	99
VII. CONCLUSIONES: Ocio digital y Vida Cotidiana: alcances de la experiencia social de ocio en las Social Media por parte de jóvenes nativos y nativas digitales	105
Uso diferenciador del Me Gusta	106
Hiperconectados por frágiles y desiguales lazos	107
La rutina desrutinizada, y la desrutina rutinizada	109
Proceso de subjetivación obstaculizado	111
Una sociedad cambiando en la experiencia social del ocio digital en las Social Media	113
VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	118
ANEXOS I	126
Operacionalización de dimensiones	126
Pauta de Grupos Focales	128
ANEXOS II	129

I. RESUMEN

El presente estudio se propone caracterizar y describir los sentidos elaborados respecto a la experiencia social de ocio digital en las Social Media por los y las jóvenes nativos digitales.

A partir del aumento del acceso a las nuevas tecnologías de las comunicaciones que vuelven permanente la disponibilidad de Internet y el importante uso de ellas en actividades de ocio, surge la inquietud por comprender las implicancias de esas nuevas prácticas de ocio en la Vida Cotidiana de sus principales usuarios, los y las jóvenes tempranamente socializados con las tecnologías digitales. Dicha interrogante problematiza el formato acotado de un ocio que aparece en cualquier momento de lo cotidiano engarzado a un ritmo de vida acelerado por las tecnologías digitales mediáticas y un modelo de sociedad orientada por el consumo.

Para abordar dicha práctica, se acude al concepto de experiencia social y sus lógicas de acción. Estos conceptos sugieren identificar tres fuentes de sentido tras la acción que en conjunto entran un modo de habitar lo Cotidiano.

La problemática anunciada fue metodológicamente abordada a través de grupos focales aplicados a jóvenes hombres y mujeres, de grupos socioeconómicos C1, C2, C3, D.

Los resultados de la investigación apuntan a reconocer al ocio en cuestión como una experiencia social, en donde los y las jóvenes consiguen intereses, se socializan y construyen proyectos subjetivos. Aquellos alcances se pueden comprender como la vivencia de transformaciones sociales asociadas a una nueva relación espacio tiempo; a un proceso de desanclaje de los proyectos identitarios; a la emergencia de la reflexividad como recurso que resuelve la incertidumbre de los nuevos escenarios y a un ritmo de vida acelerado por la orientación al consumo.

Palabras claves: Ocio digital - Vida Cotidiana - Experiencia social – Jóvenes nativos digitales.

II. INTRODUCCIÓN

“El rito fija y estructura el calendario, el juego en cambio, aun cuando todavía no sepamos cómo ni por qué, lo altera y lo destruye” (Agamben, 2007, pág. 98).

Asociada a la creciente incorporación de Internet, sus soportes y, especialmente, de las “Social Media” a los distintos ámbitos del diario vivir (Adimark, 2015), la Vida Cotidiana de los y las jóvenes chilenos parece estar experimentando significativas transformaciones. De la mano del uso frecuente de Internet y sus Social Media se podrían estar gestando nuevas formas de habitar cada uno de los momentos de la Vida Cotidiana. Pues las prácticas digitales, soportadas por las tecnologías mediales, parecen alterar las fronteras temporales y espaciales de la Vida Cotidiana (Bryce, 2001), ya que la posibilidad de estar desde cualquier lugar y momento conectado, propone un tiempo más acelerado y un espacio más comprimido (Igarza, 2009). Dentro de las diversas prácticas digitales posibles, se encuentra la que el presente estudio abordará: el ocio en las Social Media.

De acuerdo a estudios recientes, con el uso diario y frecuente de las Social Media¹ durante las actividades y trayectos de la Vida Cotidiana de los y las jóvenes chilenos, ha surgido un uso predilecto y repetitivo de las mismas orientado a interrumpir la rutina cotidiana, es decir, un uso ocioso (Adimark, 2015; Halpern, 2013). Los videos compartidos en Facebook, la fotografía subida por el conocido a Instagram, o la noticia leída en la cuenta de Facebook de algún diario, etc., adquieren un sentido ocioso en tanto son actividades destinadas por sus actores a interrumpir sus rutinas diarias.

En términos específicos, las Social Media de interés, son los llamados sitios de redes sociales (“Social networking sites”) y Comunidades de contenido (“Content communities”) (Kaplan & Haenlein, 2010). Ambas tienen en común que implican a sus usuarios en interacciones envolventes, dado que ofrecen interacciones inmediatas e íntimas, capaces de transmitir grandes cantidades de información, de exponer la identidad de sus usuarios y

¹ No se utiliza el concepto de Redes Sociales como traducción del de Social Media para evitar confusiones entre el fenómeno investigado y la densa discusión teórica existente en las ciencias sociales respecto de las Redes Sociales.

generar espacios de auto-revelación y auto-conocimiento (Ibíd.). Además presentan formatos adaptados a consumos breves y consecutivos (Igarza, 2009)

Siguiendo la noción de ocio, definida como una experiencia de emociones y placeres intensos que sacan a sus actores de sus rutinas (Elias & Dunning, 1992; Igarza, 2009), el uso dado a las Social Media puede catalogarse como ocioso, pero encapsulado en instantes o “capsulas digitales” acotadas que acompañan a sus usuarios durante sus actividades y trayectos cotidianos (Igarza, 2009). Por tanto, las Social Media ofrecen breves instantes y de diversos contenidos digitales para que los y las jóvenes interrumpen sus rutinas cotidianas vivenciando momentos de ocio desde cualquier lugar y situación (Adimark, 2015; Halpern, 2013; Subtel, 2015).

La frecuente presencia del ocio digital de las Social Media en las jornadas diarias de los y las jóvenes, podrían estar dando cuenta de un ritmo de vida acelerado por redes globales y móviles de comunicación (Igarza, 2009), así como por una búsqueda permanente de un nuevo objeto de consumo (Bauman, 2006). A esas velocidades, el ocio digital podría estar desafiando la fragmentación de la Vida Cotidiana en momentos diferenciados por reglas de juego específicas a cada espacio (Elias & Dunning, 1992; Lahire, 2004), dado que el ocio en su versión digital ahora puede desarrollarse en nuevos espacios cotidianos.

Aspirando a comprender los alcances del ocio digital en la Vida Cotidiana de los y las jóvenes, el presente estudio se propone caracterizar y describir los sentidos otorgados a dichas prácticas por sus usuarios asiduos, que son precisamente los y las jóvenes.

Sustentado el objetivo del estudio, se encuentra el reconocimiento de que el ocio digital puede ser comprendido como una “experiencia social” que implica a sus protagonistas en un conjunto de esquemas de sentido o lógicas de acción (Viñals, 2013). El estudio propone agrupar analíticamente esos esquemas de sentido en tres. Uno, abarca los usos del ocio digital en Social Media a los que se le asigna un sentido instrumental para resolver algún problema o alcanzar un interés; otra dimensión de sentido es la que ofrece una reproducción y actualización de un modo de actuar heredado y que define los grupos pertenencia; y, finalmente, se establece un esquema que se orienta en función de la elaboración de una subjetividad. Esos esquemas de sentido derivan de los que F. Dubet ha llamado, en orden consecutivo, lógica de acción de estrategia, de integración y de subjetivación (2010a).

Aspirar a describir y caracterizar lo sentidos articulados en torno al ocio en las Social Media, reconoce que se trata de una práctica relativamente nueva con muchos ámbitos por comprender (Rojek, 2005). También, asume que es una práctica desarrollada por jóvenes “nativos” de un entorno altamente digitalizado por tecnologías que les permitieron desarrollar habilidades y conocimientos que aplican en su uso intensivo de las Social Media (Morduchowicz, 2008; García, 2009).

El texto parte exponiendo la problematización y los antecedentes. Se presentan las cifras que dan cuenta de la importante presencia de ocio en cuestión, y luego se mencionan los antecedentes teóricos que nutren la problemática. Este apartado finaliza con una articulación de los elementos empíricos y teóricos que sostienen y justifican los objetivos generales y específicos de investigación.

Luego se aborda la discusión teórica que orienta el estudio. A grandes rasgos, la discusión avanza en dos líneas que se articulan al finalizar el apartado. Por una parte se desarrolla el concepto de ocio digital desde los alcances que distintos autores le han reconocido y desde los rasgos de la sociedad contemporánea. Por otra parte, se propone una comprensión del ocio situado en las dinámicas de la Vida Cotidiana. La discusión decanta en una propuesta conceptual del ocio en las Social Media que integra ambos desarrollos.

En un tercer momento se explicitan las decisiones metodológicas que construyen el objeto de investigación. Aquí, los esfuerzos se concentran en diseñar una metodología que aprehenda la experiencia social.

En un cuarto apartado, se exponen los resultados de la investigación. Estos se organizan a partir de las lógicas de acción de estrategia, integración y subjetivación.

Finalmente se presentan las principales reflexiones que cierran la interrogante de investigación pero que abren a través de interpretaciones hipotéticas posibles temáticas futuras de estudio.

III. PROBLEMATIZACIÓN Y ANTECEDENTES

En las últimas décadas el tiempo dedicado al ocio se ha incrementado en gran parte de la población de las sociedades contemporáneas globalizadas (Águila, 2005). En parte, ese fenómeno se debe a la expansión de nuevos medios digitales que ofrecen un ocio adaptado en su contenido y duración a un consumo acelerado que se realiza durante las jornadas cotidianas (Igarza, 2009)

A continuación, se presentan los antecedentes empíricos y teóricos que sitúan las nuevas prácticas de ocio en las Social Media en la Vida Cotidiana chilena de los y las jóvenes, sus principales usuarios.

Primero, se da cuenta en cifras de la significativa presencia de los soportes tecnológicos del ocio digital en la Vida Cotidiana de la población chilena, prestando especial atención a cómo las tendencias nacionales se acentúan en la población asidua al ocio en las Social Media: los y las jóvenes. También se identifican los atributos que posibilitan hablar de jóvenes “nativos digitales” (Ayala, 2008), “nativos interactivos” (García, 2009) y “transmedia” (Viñals, 2013).

En un segundo momento, se abordan las implicancias que tiene para el ocio digital en las Social Media situarse en la Vida Cotidiana. Aquí se presentan los rasgos generales de la Vida Cotidiana y como las prácticas de ocio digital, así como sus soportes tecnológicos, proyectan dinámicas de lo Cotidiano y por lo mismo, también poseen la capacidad de transformarlas.

En un tercer apartado, se articulan los atributos del ocio digital en las Social Media y sus posibles alcances en la Vida Cotidiana a partir del concepto de experiencia social (Dubet, 2010a).

Presencia del ocio digital de las Social Media en la Vida Cotidiana de la sociedad chilena

“Vivimos con los medios y junto a los medios” (Castells, 1996, pág. s/p)

La ampliación en el acceso a Internet, a las Social Media y sus pantallas, junto con la aparición de dispositivos móviles que vuelven permanente la conexión (Adimark, 2015), permiten que en cualquier lugar y momento de la Vida Cotidiana se practique el ocio digital. Tanto la tecnología digital móvil como la localizada, favorecen ese uso permanente. Aquella incrustación en el transitar de la Vida Cotidiana, imprime sobre el ocio digital en las Social Media y sus soportes tecnológicos particularidades que los definen.

Incrustación de Internet y sus soportes en la Vida Cotidiana de la sociedad chilena

Los procesos enunciados de incrustación de Internet, las Social Media y sus pantallas a la Vida Cotidiana, y la importancia de las prácticas de ocio digital en el día a día de los internautas nacionales tienen un correlato en cifras:

El año 2012, según cifras del Censo, el 44,49% de los chilenos contaban con acceso a Internet en sus hogares. Ese mismo año, un estudio realizado por la facultad de comunicaciones de la U. Católica registró que el 79% de los chilenos se conectaban a Internet al menos una hora al día (Halpern, Tren Digital, 2012). Según cifras más actuales, el acceso a Internet ha ascendido. Por mencionar algunos datos ejemplificadores de aquella tendencia, el año 2014 más de dos tercios de la población chilena contaba con acceso a Internet en sus hogares (67,1%) y el 33,5% ya contaba con una conexión móvil. (CNTV, 2014). Es decir, Internet se ha vuelto una tecnología importante en el día a día de la población chilena.

Según datos de la Subsecretaría de telecomunicaciones, el año 2014, se contabilizaron 23.659.441 teléfonos móviles en uso (Subtel, 2015). Es decir, el 135,2% de la población nacional está vinculada a la telefonía celular. Si bien, todos los teléfonos celulares no son soportes de Internet, el año 2014 se registró la venta de 10.609.000 aparatos celulares inteligentes con posibilidades técnicas de soportar Internet y sus diversas aplicaciones (Subtel, 2015). La tendencia argumentada también se expresa en el significativo

crecimiento de difusión de la conexión de banda ancha móvil. Dicha conexión alcanzó el año 2014 un nivel de penetración del 47% (por cada 100 habitantes) (Subtel, 2015). En sintonía con la tendencia mencionada, el servicio de prepago a contrato asociado a un acceso a Internet móvil muestra un crecimiento significativo entre el año 2009 y el 2014, en tanto el servicio de prepago disminuye durante el mismo lapso (Subtel, 2015). Por cuanto, el acceso a Internet se ha ampliado y la modalidad de conexión pujante es la móvil. La tendencia es a lograr conectarse desde cualquier lugar y en cualquier momento por medio de pantallas móviles (celulares inteligentes).

Si bien la tendencia es generalizable, deben reconocerse distinciones socioeconómicas. Siguiendo la clásica diferenciación por estratos socioeconómicos (Matriz ESOMAR), el grupo con mayor acceso a Internet en el hogar el año 2012 es el ABC1, el cual cuenta con un 96% de cobertura. A este estrato le sigue el grupo C2, con un 94% de acceso. Luego, la cifra se reduce a un 73% en el grupo C3 y es aún menor en el grupo socioeconómico D, llegando a un 34%. Finalmente el grupo E reporta tan solo un 6% de cobertura (AIM, 2013). Si bien, la tendencia es a que el acceso a Internet en el hogar siga aumentando, o se complemente con la conexión móvil, se deben tener presentes las diferencias socioeconómicas, pues además de asociarse a distinciones en la posesión o acceso a Internet y sus dispositivos, también puede expresarse en diferencias en los modos de orientar sus usos. (PNUD, 2006). De hecho, estudios proponen que una vez garantizada la cobertura de Internet en una población, siguen existiendo diferencias entre los usuarios en el rendimiento dado a las tecnologías (DiMaggio, Hargittai, Neuman, & Robinson, 2001)

Ahora bien, a la importante presencia en la Vida Cotidiana de los celulares inteligentes, la acompañan otras tecnologías soportes de Internet.

La presencia recurrente de Internet en la Vida Cotidiana no se reduce a una tecnología digital en concreto, sino que a un conjunto de ellas. Según cifras de la VIII Encuesta Nacional de Televisión del año 2014, el 71,8 % de la población nacional posee un celular que puede conectarse a Internet, mientras que el 55% declaró poseer un notebook y/o un netbook. En tercer lugar, el 20,6% de la población cuenta con una Tablet y el 20,6% es propietaria de una consola de videojuego. (CNTV, 2014). Como más adelante se retomará, al concentrarse en edades jóvenes el equipamiento tecnológico de los sujetos varia,

aumentando la presencia de los dispositivos soportes de Internet. Por ejemplo, entre los adolescentes menores de 18 años que no cuentan con la independencia económica para solventar gastos mayores, un 40% posee una Tablet; el 35,1% un notebook o netbook; y un 30,3% una consola de video juegos (Ibíd.). En consecuencia, la cifra que señala que el 74,5 % de la población nacional pasa más de la mitad del tiempo que está despierto frente a alguna pantalla digital (Halpern, 2014b), debe entenderse como producto de un conjunto de tecnologías presentes en las jornadas cotidianas, por más que el celular inteligente se destaque por adaptarse a la movilidad de los usuarios.

La ampliación en el acceso a Internet se expresa en un uso frecuente de sus herramientas. El año 2014, un estudio realizado a nivel nacional reveló que un 52,4% de los propietarios de un celular inteligente lo revisa a cada hora, mientras que el 32,9% lo revisa cada media hora y un 24,4% lo revisa cada 15 minutos (Halpern, 2014a).

Incrustación del Ocio Digital de las Social Media en la Vida Cotidiana de la sociedad chilena

Las plataformas digitales más utilizadas en esas conexiones diarias son las llamadas “Social Media” o “Redes Sociales digitales”. Éstas, son plataformas altamente interactivas basadas en Internet y sus soportes móviles. A través de ellas los individuos o comunidades comparten, co-producen, discuten y modifican contenidos (Kietzmann, Hermkens, McCarthy, & Silvestre, 2011). Las Social Media son plataformas que ofrecen herramientas acopladas a las necesidades de las diversas situaciones de la Vida Cotidiana, entre las que se puede reconocer el ocio (Arias, 2011).

El 94% de los internautas reconocen conectarse con bastante frecuencia a las redes mencionadas (Chilescopio, 2013). Entre ellas, las más utilizadas, en orden descendente, son Facebook, YouTube, Twitter, Windows Messenger.² Revelador de aquel uso intensivo es el registro nacional de 9,8 millones de usuarios de Facebook el año 2013 (Owloo, 2013).

En términos de las prácticas desarrolladas en las Social Media, destacan las orientadas a intereses personales. Según cifras nacionales, el 61% de los internautas se conecta todos los

² El 94% de los usuarios de internet se conectan a las Social Media. De ellos, el 95 % utiliza FB; el 57%, YouTube; el 21%, Twitter; y el 20%, Windows Messenger (Chilescopio, 2013)

días a Internet motivado por intereses ajenos a responsabilidades laborales, estudiantiles u otras (CNTV, 2014). Entre los intereses personales que orientan el uso de las Social Media, el experimentar momentos de ocio, es uno de los principales. Así lo declaró el 95% de una muestra representativa de la población chilena, al comentar que su principal motivación para utilizar las Social Media son los momentos no rutinarios generados en las entretenidas interacciones mediadas con sus amigos y conocidos (Chilescopio, 2013).

Insistiendo en la importancia del uso ocioso de las Social Media y su fuerte presencia en la Vida Cotidiana chilena, el estudio recién citado también registró que los y las chilenos y chilenas ocupan sus tiempos libres, principalmente, utilizando Internet y sus plataformas (Ibíd.)

Los datos expuestos dan cuenta de la imbricación de Internet y sus pantallas a la Vida Cotidiana de la sociedad chilena, y de la centralidad de las prácticas de ocio en las plataformas digitales. Si bien, el diagnóstico se matiza al observar grupos diferenciados en términos socioeconómicos, de género o de tramo etario, el fenómeno descrito parece ser generalizado. Ahora bien, al concentrar la mirada en la población joven (15-25 años), las tendencias identificadas se acentúan.

El Ocio Digital en las Social Media en la Vida Cotidiana de la Juventud chilena

Los y las jóvenes presentan un uso más intensivo de Internet y sus pantallas en comparación con otros grupos etarios. Según cifras del Censo 2012, ese año los principales usuarios de Internet fueron jóvenes. Un 85,3 % de los y las jóvenes y adolescentes (15-24 años) utilizaron Internet por lo menos 5 veces a la semana durante los últimos tres meses previos al sondeo (INE, 2012). El año siguiente, más del 70% de los y las jóvenes, encuestados por otro estudio con representatividad nacional, aseguró utilizar más de una hora al día el Celular Inteligente, las Social Media, Internet y WhatsApp. (Halpern, 2013). Reafirmando dicho uso intensivo, el 88% de los y las jóvenes afirman que Internet es muy importante en sus vidas (Adimark, 2015).

Incluso en términos de equipamiento de tecnologías digitales, los y las jóvenes destacan. Entre los y las jóvenes, el 81% cuenta con un notebook; el 76%, con una consola de video juegos; y el 75%, con acceso a Internet en el hogar (Adimark, 2015)

En términos de la centralidad del uso de las Social Media, la tendencia nacional también se acentúa en las y los jóvenes. En el año 2013 un estudio registró que el 76,1 % de los y las jóvenes utilizaron Social Media más de una hora al día. Dos años más tarde, en el 2015, otro estudio confirmó la tendencia: el 80% de los y las jóvenes ocupan Internet principalmente para conectarse a las Social Media, el 51% prefiere descargar música, series o películas, el 37% descarga programas y aplicaciones y el 30 % mayoritariamente juega online (Adimark, 2015). La centralidad de las Social Media es tal que en el mismo estudio solo el 4% de los y las jóvenes declaró no utilizarlas (Ibíd.). Entre las Social Media más utilizadas por los y las jóvenes, se encuentra Facebook con un 94% de usuarios, WhatsApp con un 91% e Instagram con un 21% (Ibíd.).

Según otro estudio, entre los usos dados a las Social Media por los y las jóvenes, los orientados a generar un momento de ocio son los principales (Halpern, 2013). Lo anterior, soporta interpretaciones que proponen que las Social Media son importantes para los y las jóvenes debido a que permiten interrumpir las rutinas cotidianas, con espacios de interacciones mediadas que facilitan procesos de socialización (Viñals, 2013) y de reconocimiento de la propia especificidad identitaria (Águila, 2005).

Jóvenes “nativos digitales”, “nativos interactivos” y “transmedia”

Asociado al uso intensivo de las Social Media con fines ociosos, se encuentran atributos compartidos por los y las jóvenes. Debido a una temprana vinculación con un ecosistema mediático durante sus biografías (Morduchowicz, 2008), los y las jóvenes están familiarizados con los lenguajes de las tecnologías digitales y han desarrollado las habilidades cognitivas y motrices necesarias para desenvolverse cómodamente en espacios digitales (Arias, 2011). Esa cercanía y desarrollo de habilidades, han sido abordadas por conceptualizaciones que hablan de “nativos digitales” (Ayala, 2008), “nativos interactivos” (García, 2009) o “jóvenes transmedia” (Viñals, 2013).

Con “nativos digitales” se alude a una temprana relación con las tecnologías digitales. Desde la niñez los jóvenes actuales han podido relacionarse con un ecosistema mediático, incorporando sus lógicas de funcionamiento y desarrollando las habilidades asociadas a su uso (Ayala, 2008). A partir de esta prematura relación, los y las jóvenes también son categorizados como “nativos interactivos” o “transmedia”.

El concepto “nativos interactivos” insiste en la temprana relación con las tecnologías pero profundiza en el impacto que las actividades interactivas generan. Los y las jóvenes presentan habilidades y disposiciones para utilizar interactivamente las tecnologías digitales, por lo mismo cuentan con la capacidad de trabajar en varias tareas de manera paralelas y adecuarse a un ritmo acelerado de acción (García, 2009).

Finalmente, el concepto “jóvenes transmedia” destaca la posibilidad de los jóvenes de desplegar su Vida Cotidiana también en diferentes espacios mediáticos (Viñals, 2013), sobre todo a partir de los dispositivos móviles que ofrecen un consumo personalizado, portátil, desterritorializado, extendido, informal, improvisado y social (Viñals, Abad, & Aguilar, 2014)

Ahora bien, el reconocimiento de los atributos mencionados no puede ignorar que, entre los jóvenes, algunos logran más que otros aquel perfil. Ciertos jóvenes cuentan con el acceso prematuro y constante, en tanto otros no de forma tan extendida (PNUD, 2006). Como señalan Hargittai & Hinnant (2008), el contexto limita la elección libre de prácticas digitales.

Por una parte, las diferencias socioeconómicas influyen en las posibilidades de acceso a Internet, el lugar de conexión, la calidad de los soportes técnicos, las habilidades para aprovechar las tecnologías, y la presencia de tejidos sociales que nutran y soporten las actividades digitales. (DiMaggio, Hargittai, Neuman, & Robinson, 2001). Mientras que, por otra parte, el género supone diferenciación en el uso y significación de Internet, influyendo en las plataformas digitales preferidas y el tipo de interacción mantenida (Viñals, 2013).

En síntesis, los y las jóvenes utilizan frecuentemente Internet y las Social Media. A través de sus diversas pantallas, privilegian el uso ocioso de las plataformas digitales y demuestran una familiaridad y manejo óptimo de las tecnologías digitales, dada sus condiciones de nativos de un entorno digitalizado. Sin obviar las importantes diferencias internas entre los y las jóvenes, se puede sostener que diversas situaciones de sus vidas cotidianas también acontecen en escenarios digitales.

La Vida Cotidiana y el Ocio digital en las Social Media

Como se señaló, el ocio digital en las Social Media se encuentra situado en la Vida Cotidiana de los y los jóvenes chilenos. Esto imprime sobre la práctica de ocio ciertos rasgos que son propios de las dinámicas de ese día a día, asignándole un potencial transformador.

La Vida Cotidiana se puede comprender como un conjunto de momentos diferenciado entre sí. (Lahire, 2004). En donde, cada uno de ellos cuenta con sus propias reglas de juego o pautas de comportamiento que delimitan las prácticas y sentidos mentados esperables a experimentar en ese momento (Elias & Dunning, 1992; Lahire, 2004). Estas prácticas y sentidos situados reproducen modos de actuar incorporados por los actores y escenifican procesos de producción de otros modos genuinos de proceder articulados por cada actor (Martuccelli, 2007). Así, la Vida Cotidiana se elabora en la reproducción actuada y producción escenificada por los sujetos situados (Heller, 1987). Por cuanto, en el actuar, en este caso ocioso, se reproduce lo cotidiano al mismo tiempo que se transforma (De Certeau, 2000). Así, la Vida Cotidiana se pone en juego durante la acción.

En el mismo sentido, la Vida Cotidiana se puede entender como aquel espacio de encuentro diario espacial y temporal entre sujetos concretos y reales, en donde las acciones cotidianas articulan dos procesos paralelos en la construcción de esa realidad: uno de reproducción de procesos estructurales, y otro de producción de articulaciones subjetivas (Giddens, 1995).

Como espacio reproductor, lo cotidiano se compone de un conjunto de saberes y prácticas culturales que reproducen la estructura social, proveyendo de cohesión social y un apaciguamiento de las resistencias (Heller, 1987). Sin embargo, el actuar cotidiano que actualiza esos saberes y prácticas culturales, también inventa nuevas formas de comprender y comportarse, en tanto los sujetos son agentes activos durante su vivir (Giddens, 1995). Autores como Dubet (2010a), dirán que los individuos inventaran articulaciones de sentidos porque son capaces y porque lo cotidiano carece de un eje central articulador, por cuanto, ellos deben desplegar sus propias estrategias de acción. De esta forma, el accionar cotidiano produce y reproduce una realidad inmediata que se entiende como síntesis de sentidos incorporados y otros inventados.

La articulación mencionada que enviste de sentido a las acciones, acontece en las diversas situaciones o momentos que componen la Vida Cotidiana (Lahire, 2004). En cada momento, los actores actualizan un esquema de acción entre los muchos disponibles en los repertorios de acción incorporados durante sus biografías: “Frente a cada situación “nueva” que se presente, el actor actuará “movilizando” (sin conciencia obligada de dicha movilización) esquemas incorporados que le reclama la situación” (Ibíd., pág. 102). Es decir, la selección de un esquema de acción estará guiada por las reglas de juego del momento. El actor situado, articulará los repertorios “sensorio motriz, esquema de percepción, de evaluación, de apreciación)” (Ibíd., pág. 127) que se adecuen al contexto.

Al considerar el ocio digital en las Social Media como una práctica cotidiana, se puede proponer que su ejecución reproduce esquemas de acción adecuados al espacio y, paralelamente, contiene el potencial de transformar la realidad generando nuevas articulaciones. Habría que esperar entonces, que el ocio digital contara con sus propias reglas de percepción, evaluación, apreciación y reacción sensoria motriz, que definieran las reglas de su juego. Reglas que en su actuación definen la experiencia de ocio digital en las Social Media y participan de la construcción de la realidad cotidiana, pudiendo transformarla.

La Vida Cotidiana y los soportes tecnológicos del ocio digital en las Social Media

Por su parte, los soportes tecnológicos (Internet, las Social Media y sus pantallas) del ocio digital también pueden leerse engarzados a las dinámicas de la Vida Cotidiana. Asociado a un proceso de convergencia mediática y tecnológica, puede proponerse una comprensión de las Social Media que las concibe ancladas a los procesos de producción y reproducción de la realidad social.

Internet se puede definir como una red electrónica de redes que vincula a personas e información por medio de diversos soportes digitales estáticos y móviles, permitiendo la comunicación entre personas y la recuperación de información (DiMaggio, Hargittai, Neuman, & Robinson, 2001). Una de esas redes corresponde a las Social Media. Basadas en Internet y en sus soportes estáticos y móviles, las Social Media son plataformas caracterizadas por su intensa interactividad. En ellas los individuos o comunidades

comparten, co-producen, discuten y modifican contenidos (Kietzmann, Hermkens, McCarthy, & Silvestre, 2011).

Sí bien Social Media es un concepto amplio que abarca un conjunto de plataformas aplicables a distintos ámbitos y con distintas funciones (ibíd.), dentro de ellas es posible aglutinar las más presentes en las rutinas cotidianas de los y las jóvenes en dos categorías similares entre sí. Las Social Media más utilizadas son los sitios de redes sociales (“Social Networking Sites”) y los sitios de contenido comunitario (“Content Communities”) (Kaplan & Haenlein, 2010). Ambas tienen en común que implican a sus usuarios en interacciones envolventes, dado que ofrecen interacciones inmediatas e íntimas, capaces de transmitir grandes cantidades de información, de exponer la identidad de sus usuarios y generar espacios de auto-revelación y auto-conocimiento (Ibid.). Además presentan formatos adaptados a consumos breves y consecutivos (Igarza, 2009). Ejemplos de las Social Networking Sites son Facebook, Instagram, Twitter, Tumblr, WhatsApp, mientras que entre los sitios de Content Communities esta YouTube, Flickr, Vimeo, iTunes.

Esos atributos vuelven a las Social Media en plataformas digitales con especificidades que obligan abordarlas separadas de otras prácticas digitales que también pueden considerarse ociosas, como los juegos soportados por Internet y sus pantallas. Las Social Media posibilitan un tipo de práctica ociosa que siempre tiene a otro a modo de receptor o emisor como referente del acto (Kaplan & Haenlein, 2010). El ocio en las Social Media, a diferencia del ocio en los juegos digitales, siempre implica una comunicación interpersonal.

Estas Social Media son plataformas digitales integradas a la rutina, en parte debido al proceso de convergencia tecnológica y mediática que ha prolongado la presencia de Internet en el día a día, mediante una digitalización de las tecnologías que propicia un ecosistema social altamente digitalizado (Scolari, 2009).

Los conceptos de *convergencia tecnológica* y *mediática* aluden al proceso de unificación de los lenguajes entorno a uno digital. Toda la información comunicada por las tecnologías se traduce al lenguaje de los bits. Esto se expresa en la “digitalización de los procesos de edición, producción y difusión” de información, en la “transformación de las tareas dentro de los medios”, en la difusión de nuevas formas de hacer y difundir la información”, en la adopción de “sistemas de gestión de contenido multimedia” y, finalmente, en la

“proliferación de nuevos dispositivos receptores digitales” (Scolari, 2009, pág. 48). En parte, esto se ha traducido en que Internet y sus Social Media disponen de diversos soportes tecnológicos o pantallas, estáticas y móviles, para ser utilizados por sus usuarios y participar de esas interacciones envolventes.

Aquella incrustación de las Social Media e Internet a la Vida Cotidiana, asociada al proceso de convergencia, permite comprenderlas engarzadas a los procesos de articulación de sentido de las dinámicas cotidianas. Es decir, los límites, contenidos y alcances de las Social Media e Internet dependen de los procesos de articulación de sentidos generados por sus usos cotidianos (Bryce, 2001).

Se puede proponer que, durante los usos cotidianos de las Social Media e Internet, acontecen procesos de negociación de sentidos mentados entre los consumidores o usuarios de Internet y la propuesta de los diseñadores. La industria y el mercado ofrecen un diseño de las tecnologías que contempla ciertos usos y articulaciones de sentidos mentados respecto del uso y la tecnología, la cual es sometida a un proceso de resignificación por parte de los consumidores, quienes al utilizarla se apropian de ella, reconceptualizando los límites, contenidos y alcances ofrecidos por los diseñadores (Silverstone, 1994; Morley, 2008).

En ese sentido, la etnógrafa virtual C. Hine (2004), dirá que Internet y, por tanto, las Social Media, son un artefacto cultural. Dado el importante lugar que ha adquirido Internet en la Vida Cotidiana, este puede aprehenderse como un artefacto cultural “cuyas capacidades no vienen dadas intrínsecamente para quienes la adquieren, sino que, más bien, son desarrolladas en un proceso de negociación e interpretación en el contexto específico en que son traídas y en el que son empleadas” (Ibíd., pág. 42). No obstante, la autora agregará que Internet también es una cultura en sí misma, compuesta por un mundo complejo y rico en interacciones sociales aprehensible a través de los discursos y prácticas digitales desplegadas en su interior. Por cuanto, una comprensión de Internet y/o las Social Media supone abordar las complejidades culturales de ellas, pero en relación a su contexto social de utilización, para así poder situar los modos de hacer, pensar y sentir propios a las prácticas digitales en el proceso de negociación que los generó (Ibíd.).

Por tanto, se puede sostener que el ocio digital, en su condición de práctica desplegada en esas plataformas digitales, pone en juego un conjunto de discursos y prácticas propias de la cultura de Internet, pero al mismo tiempo somete a las plataformas a una constante redefinición a partir de la negociación e interpretación en su contexto específico de uso. De esta forma, el acto de ocio digital se vuelve una instancia de redefinición permanente del sentido de la tecnología utilizada y sus alcances en la Vida Cotidiana.

Experiencia social del Ocio digital en las Social Media

Aquel ocio alguna vez restringido al ámbito privado y exclusivo de privilegiados, emigró y se extendió desde la segunda mitad del siglo XX hacia espacios públicos, como los traslados, el trabajo, la escuela o la universidad y se universalizó su acceso. Lo anterior, fue facilitado por el desarrollo y expansión de las tecnologías digitales y mediáticas (Igarza, 2009).

En el marco de una Vida Cotidiana hiperconectada por la presencia de Internet y sus soportes estáticos y móviles, el ocio también adquiere un formato digital y portable. Ahora, en espacios digitales accesibles desde cualquier lugar y momento, los y las usuarios pueden desplegar acciones de ocio, con formas de concebirlas y organizarlas distintas a las tradicionales (Bryce, 2001). Estos momentos de ocio digital parecen proponer nuevas formas de habitar la Vida Cotidiana, al ser una experiencia compleja que implica a sus actores en varias dimensiones (Viñals, 2013).

Los nuevos formatos de ocio ofrecidos por Internet y sus soportes se enmarcan en una sociedad que le otorga un valor central a dicha práctica en la definición de los estilos de vida de los sujetos (Bryce, 2001). Si se acepta el diagnóstico de Z. Bauman (2007), sobre la sociedad de consumo, el ocio en tanto momento de consumación de un deseo con efectos placenteros en el consumidor, está en el centro de la organización de la vida social actual (Igarza, 2009). Tanto así, que el momento de ocio incluso se ha vuelto una importante instancia de creación e innovación que influye en los avances tecnológicos, los vaivenes económicos y los procesos sociales (Rojek, 2010).

El ocio digital, como momento o esfera de lo cotidiano, cuenta con reglas específicas de juego: “Si se considera el ocio como una esfera y el no ocio como otra, esto es precisamente lo que se observa: en ambas, los seres humanos siguen determinadas normas,

pero las normas son diferentes, a veces contradictorias” (Elias & Dunning, 1992, pág. 128). En ese sentido, en el momento de ocio hay esquemas de acción adecuados y otros no. Ahora bien, con las pantallas móviles de Internet y las Social Media, el ocio digital se vuelve portable. En cualquier lugar y momento se pueden desarrollar prácticas de ocio digital, imprimiéndole al acto un ritmo y alcance particular. El ocio digital, comienza a acompañar los recorridos en la ciudad, a interrumpir los momentos de tiempo no libre, a ofrecer breves momentos que interrumpen la rutina cotidiana (Igarza, 2009), es decir, a des-rutinizar (Elias & Dunning, 1992).

Durante el recorrido que los sujetos realizan entre los distintos espacios de la Vida Cotidiana, el ocio aparece yuxtaponiéndose a otros momentos, evaporando fronteras entre esferas y generando así espacios heterotópicos (Bryce, 2001). Por una parte, en un mismo espacio se encuentran múltiples, diversas y simultáneas prácticas de ocio, mientras también el ocio se encuentra con esferas con normas distintas, e incluso contradictorias. Dicho en ejemplos cotidianos, los soportes móviles y estáticos del ocio digital permiten concentrar en un mismo momento la conversación entretenida con un amigo, la revisión de fotos en Instagram o del video que un contacto envió por celular, entre medio de la jornada laboral, durante una clase o una comida familiar.

Las normas o reglas que definen la esfera del ocio, se orientan a garantizar la experiencia de una actividad no rutinaria (Elias & Dunning, 1992). Siguiendo la propuesta de N. Elías & E. Dunning, las actividades de la Vida Cotidiana pueden diferenciarse según su grado de rutinización. En un extremo se encuentran todas las acciones que responden a: “canales recurrentes de acción, impuestos por la interdependencia de unos y otros, y que a su vez imponen sobre el individuo un alto grado de regularidad, constancia y control emocional en la conducta y que bloquean otros canales de acción aun cuando correspondan mejor al estado de ánimo, los sentimientos y las necesidades emocionales del momento” (Ibíd. pág. 125). En tanto, en el otro extremo se encuentran las acciones no rutinarias o recreativas orientadas a generar emociones agradables y placenteras, en marcos de amplia participación, voluntariedad y posibilidades de elección individual. Dentro de estas últimas prácticas se encuentra al ocio y, como se propondrá, su expresión digital.

El ocio, es una acción orientada a generar una emoción placentera y agradable a partir de la experimentación de emociones prohibidas y censuradas en otros momentos de la Vida Cotidiana (Ibíd.). En el ocio la acción está orientada por una supresión de los autocontroles, una liberación de prohibiciones conductuales y emocionales. Es decir, en el ocio se invita a experimentar nuevamente la vida como un niño que juega, en donde se recrean emociones intensas con efectos catárticos en sus ejecutantes. Para ello, en el momento de ocio, las intenciones del actor son las determinantes. Se orienta buscando la propia entretención, bajo ciertos márgenes de libertad que le permiten elegir (Ibíd.).

La elección libre se vuelve una condición importante del acto de ocio. Para algunos autores es condición ineludible del acto (Águila, 2005), y para otros un ideal que no se cumple a cabalidad (Codina & Munné, 2002). Sin embargo, para otros autores, basta que el acto sea percibido como libre, aun cuando efectivamente no lo sea (Romo, 2003; Bauman, 2004).

Existirían condicionantes sociales que distribuyen de manera diferenciada los márgenes de libertad de la acción. Las posiciones en la estructura social diferencian entre quienes pueden elegir varias dentro de una gama amplia de posibilidades de acciones de ocio y los que pueden elegir pocas opciones y pocas veces (Rojek, 2005). No todos pueden cumplir el mandato social a ser consumidores transeúntes, yendo de un objeto de deseo a otro (Bauman, 2006). El diagnóstico mencionado también es extensivo al ocio digital, a pesar de la ampliación en el acceso a Internet y sus pantallas, pues se presentan diferencias en los tipos de usos ociosos, sus rendimientos, calidad de soportes y niveles de involucramiento entre los internautas (Viñals, 2013; Hargittai & Hinnant, 2008).

El ocio digital puede leerse desde la definición de ocio elaborada, agregándole las especificidades que los soportes le asignan. Dada la permanente conexión a Internet garantizada por los soportes tecnológicos digitales móviles y estáticos, el ocio se ha vuelto una práctica realizable en cualquier situación cotidiana. Ahora, en un formato acotado en duración, cantidad de información transmitida e intensidad de la experiencia, los usuarios pueden conectarse en cualquier situación a una práctica ociosa que interrumpa las actividades rutinarias que se están realizando o que acompañe los tiempos libres. Esos momentos de ocio, son lo que el especialista R. Igarza (2009) ha llamado “capsulas” o

“burbujas de ocio”, para resaltar que son breves instantes de desconexión de las rutinas diseñados para ser consumidos rápidamente y sin mayores esfuerzos. Las plataformas emblemáticas de esa modalidad de consumo del ocio son las Social Media, puesto que posibilitan un ritmo acelerado de consumo de cortos momentos sucesivos, aislados o paralelos de interacciones interpersonales orientadas principalmente por fines ociosos (Ibíd.). Son interacciones que en el “compartir información” propia o ajena desordenan las normas de la rutina cotidiana.

En base a lo anterior, el ocio en Internet y las Social Media se distancia del ocio definido por N. Elias y E. Dunning, que supone una actividad envolvente y totalmente aisladora del devenir rutinario, en el sentido de que el efecto catártico que la emoción intensa genera pierde presencia ante la rapidez y superficialidad de la experiencia de las burbujas de ocio en la Web.

Por otra parte, el ocio digital vuelve forzosa la diferenciación entre ocio serio y casual elaborada por el sociólogo R. Stebbins (2009). Según dicho autor, el ocio puede diferenciarse en dos. En uno que es serio por realizarse periódica y sistemáticamente y requerir habilidades específicas en sus practicantes. Y, en otro ocio llamado casual por el bajo nivel de compromiso asociado, lo poco exigente en habilidades para su realización, lo efímero y desechable. El primer ocio ofrece una recompensa duradera y a largo plazo asociado a la generación de lazos sociales, la autorrealización, la autosatisfacción, etc., mientras que el ocio casual solo buscan en placer inmediato que reporte momentos de entretenimiento, relax, descanso, etc. (Ibíd.). El ocio digital desafía dicha nomenclatura al ofrecer momentos breves e instantáneos de emociones intensas y placenteras que tienen alcances a corto y mediano plazo y requieren de un nivel de adiestramiento digital para su uso (Bryce, 2001).

El Ocio Digital como una Experiencia Social

Para autores como C. Rojek (2010), el ocio digital es una instancia determinante de la vida social, pues en él también se configuran los modos de interpretar la realidad. En ese sentido se puede concebir al ocio en Internet y las Social Media como una experiencia compleja con alcances en diversas dimensiones de la vida del sujeto (Viñals, 2013). En términos analíticos, el ocio en cuestión moviliza tres dimensiones o esquemas de sentido.

Uno asociado a la resolución de problemas prácticos cotidianos; otro, al rendimiento del ocio en la reproducción y actualización de los acervos que constituyen los lazos sociales; y un tercer rendimiento refiere a los procesos de construcción de una subjetividad. Esos esquemas de sentido derivan de los que Dubet ha llamado, en orden consecutivo, lógica de acción de estrategia, de integración y de subjetivación (2010a). En conjunto, estas tres lógicas de acción articulan una experiencia social.

Por una parte, la práctica en cuestión puede tener alcances premeditados específicos que resuelven problemas prácticos concretos (Igarza, 2009), como el buscarse momentos de descanso, de entretención, de distracción del trabajo, liberación de tensiones, o bien puede utilizarse para obtener distinciones simbólicas de estatus (Rojek, 2010). Tal como lo definen autores consultados (Águila, 2005; Viñals, Abad, & Aguilar, 2014), el ocio digital es un instrumento que resuelve la búsqueda de un momento de entretención y descanso que desconecta de las normas y exigencias de las rutinas cotidianas, mediante distracciones.

Paralelamente, el ocio digital canaliza procesos de reproducción y producción de redes sociales movilizando sentidos integrativos de los y las sujetos. Las prácticas de ocio son momentos de importantes interacciones sociales (Águila, 2005), en donde se desarrollan procesos de socialización (García, López, & Samper, 2012). En el ocio digital, los sujetos refuerzan los lazos sociales al reafirmar los modos incorporados de comportarse y así consolidar sentidos de pertenencia. Por lo mismo, el ocio se vuelve una instancia de movilización de las redes de soporte social de los y las sujetos, y el uso intensivo permitiría potenciar o aumentar dichos soportes sociales (Rojek, 2010). Esto último se vería acentuado ante la orientación comunicativa de las prácticas preferentes de ocio digital (las Social Media) y la permanente conexión a los grupos sociales que permiten Internet y sus pantallas (Viñals, 2013)

El ecosistema mediático desplegado a modo de red, posibilita que el tiempo de ocio no sea exclusivo del espacio privado y la intimidad, sino que también de otros momentos de la Vida Cotidiana (Igarza, 2009). Dicha presencia extendida del ocio digital, invita a reconocerle un rol protagónico en los procesos de socialización. Al igual que en el trabajo, o en la escuela, en el ocio los sujetos se encuentran con la elaboración de un proyecto en común. Así, el ocio digital no es solo un acto de consumo de las ofertas de la publicidad, o

un momento no productivo o de descanso (Igarza, 2009). Los tiempos de ocio mediatizados, ahora permiten el encuentro y la participación de varios “usuarios”, favoreciendo intercambios sociales, comerciales y simbólicos.

Por su parte, tiende a existir consenso en la importancia del ocio, en este caso digital, como instancia de constitución de una subjetividad (Stebbins, 2009; Rojek, 2010; Viñals, 2013; Codina & Munné, 2002). El acto recreativo elegido se vuelve un momento de desarrollo y reconocimiento de atributos personales que proyectan en hechos un estilo de vida particular. (Águila, 2005; Rojek, 2005). Por lo mismo, en el ocio digital proliferan las posibilidades de acción. Si bien, existe un repertorio de usos preestablecidos por el soporte, los procesos de apropiación generan especificidades en los usos que los diferencian entre sí, volviendo el ocio en una prolongación de la propia identidad. Por lo mismo, el ocio digital se ofrece diversificado y segmentado en muchos públicos, dispuesto a ser personalizado (Igarza, 2009). Este rendimiento del ocio se encuentra acentuado en los jóvenes internautas, quienes encuentran en la ausencia de obligaciones rutinarias, espacios de “contribución al desarrollo personal, a la mejora del auto concepto y a la interacción social” (Águila, 2005, pág. 42).

A consecuencia de lo anterior se puede aprehender la complejidad del ocio en Internet y las Social Media como una experiencia social, en donde se conjugan distintos esquemas de sentidos tras la acción que despierta emociones reprimidas durante la rutina cotidiana. Con ello, el ocio digital se entiende como una práctica que moviliza a los sujetos en diversas dimensiones, que en conjunto dan cuenta de modos de habitar la Vida Cotidiana.

Problema de investigación: Una Vida Cotidiana cambiando en la experiencia social de ocio digital

Las cifras sobre la penetración de Internet y los usos dados a sus plataformas dan cuenta de una población nacional usuaria de Internet, sus soportes, y sus plataformas digitales de ocio (CNTV, 2014). Además, las cifras nacionales demuestran que es en los sectores juveniles de la población chilena, donde los rasgos mencionados se acentúan (Halpern, 2013; Adimark, 2015). En ese sentido, de la mano de la ampliación del acceso a las nuevas tecnologías mediales móviles y estáticas; y la proliferación de sus Social Media, el ocio

llamado digital se ha vuelto una nueva y recurrente actividad en el deambular cotidiano de los y las jóvenes chilenos, que parece modificar ciertas dinámicas de la Vida Cotidiana.

El presente estudio se interroga por los alcances del recurrente ocio digital en la Vida Cotidiana de los y las jóvenes nativos digitales, mediante la comprensión de la experiencia social implicada en dicha práctica.

Se interroga por un ocio digital que ha adquirido importancia en el día a día de los y las jóvenes nativos digitales y que se puede reconocer como una experiencia con múltiples y profundas implicancias en sus practicantes (Viñals, 2013). Por una parte, la práctica en cuestión puede tener alcances premeditados, facilitando el logro de objetivos planeados, como lograr un estatus social (Águila, 2005) o aumentar los capitales sociales, entre otros (Bryce, 2001). Por otra parte, el ocio digital, en tanto importante momento de socialización (García, López, & Samper, 2012), posibilita la producción y reproducción de lazos sociales que le asignan una pertenencia al actor y consolidan o aumentan sus capitales sociales (Rojek, 2010). Asimismo, en la práctica de ocio digital se despliegan importantes procesos de constitución de una subjetividad, a través de una avocación libre hacia actividades en donde los sujetos desarrollan atributos que desean propios y que proyectan un estilo de vida auténtico (Águila, 2005; Rojek, 2005).

Aquella interrogante implica problematizar la distribución del tiempo en lo cotidiano. Las pantallas estáticas y móviles de Internet permiten acceder a prácticas ociosas en las Social Media desde cualquier lugar y con cualquier persona (Igarza, 2009). Durante el trabajo, el estudio, los trayectos, el encuentro social físico, los soportes de Internet posibilitan una yuxtaposición de situaciones (Bryce, 2001). El ocio digital, aparece en espacios inesperados, replanteando fronteras clásicas entre los distintos momentos de la Vida Cotidiana y las reglas de juego de los momentos de ocio, como lo son los momentos de rutina y de des-rutina.

La problemática propuesta también intenta aprehender como se experimenta un ritmo de vida acelerado de la mano de prácticas ociosas que proponen veloces y permanentes tránsitos entre una actividad u consumo y otra. El ocio digital en las Social Media parece inserto en un ritmo vertiginoso de consumo, que invita a transitar rápidamente de una actividad a otra, esperando un consumo eficiente del acto ocioso que aproveche la emoción

generada en un tiempo y una profundidad acotada, para pasar rápidamente al consumo de otra actividad u objeto de deseo (Igarza, 2009).

El presente estudio pretende comprender los mencionados replanteamientos, pero desde las distintas posibilidades de producción de sentido que enviste a la acción de ocio en las Social Media por parte de sus usuarios asiduos: los y las jóvenes (Viñals, Abad, & Aguilar, 2014). Para ello, se acuden a las tres lógicas que F. Dubet (2010a) desarrolla como matriz analítica de los sentidos articulados en las acciones sociales (estrategia, integración y subjetivación).

El estudio propone describir y caracterizar los sentidos articulados en torno a la experiencia social de ocio digital en las Social Media, y desde allí comprender como la Vida Cotidiana se replantea. Asumiendo con ello que en el ocio digital, en tanto acción social, se pone en juego la construcción de lo cotidiano (Martuccelli, 2007). Así, en los sentidos puestos en el acto de ocio en formato digital, no solo se proponen distintas formas de experimentar el ocio, sino que nuevas formas de habitar la Vida Cotidiana (Rojek, 2010).

En términos operacionales, la interrogante propuesta se resuelve indagando en los sentidos articulados por los jóvenes respecto a la experiencia social de ocio digital, mediante técnicas de producción de información cualitativa que permitan emerger entramados de sentidos. Para ello se diferencian a los jóvenes según tres criterios que la bibliografía atingente considera diferenciador: edades, grupo socioeconómico y género (PNUD, 2006). Se diferencia entre jóvenes, pertenecientes a grupos socioeconómicos medios altos, medios y bajos, si son mujeres u hombres y según sub tramos etarios (15-16 años, 17-18 años y 19-25 años).

Pregunta de investigación:

Considerando el problema social elaborado, la pregunta de investigación del presente estudio es: **¿Cuáles son los sentidos que los y las jóvenes nativos digitales elaboran respecto a la experiencia social cotidiana del ocio digital en las Social Media?**

Objetivo general:

Describir y caracterizar **los sentidos que los y las jóvenes nativos digitales elaboran respecto a la experiencia social cotidiana del ocio digital en las Social Media.**

Objetivos específicos:

- Describir y caracterizar los sentidos que los y las jóvenes nativos digitales elaboran respecto a los procesos de resolución de problemas prácticos (estratégicos) implicados en la experiencia social de ocio en las Social Media.
- Describir y caracterizar los sentidos que los y las jóvenes nativos digitales elaboran respecto a los procesos de socialización (integración) implicados en la experiencia social de ocio en las Social Media.
- Describir y caracterizar los sentidos que los y las jóvenes nativos digitales elaboran respecto a los procesos de constitución subjetiva (subjetivación) implicados en la experiencia social de ocio en las Social Media.

IV. DISCUSIÓN TEÓRICA

La pregunta por la experiencia cotidiana de ocio digital en las Social Media, contiene una articulación teórica meritoria de un desarrollo detallado que explique y explicita la mirada tras el objeto sociológico construido.

La discusión teórica se encuentra separada en cuatro momentos. En un primer apartado se presentan las transformaciones sociales contemporáneas que contextualizan el ocio en cuestión. Luego, en un segundo momento, se desarrolla la noción de ocio desde los atributos de una “sociedad de consumidores”. En este mismo apartado, se proponen los rasgos del ocio en general, y los del ocio digital en las Social Media en particular. En un tercer momento, se desarrollan los modos de comprender la Vida Cotidiana, Tecnología y Experiencia Social que explican la relación entre el ocio y el día a día de sus practicantes.

Finalmente, en un cuarto apartado se propone una articulación entre los elementos contextuales del ocio en las Social Media y sus características en torno al concepto de experiencia social, concepto que reconoce la complejidad de la práctica y su estrecha vinculación con su contexto social. Se llegará a plantear que el ocio digital en las Social Media es una experiencia social densa en sentidos provenientes de diversas lógicas y que en conjunto amalgaman una vivencia, con alcances en la Vida Cotidiana de sus usuarios.

Tecnologías de la información y transformaciones sociales: Tiempo y espacio, desanclaje y reflexividad

Ser modernos es encontrarnos en un entorno que nos promete aventuras, poder, alegría, crecimiento, transformación de nosotros y del mundo y que, al mismo tiempo, amenaza con destruir todo lo que tenemos, todo lo que sabemos, todo lo que somos. (Berman, 1995, pág. 1)

El ocio digital debe comprenderse al alero de las transformaciones que caracterizan la sociedad contemporánea (Rojek, 2005). En sus formatos y sentidos mentados emergen atributos de una sociedad que ha experimentado significativos cambios, asociados a un proceso de globalización que despliega redes de relaciones a lo largo del globo (Castells, 1997). A continuación, se profundiza en aquel contexto social de transformaciones,

poniendo atención en la relación entre tiempo y espacio, en un proceso de desanclaje de los proyectos identitarios y de la emergencia de la reflexividad como recurso que resuelve la incertidumbre de los nuevos escenarios.

Al intentar caracterizar las sociedades contemporáneas se pueden reconocer tres rasgos: una separación entre el tiempo y el espacio, un proceso de desanclaje, y una avocación hacia la reflexividad (Giddens, 1990). De la mano de las redes globales de interacción soportadas por las tecnologías de la información, las distancias se acortaron y los tiempos se aceleraron (Ibíd.). En paralelo, las nuevas interconexiones globales situaron en su entramado los procesos sociales locales, desanclándolos de sus anteriores territorios o enclaves. Estas transformaciones desajustaron los consensos sociales previos sobre la vida social, aumentando su carácter de contingente, lo que volvió necesario acudir a la reflexividad como ejercicio permanente de articulación de las prácticas y convenciones sociales (Ibíd.).

La globalización, corresponde al proceso de ampliación de las técnicas de vinculación entre distantes y diferentes contextos sociales o territorios, el cual constituye un entramado de comunicación que intensifica las interacciones sociales globales (Giddens, 1991). Ella, en parte, debe su envergadura a “la revolución tecnológica” acontecida en el último siglo de historia. Autores como M. Castells (1997) llegan a plantear que la globalización en sí misma es una revolución tecnológica sostenida sobre las tecnologías de la información, las cuales estarían modificando nuestras sociedades a ritmos acelerados al conectar territorios distantes en tiempo inmediatos. Estas innovaciones han permitido la configuración de una sociedad de la información, que se estructura a partir de densos tejidos globales de relaciones simultaneas entre un número creciente de receptores y emisores. Interacciones que desafían la relación espacio y tiempo de las sociedades tradicionales, al ofrecer la experiencia de espacios digitales desterritorializados. En palabras de M. Castells (1997), la globalización es la consagración de una sociedad de redes, en donde existen múltiples tramas de transmisión de información a nivel global, y la producción y circulación de información constituye el motor social y económico de las sociedades.

Con la sociedad en red, los espacios y tiempos se han visto drásticamente modificados. “El tiempo se ha reducido debido a la sinergia entre telecomunicaciones y ordenadores y,

simultáneamente, el espacio se ha restringido” (Igarza, 2009, pág. 37). Si bien existe divergencia en el diagnóstico sobre las transformaciones asociadas a la globalización y las nuevas tecnologías mediáticas, tiende a existir consenso en que los ámbitos de la Vida Cotidiana se ven alterados por la nueva relación espacio y tiempo (Bauman, 2006; Giddens, 1990; Castells, 1997). En ese sentido, momentos como el trabajo, el estudio, las relaciones interpersonales y el ocio presentarían nuevos formatos y significaciones.

Ahora bien, la globalización y sus implicancias tienen matices. Los distintos espacios se logran encontrar instantáneamente gracias a las redes que las tecnologías convergentes soportan. No obstante, quienes no logran acceder a la conectividad, se quedan fuera del proceso globalizador (Igarza, 2009)

En términos de desanclaje, la globalización, junto a otros procesos socio históricos, estaría transformando nuestra sociedad en sus dimensiones macros y micros. A nivel macro social, se desdibujan las soberanías de los estados nacionales a cambio de las influencias de las empresas multinacionales u organismos internacionales. En tanto, a nivel micro social, se difuminan las referencias identitarias clásicas vinculadas con la economía y la política a cambio de una proliferación de alternativas constitutivas de identidad que no se encuentra ancladas a un territorio (Garretón, 2000). La globalización, en este sentido, es un proceso paradójico, que por un lado significa la reorganización del poder económico local y multinacional, en tanto, paralelamente, genera condiciones de empoderamiento de los actores dado el tupido entramado de relaciones interdependientes (Martuccelli, 2007).

Por otra parte, las profundas transformaciones han implicado un desajuste entre las nuevas condiciones, atributos de la vida social y las expectativas sociales, desestabilizando las posibilidades humanas de controlar la realidad, mediante su anticipación (Giddens, 1991). El cambio ha aportado incertidumbre que la reflexividad constante intenta disipar. Los cambios desmantelan las expectativas del orden social socializadas en etapas previas de la modernidad, instalando una sensación de imprevisibilidad en cuanto al futuro de la sociedad (Beck, 1998). Ante la impotencia de las instituciones tradicionales para apaciguar la incertidumbre, los individuos adquieren mayor incidencia en el modo de comprender la realidad y a sí mismos, resolviendo así la incertidumbre latente (Beck, 1998).

En la modernidad actual, los agentes cuentan con mayores facultades transformadoras de la vida diaria. Su capacidad de actuar en la Vida Cotidiana, contiene la capacidad de actuar de un modo distinto e intervenir la realidad, modificando una sociedad síntesis de procesos macro y micro sociales que se producen en el actuar de los actores (Giddens, 1995). En este contexto, la experiencia de los actores resultan causa y efecto de los cambios sociales, pues a través de ellos se articulan las nuevas formas de habitar (Martuccelli, 2007).

A partir de lo anterior, el ocio digital en la Social Media se sitúa en una sociedad de cambios, que ha desanclado sus referentes, y le ha asignado a la reflexividad el rol de reconstruir sentidos sociales. En una sociedad a un ritmo acelerado, en donde las distancias físicas entre los espacios comienzan a difuminarse, el ocio digital aparece como una esfera en yuxtaposición con muchas otras, en donde cada cual tiene sus reglas de juego, con sus canchas bien delineadas. Con Internet y sus pantallas móviles y estáticas, las canchas de juego se encuentran, invitando a generar nuevas reglas que resuelvan el encuentro. Las reglas del ocio que garantizan la experiencia intensa de emociones y placeres que sacan a los sujetos de sus rutinas diarias, se encuentran con las reglas de otras instancias cotidianas.

Como se verá, estas transformaciones se engarzan a un aceleramiento de la vida social asociada a un modelo de sociedad caracterizada por su orientación al consumo (Bauman, 2004). La aceleración del tiempo y la reducción de las distancias espaciales han transformado la Vida Cotidiana en un deambular permanente. Física o virtualmente estamos recorriendo distancias, siendo permanentes transeúntes, al ritmo de los actos de consumo (Bauman, 2006).

Consumo, ocio y de ocio digital en las Social Media

“Si solo se poseyera la potencia de hacer algo, pero ninguna potencia de no hacer, entonces se caería en una hiperactividad mortal” (Han, 2012, pág. 59).

El ocio enmarcado en una sociedad de consumidores ha adquirido ciertos rasgos particulares. Pareciera que presenta un nuevo formato y centralidad al insertarse en los acelerados ritmos de consumo y al estar diseñado para satisfacer una búsqueda insaciable

de experiencias placenteras que definan los proyectos identitarios (Igarza, 2009). Este ocio, ahora en un formato digital, es una actividad portable que acompaña a sus actores durante sus Vidas Cotidianas, ofreciendo una experiencia compleja que interpela en múltiples ámbitos (Ibíd.). A continuación se profundiza el argumento propuesto, desarrollando las características de la sociedad contemporánea de consumidores, los rasgos del ocio en general, y los del ocio digital en las Social Media en particular.

El Ocio en una sociedad de consumidores

Los rasgos de la sociedad contemporánea anunciados previamente, para varios autores refieren a un momento particular de la modernidad (Bauman, 2004; Lipovetsky, 2011; Beck, 1998). Tanto la separación entre el tiempo y el espacio, los procesos de desanclaje y el reconocimiento del individuo como agente de reflexividad, se entienden como el resultado de la exageración de las lógicas implícitas en la modernidad (Lipovetsky, 2011). Los procesos de desvanecimiento en el aire de todas las sólidas instituciones heredadas de las sociedades tradicionales, parecen hoy más radicales que antes (Bauman, 2004). Como se propondrá, estas transformaciones depositan en los sujetos mayores cuotas de responsabilidad sobre sus proyectos identitarios, los cuales encuentran en un ocio acomodado al ritmo acelerado y el breve formato de los objetos de consumo, un anclaje (Igarza, 2009).

Si el “espíritu” era “moderno”, lo era en tanto estaba decidido a que la realidad se emancipara de la “mano muerta” de su propia historia... y eso solo podría lograrse derritiendo los sólidos (es decir, según la definición, disolviendo todo aquello que persiste en el tiempo y que es indiferente a su paso e inmune a su fluir). Esa intención requería, a su vez, la “profanación de lo sagrado”: la desautorización y la negación del pasado, y primordialmente de la “tradicición”- es decir, el sedimento y el residuo del pasado en el presente-. (Bauman, 2004, pág. 9)

Este devenir de las sociedades modernas puede diferenciarse en dos momentos o fases distintas, pero continuas. Se puede hablar de una modernidad sólida y otra líquida. La primera fue sólida por presentar resistentes, estables y duraderas instituciones sociales enmarcando y manteniendo las relaciones sociales, mientras que la segunda es líquida por carecer de la estabilidad y firmeza para enlazar a sus individuos en marcos comunes de orientación (Ibíd.). La primera resistía al tiempo, mientras la segunda cambia permanentemente, careciendo de una forma estable. En la segunda, la vida social se licua al ritmo de un tiempo acelerado hasta su límite: la instantaneidad. Sus instituciones y relaciones sociales siguen un ritmo de constante fluidez, inestabilidad y movilidad.

La modernidad aparece disolviendo las instituciones existentes en las sociedades tradicionales. “Las configuraciones, las constelaciones, las estructuras de dependencia e interacción fueron arrojadas en el interior del crisol, para ser fundidas y después remodeladas” (Ibíd. pág. 12). Sin embargo, las viejas pautas fueron remplazadas por nuevas, que pronto se solidificaron como las anteriores. Se instalaron nuevas condiciones de vida –las clases sociales–, que enmarcaban las proyecciones y estrategias de los individuos. Y fue el trabajo el centro articulador y estructurador de esa vida social (Bauman, 2000).

Ahora bien, la lógica moderna de desmantelamiento no se detuvo por mucho tiempo. Asociado a las constantes innovaciones en las tecnologías de la producción que aceleran y modifican sus procesos, a las cada vez más extensivas y móviles comunicaciones globales, (García Canclini, 1995), a “la multiplicidad de gamas y opciones, la hipersegmentación de los mercados, la aceleración del ritmo de lanzamiento de los nuevos productos, la proliferación de la variedad, la hipertrofia del marketing” (Lipovetsky, 2011, pág. 35), la sólida trama social moderna comenzó a desvanecerse al debilitarse los rígidos marcos de referencia modernos: “El poder de licuefacción se ha desplazado del “sistema” a la “sociedad”, de la “política” a las “políticas de vida”... o han descendido del “macronivel” al “micronivel” de la cohabitación social” (Bauman, 2004, pág. 13).

En ese sentido, sociólogos como Z. Bauman (2007), propondrán que el trabajo dejó de ser el centro articulador de la trama social, cediendo su lugar a una práctica que carece de rigidez y estabilidad para orientar las expectativas y proyectos de vida de los sujetos: el

consumo. Contrario a la rigidez de una sociedad estructurada por los procesos productivos, se instaura un modelo de sociedad organizado por la orientación a consumir entre las diversas oportunidades ofrecidas en el mercado. Lo que significa el advenimiento de una sociedad que convierte:

Los deseos, ganas o anhelos humanos en la principal fuerza del consumo y operaciones de la sociedad, una fuerza que coordina la reproducción sistemática, la integración social, la estratificación social y la formación del individuo humano, así como también desempeña un papel preponderante en los procesos individuales y grupales de autoidentificación. (Ibíd. pág. 47)

Con el debilitamiento de las sólidas instituciones que asignaban pertenencias e identidades y la asunción del consumo como alternativa, los marcos de referencia de los actores se debilitan y multiplican, la incertidumbre aumenta, la desorientación se generaliza (Lipovetsky, 2011). Los grupos de pertenencia y la identidad asociada ya no vienen aseguradas, por cuanto los sujetos deben comenzar una búsqueda que se vuelve interminable entre marcos de orientación efímeros y cambiantes (Bauman, 2005). La identidad se vuelve un proyecto endémico de búsqueda entre lazos sociales que deben ir actualizándose. Darle forma a esa identidad requerirá esfuerzo, vigilancia y dedicación permanente (Bauman, 2004).

Este contexto le otorga al sujeto la responsabilidad de constituirse indentitariamente (García Canclini, 1995). El éxito o fracaso de los proyectos individuales caerán en los hombros de los sujetos (Ehrenberg, 2000), a pesar de no existir un equitativo acceso a las diversas oportunidades ofrecidas por el mercado (Baudrillard, 1989). Algunos y algunas pueden elegir entre las diversas oportunidades ofrecidas por el mercado, mientras otros y otras se las arreglan con lo que les alcanzó (Bauman, 2000).

Por lo mismo, se diagnosticará que en la modernidad actual ya no predominan las instituciones panópticas que regulan, controlan y rutinizan las acciones cotidianas, coaccionando la libertad de los individuos (Ibíd.). Más bien, en la sociedad contemporánea la prohibición del “no hacer” de las sociedades panópticas cede su lugar al mandato de

“poder hacer”. Ya no en negativo, sino que en positivo surge una coacción que presiona por hacer uso de la potencialidad que los agentes supuestamente poseen. Los sujetos se enfrentan a la presión de actuar y ante la dificultad de detenerse, de no hacer (Han, 2012). La obligación es a transitar, de un objeto de consumo a otro, de un lugar a otro, de una experiencia a otra. Así, el movimiento se vuelve un rasgo característico de esa sociedad. Los y las individuos se vuelven permanentes transeúntes entre espacios físicos y virtuales en búsqueda de ese hacer que va definiendo en cada acto o consumo sus identidades, pero que al mismo tiempo reproduce la caducidad del marco de referencia elaborado, pues se funda en la promesa de la potencialidad sin límites. El sujeto puede y debe “hacer” sin límites y, en ese sentido, puede hacerse también sin límites. Por lo mismo, “Ya no existen “fronteras naturales” ni lugares evidentes que uno debe ocupar” (Bauman, 2006, pág. 103).

Lo anterior se traduciría en que los sujetos pueden elegir que consumir, pero no pueden elegir dejar de consumir. El mandato sería a consumir un objeto tras otro, mediando entre uno y el otro solo el tiempo de consumo. Guiados por el deseo, los consumidores parecen vivir la cotidianeidad al ritmo de la acelerada satisfacción sucesiva. Apenas se logra satisfacer un deseo, se comienza otro y así sucesivamente (Bauman, 2000). En ese sentido, se dirá que, en la sociedad de consumidores, los compromisos no deben durar más “que el tiempo necesario para consumir el objeto de deseo” (Bauman, 2006, pág. 108). Por lo mismo, los objetos a consumir deben permitir una satisfacción inmediata. En el acto de consumo, el sujeto se apropia de un objeto extinguiéndolo y destruyéndolo durante un lapso acotado de tiempo. El objeto de consumo solo dura hasta que se satisface el deseo (Ibíd.). Por lo que, debe presentar un formato simple y acotado que permita saciar fácil y rápidamente al impaciente y ansioso consumidor, que ya espera el segundo y tercer objeto de deseo.

Por lo mismo, según la propuesta del sociólogo Z. Bauman, el consumo no se orienta a acumular objetos, sino a la satisfacción constante de deseos de las diversas sensaciones nuevas e inéditas: “la regla del juego consumista no es la avidez de obtener y poseer, ni la de acumular riquezas en el sentido material y tangible, sino la emoción de una sensación nueva e inédita” (Ibíd., pág. 108). Por cuanto, el perfil del consumidor ideal es uno hiperactivo, impetuoso, ansioso y sensible a las experiencias breves y simples en venta (Bauman, 2000). La promesa de que siempre algo nuevo se puede consumir mantiene a los

sujetos en un estado de permanente tentación y excitación. En otras palabras, mantiene a los sujetos en una hiperactividad constante. Siempre haciendo o esperando “hacer”.

Ese tránsito permanente entre un objeto de consumo y otro parece impregnar varias esferas de la Vida Cotidiana, entre ellas los momentos de ocio, en su expresión digital en las Social Media. Pues, el ocio en estas tecnologías surge en un formato breve accesible en cualquier momento de las rutinas diarias, constantemente cambiando o “actualizándose”, y no requiere de grandes esfuerzos para disfrutarlo (Igarza, 2009). Asimismo, parece ofrecer posibilidades de articulación de tejidos sociales (Viñals, 2013), que en tanto generados en las lógicas del consumo, presentan una fragilidad que demanda de una dedicación contante a su construcción. En ese sentido, el ocio en las Social Media, se vuelve un recurso más para que los sujetos elaboren sus endémicos proyectos identitarios.

En dicha vorágine, la necesidad no antecede al deseo. Más bien, constituye una excusa artificial de un deseo que debe mantenerse tentado. Así lo entiende bien un mercado que depende de un consumo acelerado para crecer. Así lo asume un modelo económico que crece a la par del consumo sin pausas y que inventa técnicas de seducción que promuevan la búsqueda permanente de objetos de consumo (Baudrillard, 1989; Lipovetsky, 2011). En palabras de Z. Bauman, en el mercado, los proveedores despliegan estrategias para despertar:

El deseo, y para ello deben seducir a los consumidores eventuales, superando a la competencia. Pero una vez logrado su objetivo, deben ceder rápidamente su lugar a otros objetos de deseo para no detener esa búsqueda global de ganancias y más ganancias llamada hoy “crecimiento económico”. (2006, pág. 105)

En la sociedad de consumidores, el mercado cumple una función integradora de la vida social. No obstante, pocos pueden integrarse al ritmo acelerado de consumo propuesto (García Canclini, 1995). El modelo de vida propuesto, se vuelve una presión amparada en la supuesta libertad de los individuos para elegir o en esa supuesta capacidad de hacer y hacerse identitariamente (Ehrenberg, 2000). Quienes cuentan con una posición privilegiada

en la estructura social, podrán ser ciudadanos del mundo acelerado, móvil y líquido, en tanto el resto habitará espacios menos yuxtapuestos, transitará distancias menos lejanas, consumirá lo que alcance. Por lo que algunos y algunas pasan siendo protagonistas de ese mundo, mientras otros y otras son más espectadores de un mundo que les pasa (Bauman, 2006).

Esta sociedad de consumidores amparada en la supuesta libertad de los y las individuos para consumir, no solo invisibiliza y naturaliza las diferencias estructurales en la distribución de condiciones materiales y simbólicas de existencia y las capacidades de incidencia en las directrices del modelo social, político y económico (Baudrillard, 1989). También dificulta el encuentro público de las diferencias que da vida a la política, como instancia de discusión de las distintas maneras de concebir y organizar la vida social (Bauman, 2004). El mercado integra a los consumidores, ofreciéndoles objetos específicos a sus demandas, fragmentando al público en distintos perfiles. De este modo, se impide la necesidad de negociar o consensuar entre perfiles distintos (Lipovetsky, 2011), dado que el mercado se acomodará a las especificidades de cada quien.

Recapitulando, se puede proponer que en la sociedad moderna contemporánea los individuos se encuentran con mayores cuotas de responsabilidad en la definición de sus esquemas de acción y respectivas construcciones identitarias. El mercado, a través de sus diversos objetos de consumo ofrece oportunidades para que los sujetos elaboren esos endémicos proyectos identitarios, con la particularidad de que sus objetos no resisten mucho tiempo, y deben ser remplazados rápidamente por otros, generando un deambular permanente entre objetos de consumo para mantener esos proyectos en curso. También se puede formular, que esas dinámicas han trascendido a las diversas esferas de la Vida Cotidiana (Barroso, 2003), impregnado a los momentos de ocio en las Social Media. Pues, el ocio de dichas plataformas digitales se presenta en un formato breve en extensión y contenido, disponible durante toda la jornada cotidiana para ser consumido, uno tras otro (Igarza, 2009). En ese sentido, también ese ocio resulta un recurso para anclar los proyectos subjetivos (Viñals, 2013).

Hay que acabar con el cliché del zombi desocializado, pegado al ordenador, aislado del mundo, que solo vive en un entorno virtual. Aunque es innegable

que existen estas adicciones, es mucho más realista decir que Internet favorece los encuentros fuera de línea; que permite a los individuos hablarse, contarse cosas, salir a la palestra. Incluso podría revelarse como instrumento que crea lazos de solidaridad entre creyentes dispersos por el mundo. (Lipovetsky, 2011, pág. 56)

El Concepto de Ocio

El tránsito desde la producción al consumo, atribuyó al ocio distintos alcances. En la sociedad de productores el ocio figuraba como la instancia de escape de la rutina laboral, en donde se experimentaban sensaciones intensas que estaban prohibidas en otros espacios. El ocio, era importante pero funcional a la estabilidad del trabajo. Aquí, había momentos estables de escape, como el teatro, el cine, el deporte, entre otros, y eran las posiciones de cada quien en el proceso productivo las que regulaban el acceso a una de esas actividades de ocio (Igarza, 2009). De este modo, del trabajo también dependían estas otras instancias de constitución identitaria. En ese sentido, el ocio, regulado por el trabajo aparecía reproduciendo la sociedad de productores (Ibíd.).

En cambio, en la sociedad de consumidores, la lógica del consumismo se apropia del ocio, asignándole una centralidad inusitada. Las prácticas de ocio dejan de reproducir el orden ya definido por las posiciones en el proceso productivo (Ibíd.), pues las instituciones y relaciones sociales que regulaban esa vida social comienzan a desmantelarse, otorgándole al sujeto mayores responsabilidades en la definición de sus prácticas cotidianas e identidad (Bauman, 2005). Con ello, las prácticas de ocio se vuelven en una instancia predilecta para encontrar un estilo de vida. Así, la práctica de ocio, que sigue ofreciendo intensas emociones des-rutinizadoras, se personaliza, permitiendo satisfacer deseos y expectativas personales. Por lo mismo, aparecen múltiples y diversas formas de satisfacer aquel deseo de entretenimiento (Águila, 2005).

En los párrafos siguientes se profundizan las características del ocio en general, intentando identificar sus rasgos transversales en una sociedad de productores y en otra de

consumidores. Luego, se focaliza la mirada en el ocio desarrollado en plataformas digitales, más integrado al ritmo y formatos de la sociedad de consumidores.

El Ocio como instancia des-rutinizadora de la Vida Cotidiana

La Vida Cotidiana puede ser fragmentada analíticamente en dos momentos diferenciados por sus reglas de acción y repertorios de sentido: rutina y no-rutina (Elias & Dunning, 1992). Al primer fragmento pertenecen aquellas situaciones cotidianas ordenadas por una administración y distribución del tiempo, mientras que el segundo se caracteriza por utilizar caóticamente el tiempo, desordenando toda regla del tiempo rutinario (Agamben, 2007). A este segundo fragmento pertenece el ocio. Así ha sido definido tanto en la modernidad de los productores, como en la de los consumidores.

Por una parte, las lecturas del ocio situadas en las sociedades de productores enfatizan el valor simbólico de distinción social atribuido al acto, y al efecto descompresor de tensiones cotidianas de las sociedades modernas (Elias & Dunning, 1992).

En la interpretación propuesta por T. Veblen sobre el comportamiento de las clases sociales privilegiadas de los Estados Unidos de comienzos del Siglo XX, el ocio es utilizado como una “demostración honorífica de la prepotencia del propietario” (2000, pág. 27). Así como la posesión de riquezas otorgaba prestigio, el despilfarrar tiempo productivo en actividades ociosas insistía en la misma distinción. Quienes poseían riquezas, podían despreocuparse de sus necesidades materiales y disfrutar de momentos de ocio. De este modo, el ocio resultaba un privilegio y una práctica distintiva de un grupo social propietario.

Al uso, principalmente diferenciador, del ocio propuesto por T. Veblen, se puede agregar la lectura más experiencial elaborada por N. Elias y E. Dunning (1992), quienes contextualizan al ocio en el proceso de civilización que caracteriza a las sociedades occidentales, asignándole una función descompresora de represiones y coacciones, que compensa las rígidas normalizaciones de todas las rutinarias esferas de la Vida Cotidiana. Según estos autores, el ocio es un espacio socialmente autorizado y organizado para ser caótico. En ese sentido, el ocio es definido como una acción cotidiana orientada a generar la sensación de relajación y placer, propiciar instancias de innovación o de creatividad o procesos de aprendizaje en sus ejecutantes, sin embargo su rasgo diferenciador es ser un

momento autorizado para vivenciar emociones y sensaciones a una intensidad reprimida en otras instancias cotidianas (Águila, 2005).

Según N. Elias y E. Dunning (1992), el proceso de civilización que envuelve a las sociedades modernas rutiniza la Vida Cotidiana de los sujetos, restringiendo los aspectos irracionales y primarios del ser humano a momentos específicos y acotados de la Vida Cotidiana. En palabras de los autores, “Los estallidos extremos, poderosos y apasionados han sido rebajados por restricciones estructurales internas mantenidas por controles sociales” (Ibíd. pág. 93), relegándolos a momentos específicos, socialmente autorizados. Así la Vida Cotidiana se diferencia internamente entre sus actividades rutinarias y las desrutinarias. Las primeras, operarían en los espacios públicos e incluso privados con rígidos procesos de autocontrol consciente e inconsciente de los sujetos, mientras que los segundos, operan generando aquellas sensaciones intensas, controladas y restringidas por el proceso de racionalización de la Vida Cotidiana generada por el proceso de civilización.

En ese sentido, las rutinas son definidas como:

Los canales recurrentes de acción, impuestos por la interdependencia de unos y otros, y que a su vez imponen sobre el individuo un alto grado de regularidad, constancia y control emocional en la conducta y que bloquean otros canales de acción aun cuando correspondan mejor al estado de ánimo, los sentimientos y las necesidades emocionales del momento. (Ibíd. pág. 125)

En cambio, “el estado de ánimo, los sentimientos y las necesidades emocionales del momento”, si serán determinantes en las instancias de ocio. Orientados principalmente por la voluntad individual, los sujetos pueden desarrollar actividades desprovistas de la certidumbre y seguridad sedimentada por las rutinas. Más bien, en el ocio impera cierta inseguridad y la sensación de que algo imprevisible sucederá, un descontrol que propicia la emergencia de emociones intensas asociadas a un riesgo, una tensión y ansiedad que resultan agradables y placenteras. De este modo, el ocio figura como una alternativa social de escape cotidiano a la rutinización de la vida. En otras palabras, “el ocio constituye un

reducto para el egocentrismo socialmente permitido en un mundo no recreativo que exige e impone el predominio de las actividades centradas en lo otro o los otros” (Ibíd. pág. 134).

Dentro de estas actividades, los autores mencionan a aquellas “pura o principalmente” sociales, que son motivadas por emociones sinceras y cordiales, las “actividades miméticas o de juego” que imitan emociones de la vida real pero en un contexto contralado que permite el disfrute de ella, y actividades recreativas que requieren de poca especialización para su goce. Todas estas actividades tienen en común, la vivencia de emociones negativas para la rutina que en el ocio adquieren afectos placenteros, catárticos e incluso curativos. Por ejemplo, la rabia, alegría o euforia en los espectadores de una competencia deportiva, presentarían efectos positivos y recreativos (Ibíd.).

Por otra parte, el ocio también se diferencia según el nivel de compromiso del cuerpo en la actividad desarrollada. Pues, algunas suponen un compromiso íntegro de sus participantes, demandando que los actores involucren todo su cuerpo, mientras otras actividades requieren de un actor más pasivo. De este modo, en un extremo están las actividades ociosas que requieren para su disfrute a actores protagonistas de la acción, mientras que en el otro polo están las actividades que relegan al actor a un rol de espectador (Ibíd.).

Los autores son enfáticos en insistir que el ocio es un evento social, dado que cuenta con normas sociales. Reglas que, si bien generan caos, igualmente operan delimitando las posibilidades de acción y articulación de sentido tras la acción ociosa (Ibíd.). Pero también son eventos sociales, en el sentido de que siempre refieren a otro, por más solitaria que sea la acción. Siempre, de un modo directo o indirecto, son “comunicaciones recibidas o enviadas por individuos en figuraciones de grupos concretas” (Ibíd. pág. 132).

Lecturas situadas en la sociedad de consumidores centran la discusión sobre la definición del ocio, principalmente, en torno a dos ámbitos. Uno de estos es la libertad de acción y el otro son los efectos transformadores del ocio en la realidad cotidiana. Ambas discusiones se deben entender en continuidad con la definición propuesta por N. Elias y E. Dunning (1992), pues conservan aquel rasgo distintivo asociado a las emociones intensas experimentadas durante el ocio, pero con un énfasis distinto. Énfasis propio de una

sociedad de consumidores que ha situado al ocio como una práctica central en la Vida Cotidiana.

Autores contemporáneos interesados en las prácticas de ocio en la Vida Cotidiana han propuesto como condición del acto, que éste se desarrolle motivado por la voluntad individual. Según ellos, el ocio es un acto libremente ejecutado en donde el actor se encuentra consigo mismo (Munné & Codina, 2002; Stebbins, 2009). Es una instancia autorizada de “egocentrismo” que requiere de la libertad de elegir para acontecer. Ahora bien, para otros autores aquella libertad definitoria del ocio, es una falsa careta de instancias cotidianas reproductoras de un modelo social capitalista en donde el ocio se ve sometido a los formatos y ritmos de procesos sociales estructurales orientados por un modelo de sociedad consumista. (Romo, 2003). Sin embargo, otros dirán que las limitantes materiales de la libertad de elección no impide la sensación expandida en las sociedades contemporáneas de que cada quien es responsable de sus actos. Por cuanto, si bien podrá ser una falsa careta, los actores se sienten libres en el ocio, y aquella sensación es suficiente (Águila, 2005).

Las lecturas más escépticas sobre la libertad de elección, también proponen entender el ocio como una práctica definida por el contexto en que se sitúa, pero que, sin embargo, siempre genera algo imprevisible. En esta línea se dirá que el ocio es una acción socialmente inventada “de acuerdo con las características de sus protagonistas y las condiciones de su entorno” (Barroso, 2003, p. 41). Es decir, la acción de ocio ocurre en un entorno cultural y físico que influye delimitando las posibilidades de acción, y también ocurre en un cuerpo que experimenta la acción, volviéndola significativa e insertándola en los ritmos y procesos de ese cuerpo. No obstante, la práctica presenta rasgos inciertos, que se definen en el encuentro entre el actor, el contexto social y físico (Rojek, 2005).

A aquella imprevisibilidad del momento de ocio, se le atribuyen capacidades creativas de nuevas prácticas, o modos de comprender la realidad (Águila, 2005). De algún modo, se propone reconocer un potencial transformador en el acto de ocio. Asociado a su libertad implícita se espera que el ocio genere, según H. Marcuse, el transformador uso libre de las potencialidades de los sujetos que enfrenten el mundo del trabajo alienante invirtiendo la

relación de dependencia del primero con el segundo (como se cita en Romo, 2003, pág. 786).

Radicalizando el argumento, autores como C. Rojek (2005) proponen interpretar el ocio como un acto político, en donde se representan disputas de poder. Dado que, por una parte, reproduce modos de representar la realidad controlada por grupos de poder específico que controlan las ofertas de ocio. Mientras que, por otra parte, genera procesos de apropiación de las formas y prácticas de ocio que desafían a las ofrecidas por los grupos de poder, propiciando con ello, procesos de identificación e inclusión social (Ibíd.).

Considerando las definiciones propuestas hasta aquí, por ocio se entienden a aquellas actividades desrutinizadoras, voluntariamente desarrolladas para experimentar una sensación placentera a partir de emociones intensas. El ocio es una actividad que involucra íntegramente a un sujeto, generando una vivencia que lo repercute en distintos ámbitos, y a un contexto social y físico que limita las prácticas o se reproduce a través de ellas. Ahora bien, como practica no rutinaria, goza de un caos que favorece instancias de creación que pueden modificar la realidad.

El Ocio en soportes digitales

Desde la mitad del siglo XX, el ocio restringido a ámbitos específicos y limitados, comienza a emigrar hacia otros espacios. Los traslados por las ciudades, el trabajo, la escuela y la universidad comienzan a convivir con momentos de ocio en un formato particular, que adquieren importancia y frecuencia en la Vida Cotidiana (Igarza, 2009). Surge un ocio digital, con rasgos propios, cuya articulación sugiere una redefinición del ocio. A continuación, se presentan las particularidades de la práctica digital en cuestión. Se expondrán las características de su formato, las implicancias para sus usuarios y los rasgos que conserva del ocio tradicional.

En una sociedad donde “la regla del juego consumista no es la avidez de obtener y poseer, ni la de acumular riquezas en el sentido material y tangible, sino la emoción de una sensación nueva e inédita” (Bauman, 2006, pág. 108), el ocio resultará una de las actividades emblemáticas para satisfacer esa búsqueda incierta, ansiosa e interminable de la sensación novedosa. Más cuando, una industria de contenidos ociosos en creciente auge (Viñals, 2013) utiliza Internet, las Social Media y sus pantallas para ofrecer un ocio digital

con un formato acotado fácilmente reemplazable por otro, el siguiente, durante cualquier momento de la Vida Cotidiana (Igarza, 2009).

El ocio en su formato digital, se presenta fragmentado en breves capsulas de tiempo. En una versión más interactiva, personalizada y efímera, Internet, las Social Media y sus pantallas ofrecen múltiples instancias de entretenimiento breves, con contenidos ajustados a tiempos acotados, demandantes de reducidos niveles de concentración por parte del ejecutante, y abierto a que se personalicen sus guiones. Asimismo, son instantes diseñados para convivir con los otros momentos habitados por el espectador. Como afirma el especialista R. Igarza, “el ocio se ha vuelto intersticial” (2009, pág. 12), es decir, el ocio es un instante entre otros dos, que ahora se multiplica en micro pausas reemplazando los descansos o actividades ociosas desrutinizadoras extendidas y planificadas. Por ejemplo, en el trabajo, estas transformaciones se expresan como infinitas micro pausas de ocio que interrumpen el espacio laboral y sus dinámicas, con noticias de sucesos recientes, mensajes de amigos, videos viralizados, imágenes de Instagram, etc.

El contenido de las capsulas de ocio son principalmente la comunicación interpersonal y el entretenimiento, a tal punto relacionadas que resulta forzoso intentar disociarlas (Viñals, 2013) De hecho, una de las actividades sociales ociosas crecientes es el compartir información propia o ajena y las otras prácticas de ocio digital como el consumo de contenido musical o audiovisual, la lectura y la fotografía, tienden a acoplarse al formato breve del intersticio de ocio a experimentar en las Social Media (Igarza, 2009).

Al comparar la definición de ocio propuesta en el apartado anterior, con las particularidades del ocio digital, no solo encontramos un proceso de traducción de las prácticas de ocio tradicionales al lenguaje y formato digital, sino que hay una producción en auge de diversas prácticas ociosas digitales (Viñals, 2013). Las cuales, comienzan a presentar sus propias particularidades, distanciándose en algunos aspectos del ocio definido por N. Elias y E. Dunning (1992) o T. Veblen. (García, López, & Samper, 2012). Las diferencias identificadas, están estrechamente relacionadas a las características de Internet y a la centralidad de las Social Media en las prácticas ociosas digitales. Entre dichas particularidades se encuentran, la extensión de la experiencia de ocio (Igarza, 2009), la

yuxtaposición de momentos cotidianos (García, López, & Samper, 2012), la interactividad, ofrecer anonimato y generar participación (Viñals, Abad, & Aguilar, 2014)

Como se señaló, el ocio digital tiende a presentarse en un formato conciso. La experiencia de ocio se limita a cortos minutos en donde se consumen contenidos fáciles de digerir, y que tienden a sugerir una siguiente capsula de ocio (Igarza, 2009). En ese sentido, pareciera que los momentos de desrutinización identificados por N. Elias y E. Dunning (1992), se acortan a pausas interruptoras de las rutinas cotidianas. La extensión y velocidad en el consumo de la experiencia ociosa generan interrogantes respecto a la intensidad del momento de desrutinización, y sus alcances descompresores de las tensiones cotidianas y los procesos creativos asociados. La experiencia liberadora de los “canales recurrentes de la acción” parece quedar amenazada por un formato breve y fácil de consumir que antes de que termine está ofreciendo otra capsula.

En la misma línea, otra particularidad de esta práctica digital es yuxtaponer el ocio con otros momentos de la Vida Cotidiana (García, López, & Samper, 2012). Con las Social Media potencialmente utilizables en cualquier momento de la Vida Cotidiana, los sujetos pueden interrumpir instancias rutinarias con instantes ociosos o generar la presencia de ambos momentos, cada uno con sus propias reglas de juego. Así, con el ocio digital en las Social Media, la desrutinización estaría intersticialmente interrumpiendo la rutina. Con ello, los sujetos se enfrentan a dos situaciones distintas al mismo tiempo, debiendo lidiar con una supuesta diferencia en los repertorios de sentido de cada situación. Pues, como propone B. Lahire (2004), el actor en cada situación cotidiana utiliza un esquema de sentido apropiado a dicho momento.

Por otra parte, el ocio digital se puede describir como interactivo debido al proceso comunicacional asincrónico y no lineal que supone Internet. Los y las interlocutores deben conectarse al canal, en este caso las Social Media, para recibir, emitir o responder un mensaje. Es decir, los sujetos deben relacionarse con el canal, para recibir o enviar un mensaje.

Por su parte, el ocio digital también se caracteriza por ofrecer la posibilidad de ser anónimas. Los usuarios pueden encubrir sus identidades para desarrollar actividades en espacios públicos digitales sin comprometer su imagen real. Sin embargo, esto último

parece una práctica poco habitual en las Social Media usadas frecuentemente. El uso del anonimato, principalmente se asocia a prácticas llamadas *deviant leisure*³ (Rojek, 2010) o al uso parcial del anonimato que controla ciertos aspectos de la imagen a presentar en las Social Media. Ahora bien, el anonimato posible, que si bien no es muy utilizado, supone a un individuo con control sobre la actividad. No solo pueden controlar los aspectos a exponer en público, también pueden determinar el inicio, pausas, termino de la actividad, e incluso el contenido de ésta (Viñals, Abad, & Aguilar, 2014).

Finalmente, el ocio digital también se caracteriza por favorecer la participación activa del usuario en la actividad de ocio practicada. Con las tecnologías en cuestión, se han multiplicado las instancias de interacción social, permitiendo procesos de coproducción del ocio digital. En él, los individuos pueden participar en la producción de la actividad, volviéndose productores y consumidores al mismo tiempo (García, López, & Samper, 2012).

Ahora bien, el ocio digital no logra desprenderse de rasgos identificados en su versión tradicional. La sensación de libertad, la filtración de condiciones estructurales, y las implicancias individuales y sociales del ocio tradicional, siguen presentándose.

La definición del ocio digital, también supone que éste tiene lugar cuando el actor emprende voluntariamente la actividad placentera. Si bien, la libertad no se puede garantizar, al menos, el ocio debe percibirse como un acto inspirado por la propia voluntad (Viñals, 2013). Y, la libertad no se puede asegurar, debido a que en el uso y la articulación de sentidos tras el ocio digital se siguen reproduciendo diferencias estructurales de género o de clase (Águila, 2005). Esto, a pesar de la ampliación y democratización en el acceso a las plataformas digitales (Hargittai & Hinnant, 2008). Por otra parte, el ocio digital como acto voluntario y de encuentro con otros, se vuelve una instancia más de articulación de una subjetividad y de consolidación y elaboración de lazos sociales (Viñals, 2013). Los ejecutantes de la práctica ociosa, se encuentra con su propia voluntad, su manera de hacer lo que desean hacer, enfrentándose a un espejo de sí mismo. En tanto, ingresan a instancia digitales socializadoras, en donde también se definen los modos de comprenderse a sí

³ *Ocio desviado*. Traducción propia.

mismos, los otros y la realidad. En ese sentido, el ocio digital también se vuelve un acto atravesado por procesos de distribución del poder. En las posibilidades de acciones ociosas a elegir y en la capacidad creativa del ocio digital, el poder aparece nuevamente (Águila, 2005)

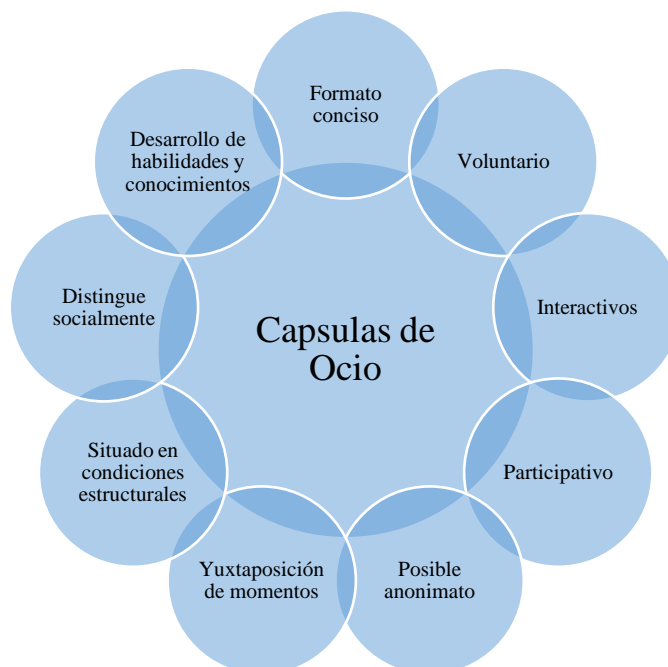
La caracterización del ocio digital aquí propuesta dificulta situarlo en alguna de las categorías del sociólogo norteamericano R. Stebbins (2009), que diferencia entre ocio “serio” y “casual”. El ocio digital, en especial el de las Social Media, más bien resulta una combinación entre un ocio “serio” que requiere un aprendizaje y desarrollo de habilidades previas y otro “casual” que no demanda esfuerzos ni mayores cuotas de concentración. Las prácticas de “ocio serio o sustancial”, son las actividades de ocio que requieren mayor dedicación y compromiso por parte del ejecutante, quien la desarrolla de manera constante y sistemáticamente. En ese sentido, el ocio serio se distingue por requerirle al actor perseverancia, esfuerzo, desarrollo de habilidades, implicación e identificación. Demandas que finalmente generan efectos duraderos (autorrealización, auto enriquecimiento, autoexpresión, renovación, regeneración de la identidad propia, sentimiento de logro, mejora de la imagen personal, interacción social, sensación de pertenencia al grupo etc.) (Stebbins, 2009). Este ocio es el desarrollado en actividades amateur, de voluntariado o hobbies. Por su parte, el “ocio casual” son las actividades de ocio que ofrecen una recompensa inmediata y que no requieren, o requieren muy poco entrenamiento y formación para su disfrute (Ibíd.). Estas son:

Actividades de ocio basadas en el hedonismo o la simple búsqueda del placer y que, a su vez, reportan otra serie de beneficios ligados al fomento de la creatividad, el entretenimiento, el relax, el equilibrio entre el trabajo y el descanso, el cultivo de relaciones interpersonales etc. (Viñals, 2013, pág. 157)

Como se anticipó, el ocio digital puede interpretarse como una combinación de ambas categorías, en algunos ámbitos es serio, en otros es más casual. Las prácticas digitales requieren el despliegue de habilidades y conocimientos, pero al mismo tiempo sus actividades ociosas tienden a ofrecer una satisfacción inmediata, sin mayores esfuerzos ni

sistematicidad (Bryce, 2001). Si bien, dentro del ocio digital hay matices, el formato predominante ofrece satisfacer al consumidor lo más rápido y fácilmente posible.

Esquema I: Ocio en soportes digitales



Fuente: Elaboración propia

Tanto en sus rasgos nuevos como en los conservados, el ocio digital aparece como una práctica que repercute en diversas dimensiones de la Vida Cotidiana de sus protagonistas (Viñals, Abad, & Aguilar, 2014). Por una parte, este tipo de ocio propone una relación espacio temporal, yuxtaponiéndose a cualquier momento cotidiano y vinculando a gente de diversos lugares (Garcia, López, & Samper, 2012). Asimismo, posibilita procesos de desarrollo personal y encuentro consigo mismo, a través del deseo y disfrute del acto, en tanto enlaza a sus usuarios en redes que refuerzan los acervos intersubjetivos, socializándose en normas, roles y pertenencias a grupos sociales (Viñals, Abad, & Aguilar, 2014). Pero también, el ocio digital implica una industria que produce cada vez más especializadas y adaptables instancias de deleite, las cuales además presentan un valor simbólico que representan prestigio y poder (Garcia, López, & Samper, 2012). Dichos alcances sugieren comprender al ocio digital en las Social Media como una experiencia social (Viñals, Abad, & Aguilar, 2014), situada en las dinámicas de la Vida Cotidiana.

Vida Cotidiana, tecnologías y experiencia social

“Desde el punto de vista de los actores no existe un punto central, y en las discusiones corrientes, las disputas no se agotan. Los actores adoptan uno por uno todos los puntos de vista” (Dubet, 2010b, pág. 121).

El problema de investigación construido se sostiene en una comprensión particular de la Vida Cotidiana, la presencia de tecnologías digitales en ella y las acciones sociales. La definición de estos conceptos y la relación que se establece entre ellos, permiten precisar el sentido de la pregunta por los sentidos de la experiencia social de ocio digital en las Social Media en jóvenes nativos digitales.

Los conceptos a desarrollar son: la Vida Cotidiana, las Social Media e Internet como tecnologías y la experiencia social. En un primer momento, se expone el modo en que se entiende la Vida Cotidiana y como una noción de la tecnología situada en la Vida Cotidiana obliga a entender el Internet y las Social Media de un modo particular. En un segundo momento, se profundiza en el concepto de experiencia social. Entendiendo la centralidad de esta última noción, se desarrolla una definición y explicación detallada, abordando cada una de sus dimensiones (las lógicas de acción).

Internet y las Social Media en la Vida Cotidiana

Como se ha propuesto, el ocio digital en las “Social Media” es una práctica inscrita en el día a día de jóvenes usuarios. Como practica situada en la Vida Cotidiana se impregna de dinámicas particulares. Aquí también, las tecnologías digitales adquieren alcances específicos.

La Vida Cotidiana se puede comprender como aquel espacio de encuentro espacial y temporal cotidiano entre sujetos concretos y reales, en donde dialogan dos procesos paralelos: uno de reproducción de la realidad social a partir de sentidos heredados y otro de producción de la realidad social, a partir de sentidos inventados por los sujetos (Heller, 1987). La Vida Cotidiana, vista desde su dimensión reproductora es un conjunto de saberes y prácticas culturales que reproducen la estructura social a través de las acciones de los actores, proveyendo del vínculo social que garantiza la cohesión social y el apaciguamiento

de la resistencia de los sujetos (Ibid.). Sin embargo, las acciones cotidianas que acuden al repertorio de saberes y prácticas culturales comunes, también innovan generando sentidos y acciones distintas a los previamente establecidos, pues los sujetos son agentes activos durante su vivir (De Certeau, 2000; Giddens, 1995). En más, para autores como R. Silverstone (1994), esta dimensión creativa que acontece dentro de la Vida Cotidiana y en relación con la estructura social, es la más importante para definirla. De este modo, en los usos y las prácticas diarias se negocian sentidos en tensión.

La Vida Cotidiana, como espacio de continuidad y permanente ruptura, es una realidad que a todos implica, y lo hace atravesando todos los componentes de la acción:

Así como no hay persona alguna, por insustancial que sea su cotidianidad, que ineludiblemente ésta le absorba, ya que en ambas situaciones, el ser humano participa en y de la Vida Cotidiana con todos los aspectos de su individualidad, su subjetividad y su *socialidad*. (Orellana, 2009, pág. 7)

Sin embargo, el desvanecimiento de la importancia de las instituciones sociales responsables de socializar a los miembros de la sociedad (Touraine, 1997) ha conllevado “una alta diferenciación de esferas de actividad, instituciones, productos culturales y modelos de socialización, y menos estabilidad de las condiciones de socialización” (Lahire, 2004, pág. 42), atentando contra las regularidades en los actos de los y las sujetos. Volviendo cada situación cotidiana en una instancia particular, en donde un actor despliega un repertorio de acción específico a ese momento al asociarlo a alguna pauta u orientación preestablecida. En ese sentido B. Lahire (Ibíd.) dirá que el actor durante diversos procesos de socialización integra un compendio de esquemas de acción que son utilizados en la medida que la situación lo amerite. Según el autor, en cada situación de lo cotidiano, los sujetos al actuar actualizan uno de los esquemas de acción incorporados e inhiben otros, esperando desplegar un comportamiento adecuado a la situación:

La acción (la práctica, el comportamiento...) es, por tanto, el punto de encuentro de las experiencias pasadas individuales – que han sido incorporadas en forma de esquemas de acción (esquemas sensoriomotrices,

esquemas de percepción, evaluación, apreciación, etc.), de hábitos, de maneras (de ver, sentir, decir, hacer) – y de una situación social presente.

(Ibíd., pág. 102)

Así entonces, en el encuentro del sujeto con una situación cotidiana, las experiencias pasadas guardadas a modos de esquemas de acción son utilizadas para articular sentidos y actuar en ese momento. El presente, se descodifica a partir de aquellas experiencias pasadas que sedimentaron esquemas de acción. Con ello, se puede proponer que, durante la Vida Cotidiana, los sujetos emprenden diversas lógicas de acción, cada una circunscrita al encuentro de sus repertorios con la situación que los despierta. Por cuanto, cada situación, entre esas las de ocio, presenta una dinámica específica que posiciona a los actores como protagonistas de la articulación de sentidos a generar, pues estará asociada al pasado de ese actor, y a los esquemas despertados por el encuentro con la situación cotidiana.

Por su parte, tecnologías como Internet y sus Social Media se pueden entender como una hibridez entre un diseño ofrecido y el consumo que los usuarios hacen de él (Silverstone, 1994). En el diseño, las instituciones o empresas fabricantes de las tecnologías intentan transmitir nociones respecto a cómo atribuirle sentidos a la tecnología y cómo utilizarla. Dentro de ésta dimensión del aparato se encuentra el esfuerzo publicitario por transmitir una valoración signo del artefacto, asociada a un valor de uso y de cambio. Por su parte, aquel usuario activo en los procesos de articulación de los sentidos de sus acciones, no se comportará pasivamente recibiendo sin alterar todo lo ofrecido por el mercado. Durante el consumo de las tecnologías, los sujetos se apropian del artefacto, imprimiéndole usos y sentidos propios y específicos a la situación. En palabras de D. Morley, el consumo es un “proceso activo de ingestión, incorporación e indigenización de una variedad de materiales procedentes del mundo externo. En otros términos, es el proceso mediante el cual se personaliza un diseño” (2008, pág. 194).

En la misma línea, se puede proponer comprender a Internet y sus Social Media como una “cultura en sí misma” y como un “artefacto cultural” (Hine, 2004). Vale entender Internet y las Social Media no solo como un modo de transmitir información o “bits” de un ordenador a otro, sino que como un mundo complejo y rico en interacciones sociales

aprehensible a través de los discursos y prácticas digitales desplegadas en su interior (Ibíd.). Es decir, vale entenderlos como una cultura. Sin embargo, reconocerlos como un mundo digital específico, no debe olvidar su estrecha vinculación con el mundo no digital. Si bien, investigaciones han tendido a olvidar dicho nexo entre tecnologías digitales y Vida Cotidiana, por lo que es necesario situar ese mundo digital en su contexto social de uso. Ante tal necesidad, entonces, es pertinente entender a Internet y las Social Media también como “artefactos culturales”, pues con tal noción se alude al ya desarrollado concepto de tecnología como artefactos “cuyas capacidades no vienen dadas intrínsecamente para quienes la adquieren, sino que, más bien, son desarrolladas en un proceso de negociación e interpretación en el contexto específico en que son traídas y en el que son empleadas” (Ibíd. pág. 42).

Tener presente esta distinción analítica de Internet y las Social Media como cultura y artefacto cultural, responde a la problemática ya identificada por M. McLuhan y consignada con su famosa cita: “el medio es el mensaje” (1996, pág. 29). La tecnología es mediadora de las interacciones sociales y como tal, no es neutra. El medio posee lógicas internas que influyen en el mensaje, siendo un momento importante en la cadena comunicativa. En ese sentido, Internet y las Social Media son medio y mensaje, son artefactos elaborados en la mencionada negociación de sentidos, pero también es un espacio cultural con discursos y prácticas sociales internas.

Por cuanto la experiencia de uso, en este caso las prácticas de ocio en las Social Media, articula elementos de ambas dimensiones del fenómeno. Cuando se actúa en la web, se actualizan sentidos inscritos en la lógica del mundo digital, pero contextualizados en la Vida Cotidiana. De esta forma, el acto de ocio digital se vuelve una instancia de actualización de un acervo cultural propio y de redefinición permanente del sentido de la tecnología utilizada y de sus alcances en la Vida Cotidiana (Hine, 2004).

Ahora bien, el ocio digital como práctica cotidiana de negociación de sentidos, puede descodificarse en base a tres paralelos y distintos repertorios de sentido intrincados en la acción. Tal como se propondrá en un apartado teórico posterior, el ocio digital en las Social Media puede comprenderse como una experiencia social.

La experiencia social y sus lógicas de acción

En las prácticas de ocio digital se puede encontrar una experiencia diversa en sus sentidos mentados. Se puede acudir a lógicas que instrumentalizan el ocio para conseguir intereses personales, otras que repiten acervos heredados que le otorgan pertenencia al actor y una, última lógica, que significa el ocio como un momento propio, de encuentro consigo mismo y de diferenciación de los otros. Estos registros paralelos, a veces contradictorios, articulados tras las acciones, en este caso de ocio digital, son constitutivos de una experiencia social.

Aquel enfrentamiento entre representaciones incompatibles del mundo moderno, conceptualizada por M. Weber (1972) como la “guerra de dioses”, hoy parece presentarse en el interior de los actores. Los conflictos de valor diagnosticados por Weber, en las sociedades actuales se han trasladado hacia el interior de los actores, viviéndose como conflictos internos (Dubet, 2010a). Siguiendo con la metáfora de M. Weber, parece que en la Vida Cotidiana ya no se reconcilian aquellos dioses, ni tampoco uno de ellos logra totalizar el sentido de la experiencia. Más bien, los dioses de los actores son varios y conviven en tensión. En palabras de F. Dubet (Ibíd.) en cada experiencia el actor se enfrenta ante la necesidad de actualizar distintas lógicas a la vez, sin darles jerarquía o un centro definitivo.

El concepto de experiencia social refiere a las conductas de actores individuales y colectivos que se rigen por principios heterogéneos y al proceso de articulación de esos diversos sentidos. El concepto de experiencia social intenta aprehender la amplitud, ambigüedad y profundidad de las articulaciones de sentidos entramadas en las acciones. No es un proceso que se acabe en los conceptos de roles, en las posiciones sociales, ni en las acciones instrumentales o estratégicas por separado, más bien intenta agruparlos a todos en un solo concepto (Ibíd.).

Como ya se ha insistido, ante la ausencia de la rigidez de las instituciones sociales responsables de socializar a sus miembros, han surgido múltiples repertorios para significar las acciones (Touraine, 1997). Acciones que enfrentadas a una situación despliegan repertorios de acción incorporados durante sus biografías, que entrañan distintas y paralelas

lógicas de acción. En ese sentido, en la experiencia social no se acude a un único principio orientador, sino que a varios de manera paralela.

Todo sucede como si los actores adoptasen simultáneamente varios puntos de vista, como si su identidad no fuese más que el juego móvil de las identidades sucesivas, como si cada vez el prójimo se definiese de múltiples maneras, aliado y rival, cercano y exótico. (Dubet, 2010a, pág. 14)

La combinatoria de lógicas y principios diversos es percibida por el sujeto como una obra propia, incluso como la realización de su personalidad auténtica y autónoma (Dubet, 2010b). La personalidad, para el actor, no se reduce a los roles que juega en espacios determinados o a los intereses estratégicos que persigue en otros, más bien la personalidad es asumida como causa de las acciones mencionadas. Los actores experimentan una sensación de libertad que se transforma en un desafío y drama por elaborar una personalidad genuina y autónoma. Ser autor de la acción se vuelve una necesidad, que bien puede vivirse con ansiedad, frustración e inquietud permanente (Ehrenberg, 2000).

Paralelamente, ante la ausencia de un centro social determinante de los sentidos, la experiencia social carece de una coherencia total. Aquello admite que los actores no están completamente comprometidos con las lógicas de acción desplegadas, permitiéndose establecer una distancia subjetiva con las orientaciones implicadas en el acto. Dicha distancia, soporta ejercicios de reflexividad y crítica hacia el sistema, la cultura e intereses que inspiran la acción. La distancia reflexiva hacia sus prácticas les permite evaluar, explicar y justificar sus comportamientos y así conseguir cierta autonomía que los constituye en sujetos (Dubet, 2010a). En otras palabras, el mundo del sujeto preexiste a él, y ellos acuden a las diversas lógicas de su mundo, sin sentirse completamente realizados en esas lógicas, pues ellas pertenecen a ese mundo preexistente.

Este desapego, según Dubet (2010b), es transversal a los diversos estratos sociales, por cuanto la condición de dominación o coerción no eliminan por completo dicha reflexividad. Los actores siempre logran constituir una subjetividad. Por lo mismo, la imposibilidad de articular una personalidad genuina y autónoma producto de la dominación social se traduce

en sensaciones de frustración y sufrimiento (Ehrenberg, 2000), pues la construcción de un yo propio implica la “reconstrucción de cierta dignidad” (Dubet, 2010a, pág. 20).

Recapitulando para seguir avanzando, por experiencia social se entiende la:

Combinatoria de lógicas de la acción, lógicas que vinculan al actor a cada una de las dimensiones de un sistema. El actor es llevado a articular lógicas de la acción diferentes, y es la dinámica producida por esta actividad la que constituye la subjetividad del actor y su reflexividad. (Ibíd., pág. 96)

En términos analíticos, aprehender la experiencia social exige distintos ejercicios interpretativos. Primero, se deben identificar las lógicas de acción actualizadas por el actor, luego, establecer la red de relaciones que entablan las diversas lógicas de acción, reconociendo sus tensiones y continuidades. Y finalmente situar esa articulación en un contexto social, es decir, dotar de una contextualización sociológica a esa acción. Esta última etapa analítica contenida en la propuesta de F. Dubet (Ibíd.) y también desarrollada por D. Martuccelli, (2007), es fundamental, y es la que justifica situar la experiencia social de ocio digital en el entramado de la Vida Cotidiana y los rasgos de la sociedad contemporánea.

Las lógicas de la acción de la experiencia social

Siguiendo con la propuesta conceptual del sociólogo F. Dubet (2010a), la experiencia social es el resultado de la combinación de tres lógicas de acción: de estrategia, de integración y de subjetivación. Cada una de ellas, según el autor, se corresponde con uno de los tres grandes tipos de sistema que se yuxtaponen en una sociedad, presentando cada uno sus propias lógicas y espacios. En orden de correspondencia los sistemas son: los de competición, integración y cultural.

En las lógicas de estrategia, se actúa guiado por la consecución de los intereses individuales o colectivos, en un espacio concebido como un mercado. En las lógicas de integración el sujeto busca asegurar sus vínculos de pertenencia a una comunidad. Finalmente, en el sentido de la subjetivación, el actor toma distancia de los roles,

posiciones, intereses y elabora un discurso crítico que le permite constituirse en sujeto (Dubet, 2010b).

En la lógica de acción de estrategia opera una racionalidad instrumental que transforma al individuo, sus conductas y atributos en medios, en capitales.

Las relaciones económicas son paradigmáticas, sin embargo, también en las relaciones no económicas se acude a esta lógica. Por ejemplo, bajo la lógica de la estrategia las acciones pueden apelar a un estatus social, que les entregue “la posibilidad de influir a los demás gracias a los recursos asociados a su posición” (Dubet, 2010a, pág. 108). En este sentido, la identidad poseída gracias al sistema de integración es instrumentalizada. La posición social o los roles, se vuelven medios, capitales. Sin embargo, para que esta lógica de acción pueda operar, requiere que el espacio de competencia este normado por “reglas de juego” que no emanan de la misma competencia, sino que del sistema de integración, siendo entonces, indispensable para la instrumentalización de la acción un mínimo grado de integración garantizadora de condiciones estables de competencia.

Aquí los actores compiten por intereses colectivos o individuales. Las relaciones sociales de estos espacios se definen en términos de esa competencia y los sentidos a desplegar son pragmáticos. Por lo mismo, el ejemplo paradigmático de esta lógica de acción es el mercado y sus componentes. Aquí, los actores compiten por bienes escasos altamente demandados, bajos la regulación de una normativa que establece las condiciones del juego. Y para ello, acuden a objetos con valor simbólico, a fórmulas de transacción, a una economía, etc.

Sin embargo, F. Dubet (Ibíd.) agregará que la metáfora del mercado no es completamente adecuada, pues todas estas acciones competitivas tienen una aspiración de poder, en tanto, pretender influir en el otro. Por cuanto, el juego de competencias es, más bien una lucha de poder, un juego político. Los actores, instrumentalizan su identidad, valores, roles, etc., con tal de capturar el poder necesario para conseguir sus fines.

En esta lógica, la acción es parte de una estrategia para conseguir intereses, que se intercambian por el poder. Trasladando dicho enfoque, se puede pensar que en el ocio digital de las Social Media también se persiguen intereses específicos que reducen la acción

y el medio a un mero instrumento. Ahora bien, la instrumentalización no vacía de contenido al ocio digital, al contrario, instrumentaliza ese contenido.

Por su parte, la lógica de integración refiere a las acciones con un sentido mentado alusivo a los mecanismos de integración que operan en los grupos sociales o en comunidades. Son las acciones que responden a la identidad transmitida durante los procesos de socialización. Aquí, los actores se comportan de acuerdo a la interiorización de valores institucionalizados -roles sociales- (Ibíd.). La acción de los sujetos tematiza en su sentido la pertenencia a un grupo, una posición social y una herencia incorporada. Sus comportamientos se inspiran en las expectativas aprendidas sobre cómo debe ser el prójimo. En este sentido, las prácticas de ocio digital estarán, también, referidos a sentidos comunes y preestablecidos que otorgan reconocimiento y pertenencia social, confirmando el lazo social.

En la lógica de integración es fundamental diferenciar entre el ellos y el nosotros, pues posibilita la referencia a una identidad común; dado que el grupo de pertenencia reproducido y apelado en las lógicas de integración existe en tanto otros son distintos y distantes (Ibíd.). Por lo mismo, en este campo se valoran las conductas diferenciadoras que reafirman la identidad compartida, más que cualesquiera otras.

Por otra parte, en esta lógica los elementos simbólicos compartidos son percibidos en términos exclusivamente valóricos, dándole vida a la moral del grupo. Por cuanto, cualquier amenaza a dicha moral se asume como una ofensa, una herida, una inmoralidad (Ibíd.). Producto de lo mismo, en esta dimensión de la acción los valores, en tanto recursos disponibles para significar la acción, son principalmente interpretados como símbolos de autoridad (Ibíd.).

En momentos en que los cambios sociales amenazan con desorganizar el sistema de integración, las lógicas de integración se hacen más evidentes (Ibíd.). Ante dichas situaciones, los actores tienden a acudir a los valores elementales de sus comunidades, atrincherándose con ellos. Esto resulta interesante a la luz de la incorporación de nuevos formatos digitales de ocio a la Vida Cotidiana, pues bien podría generar desajustes motivadores de actitudes reaccionarias. Bien podría motivar un uso conservador de las tecnologías digitales.

En síntesis, la lógica de integración “trata de una actividad subjetiva constituida por esta economía de la integración en la que los individuos buscan el mantenimiento o el cambio del mundo con el fin de mantener la continuidad de su identidad” (Ibíd., pág. 107).

Finalmente, la tercera lógica combinada en la experiencia social es la de subjetivación. Esta última lógica da cuenta de los procesos de elaboración de un punto de vista propio que no se reduce al de la integración o al de la estrategia, da cuenta de un sentido de la acción elaborado con distancia de los roles e intereses propios del actor (Ibíd.). En términos de la experiencia social del ocio en las Social Media, esta dimensión subjetiva se puede expresar como una orientación a anclar en sus prácticas ociosas sus proyectos identitarios, apropiándose de las tecnologías y sus usos.

F. Dubet (Ibíd.) dirá que no importa si el y la “sujeto” es un mito o una ilusión generada por teorías o ideologías, lo importante es que existe una distancia entre la sociedad y los actores que otorga, a estos últimos, vacíos de sentido a resolver. Bien, los actores y las teorías que intentan explicarlos pueden acudir a representaciones culturales de cómo ser sujeto, sin embargo, ninguno puede escapar a la descentralización de la sociedad, y de la distancia que aquello ha generado entre los actores y la sociedad (Ibíd.). En la lógica de subjetivación los actores se constituyen en sujetos.

El autor agregará que los actores se comprometen con el modo de ser sujeto culturalmente construido, para llenar el espacio dejado por la sociedad, sin importar los malos ratos asociados (Dubet, 2010b). El sistema cultural invita al actor a un proyecto de sujeto imposible de lograr en plenitud. Por lo tanto, el deseo de ser el director general de su vida se enfrenta a los obstáculos que ofrecen las otras lógicas de acción, generando sentimientos de frustración e impotencia en los sujetos (Ehrenberg, 2000). De este modo, la identidad subjetiva de los actores se genera como reacción ante los impedimentos de su plena realización. El sujeto se constituye como tal, al reclamar las facultades para elaborar esa representación social del sujeto autor de una vida, auténtica y única (Dubet, 2010b).

En ésta lógica los sujetos se constituyen aludiendo a normas más universales que las del rol o intereses. Por lo mismo, utilizan esos roles o intereses, los administran, pero inspirados en normas más amplias. En ese sentido, es que Dubet (Ibíd.) diferencia al actor moral de la lógica de integración del sujeto ético de la lógica de subjetivación. Lo anterior

es vivido, como la imposibilidad de la lealtad completa a un Yo, a los pares y a los intereses, en otras palabras; los sujetos se niegan parcialmente. No obstante, la tensión interna a la experiencia social generada por el compromiso con el modelo cultural de sujeto y la resistida desafección a sus propios intereses y roles impide la existencia del Sujeto y el actor en su forma pura (Ibíd.). El sujeto total no existe, ni el actor reducido a sus roles e intereses.

El proyecto subjetivo conlleva una permanente lucha que se vuelve más ardua entre los sujetos en situaciones de dominación más invalidantes. Pues, en sujetos dominados se presentan

Los sentimientos de vivir una vida desprovista de sentido, sentimiento de no ser nunca uno mismo. Impresión de “impotencia”, sentimiento de no ser más que el espectador de la propia vida, temor de ser invisible por sentirse reducido a un cliché. (Dubet, 2010a, pág. 118)

En síntesis, la Vida Cotidiana se constituye a partir de una tensión presente en cada situación cotidiana, en donde el actor y sus repertorios de acción se encuentran con contextos que inhiben algunos esquemas de acción y actualizan otros. En ese encuentro, emanan repertorios de sentido provenientes de diferentes registros, los cuales no son necesariamente coherentes entre sí. A esas dinámicas, las Social Media y su ocio digital no escapan, más bien entran las diversas lógicas de acción tras su uso. En base a ello, como se propondrá en el apartado teórico siguiente, el ocio digital puede ser interpretado como una experiencia social que implica un sentido instrumental que consigue fines del actor, otro integrativo que mantiene y genera lazos sociales y un tercero que facilita los procesos de constitución subjetiva.

Propuesta de articulación: El Ocio Digital en las Social Media como una Experiencia Social

Los rasgos propuestos, tanto los rupturistas como los conservados, sugieren comprender al ocio digital en las Social Media como una experiencia multidimensional, que implica a sus ejecutantes en diversos y profundos ámbitos (Viñals, Abad, & Aguilar, 2014). El ocio

digital es una práctica que comprende una dimensión espacio temporal particular, una dimensión individual, otra social y una última económica (García, López, & Samper, 2012). En palabras más precisas, el ocio digital propone una relación espacio temporal, yuxtaponiéndose a cualquier momento cotidiano y vinculando a gente de diversos lugares (Ibíd.). Asimismo, permite procesos de desarrollo personal y encuentro consigo mismo, a través del deseo y disfrute del acto, en tanto los enlaza en redes que refuerzan los acervos intersubjetivos, socializándose en normas, roles y pertenencias a grupos sociales (Viñals, Abad, & Aguilar, 2014). Pero también, el ocio digital implica una industria que produce cada vez más especializadas y adaptables instancias de deleite, las cuales además presentan un valor simbólico que representan prestigio y poder (García, López, & Samper, 2012).

La multidimensionalidad de la experiencia de ocio digital en las Social Media puede agruparse analíticamente en las tres lógicas de acción ya mencionadas que articulan una experiencia social. Atribuirle esa categoría experiencial a dicho ocio implica reconocerle que su actuación propone un modo de comprender la realidad cotidiana. La realidad termina siendo aquel entramado de sentidos que soportaron la acción que se constituyó en experiencia (Dubet, 2010b). El ocio digital como experiencia, también aporta a definir los modos de interpretar la realidad, aporta a definir cómo se vive la realidad (Rojek, 2010).

Por una parte, al ocio digital en las Social Media y al tradicional se les atribuye ser instrumentalizado por estrategias guiadas por intereses individuales (Igarza, 2009). Aquí el ocio resulta una estrategia para conseguir intereses en disputa. Guiados por una racionalidad instrumental, los actores movilizan sus conductas, atributos y posesiones como capitales a encadenar racionalmente para conseguir un fin, y juzgan en función a sus resultados prácticos esas acciones. En un contexto social con distribuciones desiguales de capitales, el ocio actualiza las “diversas relaciones de acceso a los recursos económicos, jerarquías honoríficas, y otras relaciones de poder” (Rojek, 2005, pág. 17). El prestigio o estatus social asociado al ocio, puede ser uno de esos objetivos. Tal como T. Veblen (2000) lo interpretó, en las clases sociales privilegiadas que demostraban en el despilfarro de su tiempo en el ocio, una señal de distinción social que transmitía la posible despreocupación de algunos respecto a las condiciones de manutención de sus vidas. Quienes no debían trabajar, usaban el ocio como distinción de sus privilegios. En términos más contemporáneos, el ocio inmerso en las lógicas de una sociedad de consumo, replica un

proceso de distinción social. Algunos demuestran ser los consumidores acelerados que construyen sus proyectos de vida endémicos, mientras que a otros no les alcanza (Bauman, 2006). Unos son los protagonistas, mientras otros son más bien espectadores. En términos del ocio digital en las Social Media, unos suben noticias de lo leído, fotografías de lo vivido, videos recordados, mientras otros principalmente, observan y leen lo que otros hacen (Igarza, 2009).

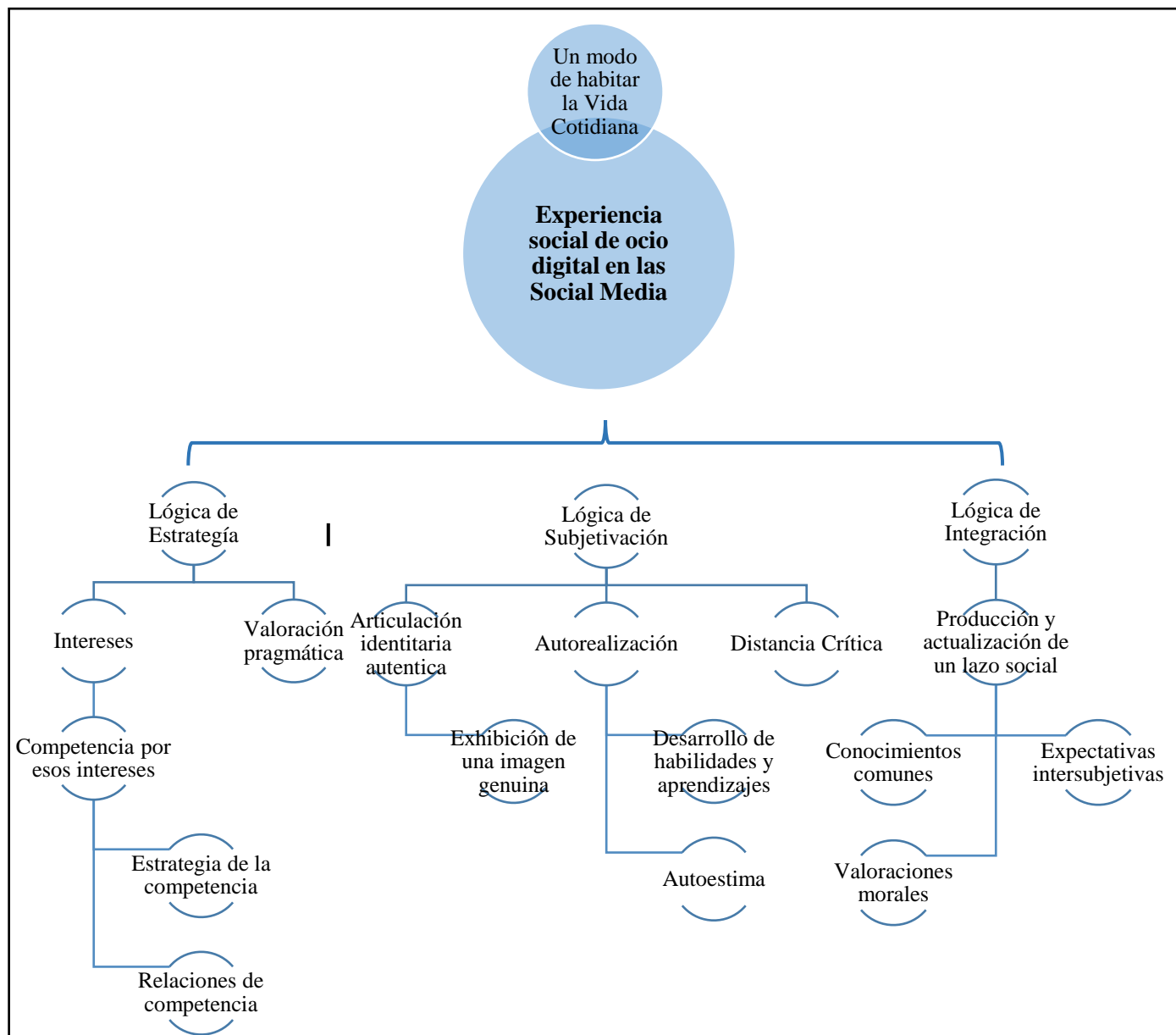
Por una parte, tanto en el ocio tradicional (Elias & Dunning, 1992) como en el digital de las Social Media (Garcia, López, & Samper, 2012), median procesos de socialización de valores y prácticas que le asignan pertenencia a los y las sujetos. Ambos ocios, resultan importantes instancia de integración social, en donde se transmite y actúa un acervo de obligaciones, expectativas y conocimientos informales intersubjetivos que articulan la vida social (Rojek, 2005). En ese sentido, en la emoción intensa y placentera, voluntariamente desarrollada, se emprenden procesos de reproducción de un modo de valorar, significar y actuar que reafirman al grupo social, y la pertenencia de un sujeto a él. Ahora bien, con el ecosistema mediático desplegado a modo de red, el tiempo de ocio digital deja de ser exclusivo del espacio privado, la intimidad u otros momentos específicos del día a día (Igarza, 2009). Con su frecuente presencia, gana un rol protagónico en los procesos de socialización. Los tiempos de ocio en las Social Media, permiten el encuentro y la participación de varios “usuarios” durante diversos instantes del día a día, favoreciendo el establecimiento de lazos sociales que construyen comunidad. En los instantes de ocio digital, los consumidores se encuentran con una industria y su publicidad que promueve ciertas prácticas, así como con sus pares que esperan compartir un instante de ocio (Ibíd.).

En su dimensión más individual, el ocio digital en cuestión y el tradicional ofrecen instancias de articulación de una subjetividad (Águila, 2005). Si bien, no se pueden negar las condicionantes sociales y económicas limitando los usos y significaciones del ocio digital, la supuesta libertad en el acto del ocio posibilita que el actor se encuentre consigo mismo en la actividad que disfruta, al poder generar un concepto de sí mismo, una valorización o estimación de ese concepto, una sensación de realización en la actividad desarrollada y la elaboración de la imagen que desea mostrar a otros (Viñals, 2013; Munné & Codina, 2002). De este modo, en el ocio se encuentra una forma de significarse a sí mismo y al entorno genuina, distanciada de roles, posiciones sociales o intereses

específicos. Aquí, lo importante, es la realización del proyecto privado de constitución subjetiva (Dubet, 2010b). En ese sentido, se puede interpretar la creciente diversidad de ofertas del mercado cada vez más segmentado del ocio digital en las Social Media (Igarza, 2009). El ocio digital en las Social Media, se acopla al sentido subjetivador de la experiencia, ofreciendo prácticas apropiables por el consumidor.

Considerando los rasgos propuestos del ocio en las Social Media, junto con los registros de sentido que el acto conlleva, se puede sostener que por experiencia social de dicho ocio se alude a aquellas prácticas voluntarias desarrolladas en las Social Media, orientadas a generar un momento de distensión y experimentación de sensaciones intensas y placenteras desrutinizadoras. Las cuales presentan correlatos o implicancias en sus actores, ofreciendo alguna utilidad, integración social y articulación de los proyectos subjetivos. También es un ocio caracterizado por un formato encapsulado en breves instantes de conexión dispuestos a ser consumidos en cualquier situación cotidiana, gracias a la expansión y desarrollo de Internet y sus pantallas.

Esquema II: El Ocio Digital en las Social Media como una Experiencia Social



Fuente: Elaboración propia.

V. DISEÑO METODOLÓGICO E INSTRUMENTAL

Abordar el ocio en las Social Media como una experiencia social, implica reconocerlo como una práctica definida por las profundas, paralelas y a veces contradictorias articulaciones de sentido que los sujetos movilizan en él. Situar la acción en esos entramados de sentidos, requiere de un enfoque metodológico cualitativo.

La metodología cualitativa busca comprender los sentidos y las lógicas orientadoras que portan los sujetos respecto a la realidad social. Los sujetos conllevan interpretaciones respecto del mundo que actualizan en cada intervención. Estas interpretaciones contienen sentidos y estructuras o lógicas que organizan esas orientaciones y que dan cuenta de una perspectiva de observación. Esos entramados derivan de la articulación que los sujetos proponen de esquemas compartidos intersubjetivamente.

La metodología cualitativa aspira a identificar las relaciones propuestas por las lógicas y sus sentidos para acceder a la mirada de los otros. El habla de los sujetos será el recurso a decodificar, pues en lo hablado se despliegan las estructuras de interpretación que están orientando las prácticas. En el habla se encuentra “una dimensión estructural (o anafórica) en que el lenguaje se concibe en un nivel de estructura de encadenaciones de significado” (Gainza, 2006, pág. 252). Para comprender esos esquemas de observación que los sujetos proyectan en sus hablas a modo de “sentidos mentados y sentidos comunes”, se deben reconocer y traducir los códigos que estructuran esa perspectiva de la realidad que se habla (Canales, 2006, pág. 19). Finalmente, la búsqueda del enfoque cualitativo es “como posibilitar una reproducción de la comunidad o colectivo de hablantes de una lengua común para su análisis y comprensión” (Ídem.).

En esa línea, abordar la experiencia social de ocio en las Social Media implica comprender el entramado de sentido elaborado por los actores en sus distintas lógicas de acción. Aquí, el ocio resulta una práctica que se define en los sentidos implicados y la estructura de esos sentidos. Resulta una experiencia constituida por sujetos que “fabrican” relaciones, estrategias, significaciones a través de las cuales se constituyen en ellos mismos” (Dubet & Martuccelli, 1998, pág. 15). Además, asumir el ocio como experiencia social implica reconocerle a los sujetos la capacidad de explicar sus acciones. Pues, ellos

tienen incidencia sobre la elección de las lógicas de acción que configuran su experiencia. En ese sentido, cotidianamente los individuos generan acuerdos y arreglos, despliegan sentidos de acción, y son capaces de identificar los motivos de cada actuar (Dubet, 2010b).

Por lo mismo, el presente estudio aborda el habla de los y las jóvenes respecto a sus prácticas de ocio en las Social Media como la expresión de esas fabricaciones a decodificar. Para ello, se utilizaron herramientas de producción de información afines. Los instrumentos de producción de información y las técnicas de análisis de la información aspiran a facilitar la comprensión de dicha experiencia.

Se debe advertir que ciertas decisiones metodológicas se desarrollaron junto al equipo de investigación encargado del proyecto Fondecyt Regular "Convergencia mediático tecnológica y vida cotidiana: Transformaciones socioculturales del Chile contemporáneo". En específico, la técnica de producción de información y la muestra fueron productos diseñados colectivamente para abordar los diversos intereses investigativos del equipo.

Tipo de Estudio (alcance de la investigación)

Preguntarse por la experiencia de ocio digital en las Social Media de los y las jóvenes nativos digitales tiene un alcance exploratorio y descriptivo.

Como señalan R. Hernández, C. Fernández-Collao y P. Babtista, los estudios exploratorios se “realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes” (2006, pág. 101). Si bien, la problemática del ocio en las Social Media se ha abordado por estudios tanto cuantitativos como cualitativos, la ausencia de precedentes que utilicen la noción de experiencia social para abordar esta problemática obliga a mantener aspiraciones exploratorias, que puedan derivar en futuras investigaciones más ambiciosas.

Por otra parte, los estudios con alcance descriptivo buscan “especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Ibíd., pág.102). En función a dicha definición, el presente estudio adquiere alcances descriptivos al proponer una caracterización y descripción de las lógicas de acción entramadas en las prácticas de ocio en las Social Media para acceder a una comprensión de dicha experiencia.

Diseño de investigación

La presente investigación tiene un diseño no experimental y transversal. Su diseño no experimental se debe a la no manipulación deliberada de variables para la realización de la investigación (Hernández, Fernández-Collao, & Babtista, 2006). Más bien, se pretendió recrear contextos naturales en las conversaciones grupales propuestas para producir información. Por su parte, el diseño es transversal dado que se limitó a indagar en la experiencia de ocio en las Social Media en un solo momento, sin realizar un seguimiento de los y las jóvenes analizados (Ibíd.).

Técnicas de producción de información

La técnica de producción de información utilizada fue el Grupo Focal. En términos generales, estas herramientas intentan capturar las concepciones de lo real presentes en los actores, mediante conversaciones y debates que estimulan la expresión de los diversos y a veces contradictorios sentidos mentados (Canales, 2006). Sin embargo, al incorporar el concepto de experiencia social, el grupo focal adquiere alcances especiales, pues intenta fomentar discusiones grupales que desarticulen las coherencias, que evidencien las contradicciones y tensiones de la experiencia. En concordancia con el concepto de experiencia social, la herramienta de producción de información utilizada debe facilitar que “los individuos aporten sus testimonios al mismo tiempo que construyen poco a poco cierta distancia en relación a sí mismos” (Dubet, 2010b, pág. 220).

El diseño del instrumento de producción de información se desarrolló en conjunto al equipo de investigación que participaba del proyecto Fondecyt Regular: "Convergencia mediático tecnológica y Vida Cotidiana: Transformaciones socioculturales del Chile contemporáneo". Por cuanto, la pauta de entrevista finalmente elaborada abordó más ámbitos que los problematizados por el presente estudio. Por lo mismo resulta forzoso intentar una articulación entre la pauta de conversación aplicada y las dimensiones de la experiencia de ocio en las Social Media⁴. Más bien, la problemática social planteada derivó

⁴ En los Anexos se presentan las principales dimensiones de la investigación "Convergencia mediático tecnológica y Vida Cotidiana: Transformaciones socioculturales del Chile contemporáneo" y la pauta de preguntas del Grupo Focal.

del encuentro de nociones compartidas en el equipo de investigación con elementos emergentes en la información producida.

Diseño de Grupo Focal

La técnica de producción de información de carácter grupal llamada Grupo Focal o Focus Group, busca producir los sentidos comunes en donde se fundamenta y expresa lo social a partir de los testimonios y narraciones de una experiencia.

El Grupo Focal consiste en una entrevista grupal, en donde un moderador plantea interrogantes que buscan concentrar el relato de todas las dimensiones de la experiencia de una vivencia. El objetivo principal de la técnica en cuestión, es “reconstruir con el informante investigado todas las perspectivas comprensivas o interpretativas que el sujeto “computó” o supo, como obviedad o explícitamente, al darse la situación o acción investigada.” (Canales, 2006, pág. 279). Es decir, se anhela reconstruir las lógicas de acción de un observador social, a través del relato, explicación y justificación de sus experiencias. (Dubet, 2010b). Se espera en el testimonio y en la narración la recreación de la realidad mentada en torno a la cual se actuó.

En términos operativos, el Grupo Focal consiste en una conversación grupal motivada por preguntas o ámbitos temáticos propuestos por un moderador. Estas preguntas o ámbitos temáticos deben posibilitar la reproducción del sentido dado a las acciones, develando las incongruencias, continuidades y tensiones dentro de la experiencia social. Aquí, el moderador adquiere una participación intermitente o declarada, pues intenta estructurar la conversación desde una pauta de conversación (Valles, 1998).

Muestra

La composición de la muestra es deliberada y guiada por el criterio estructural. Por cuanto, la elección de los sujetos de estudio se guía por criterios concordantes con la problemática de la investigación y dicha selección intenta capturar las distintas posiciones de los sujetos y su vinculación con esa estructura discursiva (Canales, 2006), llamada experiencia social de ocio en las Social Media.

Orientando la composición de la muestra se encuentra el concepto “nativos digitales”, el cual refiere a una generación que nació en un entorno altamente mediatizado por

tecnologías digitales, por cuanto, son quienes desde temprana edad están socializados con las lógicas y prácticas asociadas a las tecnologías digitales. (Presky, 2001; Ayala, 2008). Producto de lo mismo, son jóvenes que presentan habilidades y disposiciones adecuadas para utilizar interactivamente las tecnologías digitales, además cuentan con la capacidad de trabajar en varias tareas de manera paralelas y adecuarse a un ritmo acelerado de acción. (García, 2009). Son jóvenes que despliegan su Vida Cotidiana también en diferentes espacios mediáticos (Viñals, 2013), sobre todo a través de los dispositivos móviles que ofrecen un consumo personalizado, portátil, desterritorializado, extendido, informal, improvisado y social (Viñals, Abad, & Aguilar, 2014).

A nivel operativo, por nativos digitales se entenderá a los jóvenes de entre 15 a 25 años. Ellos son la generación que ha crecido durante la masificación del computador y el Internet, que ha visto nacer y expandirse a las Social Media y son los principales practicantes de ocio en dicha plataformas digitales.

Si bien, puede reconocerse en los y las jóvenes un conjunto de habilidades y orientaciones que facilitan y potencian su uso de Internet, las Social Media y sus soportes, se deben considerar ciertas brechas socioeconómicas, de género y de tramo etario en esos usos y sus articulaciones de sentido. Existen condiciones contextuales que limitan la vocación libre de la práctica ociosa (Hargittai & Hinnant, 2008). Por una parte, se reconocen brechas asociadas a una diferenciación socioeconómica (PNUD, 2006). Esta brecha se expresa en las posibilidades de acceso, el lugar de acceso, la calidad del dispositivo, las habilidades para utilizar las tecnologías, y la posesión de redes de soporte social a actualizar en las Social Media (DiMaggio, Hargittai, Neuman, & Robinson, 2001). Así mismo, algunas diferencias pueden asociarse a la variable de género, pues construcciones sociales de género podrían orientar los usos y sentidos otorgados a esas plataformas digitales (García, López, & Samper, 2012). Por otra parte, a partir de la estrecha relación propuesta entre el ocio en las Social Media y las prácticas cotidianas, se vuelve necesario diferenciar entre las distintas etapas que vivencian los y las Jóvenes (Viñals, Abad, & Aguilar, 2014). En ese sentido, se puede esperar que quienes están comenzando la educación media o saliendo de ella, y quienes ya están trabajando o estudiando en la universidad presentan experiencias sociales de ocio en las Social Media asociadas a esas etapas.

Con la intención de abordar gran parte de la diversidad de experiencias de ocio en las Social Media de los y las jóvenes en la muestra, se establecieron distinciones de grupo socioeconómico, de género y de edad.

Siguiendo la matriz ESOMAR de estratificación por grupo socioeconómico, se diferenció entre jóvenes pertenecientes a los grupos C1-C2, y C3-D. Se excluyó de la muestra a los grupos de los extremos (ABC1 y E) bajo el supuesto de que ambos presentan hábitos de consumo de las tecnologías digitales convergentes y mediáticas demasiado diferente al resto, y la comprensión de la particularidad de esas experiencias requerirían de un abordaje específico, que no necesariamente se vincula con el del presente estudio.

La diferenciación según género estableció grupos focales integrados por hombres y otros integrados por mujeres. En tanto, se separaron a los jóvenes en tres grupos etarios. Uno de 15 a 16 años, otro de 17 a 18 años y un último de 19 a 25 años, propiciando así la separación entre los y las jóvenes que están comenzando la educación media, los que están por terminarla y los que están trabajando o estudiando en la universidad.

La composición de los grupos focales buscó juntar jóvenes con perfiles similares para que en conjunto expresaran los sentidos comunes a los perfiles construidos. Además, la separación propuesta aspiró a facilitar la fluidez de la conversación al apaciguar posibles asimetrías entre jóvenes de distintos estratos socioeconómicos, edades o género.

Buscando abarcar todos los perfiles construidos por los criterios de la muestra, se desarrollaron dieciséis grupos focales. La cantidad de grupos focales resultó suficiente para generar una saturación en los sentidos abordados por la investigación.

La composición de la muestra del trabajo de campo fue:

	Hombres		Mujeres	
	C1-C2	C3-D	C1-C2	C3-D
15-16 años	1	1	1	1
17-18 años	1	1	1	1
19-25 años	2	2	2	2

Ahora bien, debido a imprevistos en el respaldo de las grabaciones de dos Grupos Focales, todos no pudieron ser analizados. No obstante, el análisis de la información producida confirmó la saturación de los discursos en el material analizable.

Finalmente, la muestra del material analizado fue:

	Hombres		Mujeres	
	C1-C2	C3-D	C1-C2	C3-D
15-16 años	1	1	-	1
17-18 años	1	1	1	1
19-25 años	1	2	2	2

Estrategias de Análisis

La información producida durante los grupos focales será sometida a la técnica de análisis de contenido. Dicha técnica propone un método sistemático, objetivo, replicable y valido de análisis que trabaja la información producida como si fueran textos “que leído e interpretado adecuadamente nos abra las puertas al conocimiento de diversos aspectos y fenómenos de la vida social” (Abela, 2002, pág. 1). Es una técnica tendente a:

Explicar y sistematizar el contenido de los mensajes comunicativos de textos, sonidos e imágenes y la expresión de ese contenido con ayuda de indicios cuantificables o no. Todo ello con el objetivo de efectuar deducciones lógicas justificadas concernientes a la fuente – el emisor y su contexto – o eventualmente a sus efectos. (Ibíd. pág. 4)

En términos generales, es una metodología que se distingue por abordar los textos desde los siguiente niveles. Primero, desintegra los textos buscando contenidos manifiestos y latentes. Para ello, asume el texto como una fuente de información explícita intencionalmente transmitida, y otra implícita no necesariamente voluntaria. Luego establece las relaciones explícitas e implícitas entre esos contenidos. Para ello, sitúa esos

contenidos y relaciones en un “con-texto” que entregue antecedentes a esas relaciones permitiendo así su comprensión.

Lo anterior coincide con el abordaje requerido para aprehender el ocio como experiencia social. Primero, se deben identificar las lógicas de acción actualizadas por el actor, luego, establecer la red de relaciones que entablan las diversas lógicas de acción, reconociendo sus tensiones y continuidades. Y finalmente situar esa articulación en un contexto social, es decir, dotar de una contextualización sociológica a esa acción. Esta última etapa analítica contenida en la propuesta de Dubet (2010b) y también desarrollada por Martucelli (2007), es fundamental, y es la que justifica situar la experiencia social de ocio digital en el entramado de la vida cotidiana, diferenciando entre jóvenes de estratos socioeconómicos diferentes, en etapas distintas y con géneros diferentes.

El análisis de contenido, buscará indagar en la experiencia social de uso de las Social Media, y para ello se concentrará en identificar las lógicas de acción seleccionadas por los actores, la red de relaciones establecidas entre las distintas lógicas, las tensiones y contradicciones de tal articulación y, finalmente, la vinculación de esa experiencia social con el contexto social de uso de la tecnología.

El problema sociológico construido en el presente estudio se puede fragmentar en dimensiones y categorías que orientan el análisis de contenido. Las categorías de análisis generadas son el resultado de la integración de una mirada deductiva que identificó en las discusiones teóricas dimensiones que establecieran relaciones y las dotaran de contenido, junto a una mirada inductiva que complementó esos esquemas, llegando incluso a proponer nociones que modificaron las estructuras teóricas previamente construidas.

Las unidades de registro fueron elaboradas a partir de las categorías de las lógicas de acción de la experiencia social de ocio en las Social Media. Estas correspondieron a los fragmentos de texto con contenidos asociados a dichas categorías de análisis. Por su parte, las unidades de contexto correspondieron a porciones de textos más amplias que las unidades de registro, las cuales ofrecían una articulación de las categorías de la experiencia social, entregando luces respecto a cómo se relacionan las diversas lógicas de acción.

Operacionalización de conceptos

El análisis efectuado se organizó en función a una operacionalización de la articulación conceptual: La experiencia social de Ocio digital en las Social Media. La estructura analítica construida deriva de un proceso deductivo de revisión teóricas, junto a un proceso inductivo de lectura de la información producida. De este segundo proceso emanaron categorías emergentes que modificaron y complementaron la estructura analítica construida desde las teorías.

Operacionalización de Experiencia Social de Ocio en las Social Media (SM)

El ocio en las Social Media se entiende como una práctica voluntaria, orientada a generar sensaciones y emociones prohibidas en espacios rutinarios de la Vida Cotidiana, a través de interacciones interpersonales mediadas. Es una experiencia breve en extensión de tiempo y contenido que implica a sus actores en diversos ámbitos. Guiados por las lógicas de acción de la experiencia social se propone un definición operacional de dichos ámbitos.

Lógica de estrategias: Corresponde a los sentidos mentados que instrumentalizan la acción para alcanzar intereses determinados y a las valoraciones que juzgan la práctica desde sus rendimientos prácticos. Entre los intereses, se contemplan los asociados a interrumpir las rutinas, generar entretenimiento, propiciar el encuentro con otros y conseguir estatus. Respecto de este último, se profundiza en las estrategias desplegadas para alcanzar ese reconocimiento y los rendimientos dados al estatus.

Dimensiones	Subdimensiones	Códigos	Subcódigos
Lógica de acción de estrategia: Utilidad del ocio digital en las SM:	Intereses perseguidos en el ocio digital en las SM	Interrumpir la rutina cotidiana	
		Experimentar entretenimiento	
		Encontrarse con otros	
		Conseguir estatus	
		Usos del estatus	
	Valoración pragmática del	Permanente	

	Ocio en las SM	disponibilidad del Ocio en las SM	
		Un ocio fácil de practicar	
		Un ocio accesible	

Lógica de Integración: alude a los sentidos mentados de las acciones de ocio digital en las Social Media y los rendimientos de éstas en función a un grupo de pertenencia, a una posición social, a tradiciones a valores institucionalizados. Aquí, se consideran las acciones orientadas a propiciar el encuentro con los pares, en donde se producen o actualizan aspectos en común, como información compartida o una memoria colectiva sobre eventos mediáticos.

También se contemplan los modos de participación en esos encuentros. Como espectador de los contenidos publicados por otros, se conoce a sus pares y las coyunturas mediáticas que van configurando los contenidos en circulación dentro de los grupos integrados. En tanto, como productor exhibe una imagen propia a través de los contenidos publicados y sus soportes tecnológicos.

A ésta lógica también pertenecen los sentidos que aluden a las reglas de uso del ocio en las Social Media, tanto respecto a los contenidos que son publicables y no publicables, como los momentos de la Vida Cotidiana adecuados y no adecuados para su uso. Del mismo modo, se considera la transición hacia una regulación menos tensionada con la presencia del ocio en las Social Media en otros momentos cotidianos.

Finalmente, a ésta lógica pertenecen los juicios morales propuestos por los y las jóvenes respecto al ocio en las Social Media.

Dimensiones	Subdimensiones	Códigos	Subcódigos
Lógica de acción de Integración: Generación y actualización de lazos sociales en el ocio en las SM:	Encuentro con pares	Información compartida	
		Actualización de una memoria mediática	

		común	
Participación en grupos de pares	Espectador del contenido publicado		Sobre un otro
			Sobre las coyunturas
	Productor de contenido		Publicación de una imagen propia
			Disponibilidad de contenidos y soportes
Regulación del uso del Ocio en SM		Contenidos publicables en las SM	
		Momentos adecuados para el ocio en las SM	
		Contenidos No publicables en las SM	
		Momentos No adecuados para el ocio en las SM	
		Transición de las reglas de uso del ocio en las SM	
Juicios Morales del Ocio en SM		Actividad superflua	
		Actividad no productiva	
		No requiere esfuerzo físico o mental	
		Interrumpe encuentros cara a cara	

Lógicas de Subjetivación: Agrupa a los sentidos mentados sobre las prácticas de ocio en las Social Media y los rendimientos de éstas elaborados en función de la construcción de

una subjetividad propia, única y auténtica. A ésta lógica pertenecen los esfuerzos por construir una imagen autentica del sujeto mediante la exhibición de sus prácticas y gustos en las Social Media. Asimismo, contempla los procesos de autorrealización permitidos por la apropiación de los soportes de las Social Media y el desarrollo de habilidades y aprendizajes debido a las prácticas ociosas digitales.

Aquí también se consideran las distancias críticas respecto a las otras lógicas de acción, en donde se cuestiona la veracidad de la información que circula en las Social Media, las dificultades para sentirse identificados en contenidos estandarizados, el cuestionamiento de una necesidad de ocio percibida como artificial, y los obstáculos percibidos en el ocio en las Social Media para desarrollar sus proyectos subjetivos.

Dimensiones	Subdimensiones	Códigos	Subcódigos		
Lógica de acción de subjetivación: Alcances subjetivos del ocio digital en las SM	Autenticidad del sujeto	Exhibición de las prácticas y gustos distintivos			
	Autorrealización del sujeto	Apropiación de los soportes y las SM			
		Desarrollo de habilidades y aprendizajes			
	Distancia critica del sujeto	Cuestionamiento de la veracidad de la información			
		Contenido estandarizado			
		Necesidades inventadas			
		Obstáculos en el proyecto subjetivo	Voluntad amenazada		
	Contenidos estandarizados				

VI. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN: Sentidos del ocio digital en las Social Media de los y las jóvenes nativos digitales

El ocio digital en las Social Media, conceptualizado como una experiencia de emociones y placeres intensos que interrumpen la rutina cotidiana, se puede descomponer en tres dimensiones o lógicas de sentido. Como se ha señalado, se puede aspirar a desintegrar la experiencia del ocio digital en articulaciones de sentidos que instrumentalizan la práctica como medio para resolver necesidades concretas, que repiten y actualizan los modos compartidos de comprender y actuar que configuran los lazos sociales, y que proponen una elaboración genuina y auténtica de sentido en donde los actores encuentran su particularidad.

A continuación, se presenta en detalle una revisión analítica del discurso de los y las jóvenes nativos digitales, respecto a esa breve práctica ociosa en las Social Media que interrumpe las prácticas rutinarias. El presente análisis avanza identificando los sentidos pertenecientes a los tres ámbitos propuestos, no obstante, también aborda articulaciones transversales a la experiencia en cuestión. Se sugiere tener siempre presente que las lógicas de acción están en diálogo, por más que a ratos sean contradictorias entre sí.

La utilidad del Ocio Digital en las Social Media: Lógica de acción de estrategia

En el relato de los y las jóvenes sobre sus prácticas de ocio digital en las Social Media se puede reconocer una articulación de sentido propia de la lógica estratégica. En este modo de mentar las prácticas se encuentra una articulación de sentido medio-fin y una evaluación pragmática centrada en los rendimientos del ocio digital para resolver necesidades específicas. La pregunta que orienta esta lógica de acción será ¿para qué me sirve el ocio digital en las Social Media?

“Como que igual es una herramienta para nosotros, onda no es que nosotros seamos herramientas de los creadores porque utilizamos su tecnología, sino que nosotros también podemos darle un uso” (Mujer, 19-25 años, C3-D).

La respuesta a dicha interrogante, a desarrollar en detalle en los párrafos siguientes, parte del reconocimiento del ocio digital como una actividad planeada para generar una

entretenimiento. Al mismo tiempo, es una entretenimiento que surge cuando se conectan o encuentran con otros en las plataformas digitales. No obstante, también los atributos y conducta de los usuarios junto con las normas y herramientas de las plataformas digitales son instrumentalizadas para generar otros rendimientos, como el de reconocimiento simbólico de un estatus. Aquí las prácticas se evalúan en función a sus resultados concretos, motivando una apreciación positiva del ocio digital, las Social Media y sus soportes tecnológicos.

Respecto al uso ocioso de las Social Media comentan:

No sé si es sinónimo de relajación, pero sí de distensión, hacer algo distinto porque yo trabajo con reclamos, todo el día (exclamaciones de sufrimiento de todas) reclamos, reclamos SERNAC. Es súper estresante porque ya estar viendo que pasó, no sé, resolviendo casos, dando respuesta. Entonces es como ah, Facebook, que bonita la foto, como que “Me Gusta”, que entretenido. (Mujer, 19-25 años, C3-D)

Una primera aproximación desde una elaboración estratégica del ocio digital en las Social Media lo tematiza como un acto intencionalmente ejecutado para conseguir una entretenimiento que interrumpa la actividad rutinaria, acompañe encuentros sociales, llene momentos “muertos”, o soporte el ocio en situaciones cotidianas apartados para ello. Según los y las jóvenes investigados, la práctica de ocio digital cumple el objetivo de interrumpir los espacios cotidianos rutinarios, como la universidad, la escuela o trabajo, ofreciendo una experiencia de entretenimiento. Así también, acompaña los tiempos “muertos” o “de nada”, dando la posibilidad de hacer algo en ese momento en que no se tiene “nada que hacer”, o bien, complementa encuentro sociales cara a cara con prácticas de ocio digital que se realizan en conjunto, como compartir un muro, video, meme, etc. Por otra parte, los y las jóvenes también acuden al ocio digital en situaciones cotidianas exclusivamente dedicadas para ello. No con fines de interrumpir alguna actividad rutinaria, sino que para entregarse por largo tiempo al acto ocioso digital, revisando detalladamente el muro de Facebook,

participando activamente de las conversaciones de WhatsApp, compartiendo información, editando fotos a subir, etc.

Sobre las interrupciones en las rutinas diarias comentan: “Es como ya hace esto, pero estai así como “oh me hablaron”. Ah ya y ahora, no sé, estiro la sábana, “oh me hablaron”, ya después la frazada y no sé, haciendo una cama” (Mujer, 19-25 años, C1-C2). Otra joven comentó sobre el uso del ocio digital en momentos carentes de actividades: “Más que nada es el hecho de... uno de repente puede estar aburrido sin nada que hacer y buscai cuestiones y ves” (Mujer, 19-25 años, C1-C2). Y sobre el uso del ocio digital en momentos de encuentro, una joven compartió: “O sea, y me he juntado con mis, por ejemplo, con los amigos de mi pololo. Y de repente no sé po, se ponen a ver videos” (Mujer, 17-18 años, C1-C2).

Aquel objetivo declarado de entretención es difícil de separar de otro: el compartir.

Un joven comento: “Sirve para mantener relaciones con la gente en general, o sea, con los amigos uno comparte las tallas, muchos tienen muchos grupos en WhatsApp y algunas tallas van para un grupo, otras, van para otro” (Hombre, 19-25 años, C1-C2).

Cada conexión al ocio digital, remite a prácticas de encuentro con otros. Tanto al producir o subir información a las plataformas digitales, como al consumir la que otros han compartido, el acto de ocio depende de otro. Del contacto que subió o envió la información, u otro que revisará lo que se publique. Los y las jóvenes así lo significan. Ellos son claros al señalar que buscan en el compartir un momento de entretención: “Es que si no fuera por la entretención no tendría sentido conversar, encuentro yo” (Hombre, 19-25 años, C1-C2).

Por lo mismo, algunos/as jóvenes incluso reconocerán que utilizan el ocio digital como una estrategia para conseguir compañía, pues encuentran en sus plataformas a sus cercanos en interés o afecto que no siempre están cerca en términos físicos. Así, lo sostiene una joven que encontró con quien compartir sus intereses en las redes digitales:

Me gusta el animé y me meto a un foro de animé y conozco a gente de todo el mundo que le encanta el animé y todos practicamos japonés juntos. Y

quizás no estemos al lado, pero como que filo, uno se siente acompañado con gente que comparte tus intereses en el fondo. (Mujer, 19-25 años, C3-D)

Otra entrevistada agrega: “como que siento que uno [al no disponer de las Social Media] se podría sentir un poco más sola porque al estar conectado todo el rato igual estai como acompañado. Sabí que sacai el celular y tení a todo el mundo a tu disposición” (Mujer, 19-25 años, C1-C2).

Desde esa misma lógica medio-fin los y las jóvenes, además elaboran una valoración positiva del ocio digital y sus soportes. Un joven señala: “Todo lo tenemos al alcance de la mano tan rápidamente” (Hombre, 19-25 años, C1-C2).

Otra joven agrega:

Además, no sé, por ejemplo, pucha igual esto es como impersonal pero, no sé, de repente mi hija está como inquieta agarro onda videos en YouTube, onda canciones tranquilizantes de guagua y funciona. Yo se las pongo y como que se queda ahí de repente o no sé, onda juegos estimulantes, entonces, pucha, me salen como ejemplos de juegos para estimular a las guaguas. (Mujer, 19-25 años, C3-D)

Aprecian la permanente disponibilidad de aquellos instantes de ocio permitidos por la continua presencia de soportes de Internet en sus vidas cotidianas. Asimismo, valoran positivamente la facilidad del acceso a las prácticas de ocio digital gracias a los bajos costos asociados a la compra de los soportes y mantención de una conectividad móvil a Internet y a la simpleza de las plataformas digitales: “Entonces igual es útil, te simplifica la vida, gastai menos tiempo” (Mujer, 19-25 años, C1-C2). En tanto, otro complementa:

Pero hay gente que... que puede estar aburrido en la casa y llama a otro amigo que tiene Line y se ponen a hablar, pueden estar hablando horas y no

te va a salir nada. Ni siquiera vas a gastar plata. O mensajear también.

Entonces es más cómodo, es más práctico. (Hombre, 19-25 años, C3-D)

Ahora bien, los problemas que resuelven las diversas plataformas digitales son distintos. Los y las jóvenes definen con claridad las fronteras entre ellos. Por ejemplo, WhatsApp y Facebook son utilizados para distintos fines. Los y las jóvenes así los diferencian: “Igual es bien distinto WhatsApp que Facebook. WhatsApp es para comunicarse y te podí mandar cosas entre tus amigos. Y Facebook es como publicar tu vida, como que todo el mundo diga lo que hizo” (Hombre, 19-25 años, C1-C2).

Más que nada, yo igual tengo Facebook hace tiempo, y más que nada se utilizaba para poner estados y para subir fotos y para conversar hartito con la gente. Y ahora que llegó WhatsApp lo reemplazó. Obviamente yo no... por ejemplo alguien no puede ver mi historial de fotos, pero obviamente se conversa más que nada por eso [WhatsApp]. Porque ocupa menos batería, menos Internet. (Hombre, 19-25 años, C1-C2)

Según los entrevistados, WhatsApp es una plataforma de interacción con contactos específicos y cercanos, mientras que Facebook permite comunicarse con un público más amplio, en donde puede encontrarse a personas que no tienen una relación afectiva y de confianza cercana con el exhibidor de contenido.

En esa exhibición de un perfil en Facebook, los y las jóvenes usuarios encuentran otro uso estratégico del ocio digital al instrumentalizar los alcances del “Me Gusta”:

Si tú erí alguien como conocido, famoso en las redes sociales que tiene como, no sé, buenas fotos o hartos likes como que te genera ese atractivo en la de cómo eres como persona, sino también quién es en las redes sociales como que es un plus, como que es un complemento. Porque es un hueón

bacán en las redes sociales, aparte de ser una persona que puede que no sea tan bacán, pero como que te suma. (Mujer, 19-25 años, C1-C2)

Un joven agrega: “Que ahora lo que se busca es que sean conocidos por todos. Subir una foto y que todos conozcan, que te miren y que digan, este hueón subió una foto, tiene mil likes y es terrible de rico” (Hombre, 19-25 años, C1-C2). Engarzado a dicho sentido, otro joven comenta: “¿A quién no le gustaría tener más likes?” (Hombre, 19-25 años, C3-D).

Los y las jóvenes asumen el “Me Gusta” como una herramienta del juego que puede ser utilizado como símbolo de distinción, por cuanto tienden a proponer tácticas para su obtención diseñadas a partir de los sentidos que condensa aquel reconocimiento. El “Me Gusta” reporta un prestigio percibido independiente de lo que sucede fuera de las plataformas digitales, que según algunas declaraciones cuenta con criterios propios y aislados del contexto material del usuario distinguido por gustar: “Tiene que ser un video que no sé po, que vende. Tiene que vender algo como para compartirlo y que todo el resto lo vea y se siga compartiendo y se haga un círculo a nivel mundial po” (Hombre, 17-18 años, C3-D). Existe la impresión de que, en las Social Media, el prestigio o estatus funciona bajo reglas aisladas de otros factores sociales. Al parecer, según las y los jóvenes, solo basta con tener la sensibilidad para identificar aquello que gustará, aquello que se venderá a cambio del reconocimiento: “Sí, porque da lo mismo quién esté detrás del computador, mientras tenga 20 mil likes, da lo mismo” (Hombre, 19-25 años, C1-C2).

De ese modo, algunos contactos o amigos cuentan con un prestigio y reconocimiento superior a las de otros, pues sus publicaciones reciben la constante aprobación de sus círculos sociales. Ahora bien, gran parte de lo sometido al juicio del “Me Gusta” son las actividades cotidianas de los usuarios. Una joven comenta sobre qué es lo exhibido a sus contactos

Yo tenía nada más Facebook por subir fotos porque me gusta mucho sacar fotos, entonces nada “aquí con mis amigos”, nada acá “viendo esto”. Era como para compartir con la gente que le interesa. Lo que me interesa o mis momentos. Más que nada por eso lo ocupaba. (Mujer, 17-18 años, C1-C2)

Tal como comentan los y las jóvenes, en los usos ociosos de Facebook se publican recurrentemente las actividades cotidianas, sometiendo sus propias acciones a la aprobación de los pares, expandiendo el reconocimiento del “Me Gusta” o la de la ausencia del “Me Gusta” a una valoración de sus propias vidas. Así, el “Me Gusta” les genera un prestigio que trasciende el momento de ocio digital en las redes:

Tal vez antes la aceptación era, no sé, llegar a un grupo de amigos, que tu caerai bien, que no sé fuerai agradable, etc. ahora es a través de tu contenido, de lo que tú tení o lo que tú reflejai en las redes sociales.
(Hombre, 19-25 años, C1-C2)

Como ejercicio analítico se puede polarizar los alcances del uso estratégico del “Me gusta” proponiendo dos tipos de usuarios de las plataformas de ocio digital. Unos, protagonistas de las Social Media, productores constantes de contenido atractivo que relatan sus actividades cotidianas a contactos dispersos espacialmente. Mientras que otros, más espectadores de lo que otros publican, cuentan con menos que exhibir y someter a aprobación, y disponen de contactos menos dispersos y distantes físicamente.

Considerando lo planteado, en las significaciones del ocio digital elaboradas por los y las jóvenes, se encuentra una articulación instrumental de la práctica, que principalmente busca vivir un momento de entretenimiento que desconecte de las actividades rutinarias a través del encuentro con sus cercanos y amigos. En ese sentido, el ocio digital en las Social Media, resulta una práctica orientada al compartir con otros, a mantener lazos sociales existentes con el video compartido, el chiste posteado, la foto comentada, etc. Además, aquí la racionalidad instrumental transforma al usuario, sus conductas y atributos en medios para conseguir otros intereses, como el de estatus. Utilizan las herramientas de las plataformas digitales, para conseguir reconocimiento y prestigio junto a la entretenimiento, produciendo procesos de diferenciación en las prácticas de ocio digital.

Reafirmación y actualización del lazo social: Lógica de acción integrativa

“-Ahora el que no está conectado en verdad (...) No es nadie.
- No sé si es nadie, sólo que es muy difícil ubicarlo” (Hombre,
19-25 años, C3-D).

En los sentidos y actos articulados por los y las jóvenes respecto al ocio digital en las Social Media, también se puede identificar una lógica de sentido que actualiza modos de valorar, significar y actuar consensuados socialmente, reproduciendo con ello los elementos que definen a los grupos sociales y la pertenencia a ellos (Dubet, 2010a). Es decir, en las prácticas de ocio digital en las Social Media los y las jóvenes emprenden lógicas de acción integrativas que aseguran el lazo de los participantes, perpetuando una identidad común, en tanto constituyen un ejercicio que actualiza repertorios de sentido que insisten en la continuidad de aquello compartido, son repertorios de significación emanados de esa comprensión consensuada de la realidad (Viñals, 2013).

Como se argumentará en detalle, los y las jóvenes desarrollan en el encuentro ocioso un proceso de reconocimiento y actualización de aquello que tienen en común, confirmando sus pertenencias, roles y modos comunes de significar la realidad. A esos espacios, las y los usuarios se integran con distintos grados de participación. Algunos son más productores de contenido y otros son más espectadores del contenido compartido en las Social Media. Ahora bien, para ambos tipos de usuarios, el ocio digital en cuestión tensiona los consensos sociales respecto a cómo habitar las situaciones cotidianas, pues propone una simultaneidad de las mismas relativamente nueva. A esa tensión los y las jóvenes responden con valoraciones que defienden los modos heredados de actuar y significar las prácticas, pero que van transando con el nuevo intruso. A continuación, el análisis que sustenta el argumento propuesto.

Una joven comenta cómo sería la vida social sin tecnologías como las Social Media:

No sé, yo creo que todo se verían más, todos se buscarían más para hablar porque si no hay un modo de hablarle. Teni que buscar a las personas. Pero, si solo a mí, estaría perdida porque todos estarían conectados menos yo.
(Mujer, 19-25 años, C1-C2)

Como ya fue advertido en la dimensión estratégica, durante los momentos de ocio digital los jóvenes principalmente se conectan para encontrarse con sus pares. Se conectan con sus pares en intereses o afectos para compartir sobre sus vidas cotidianas, gustos e intereses. En aquellas conexiones se encuentran con sus similares, reafirmando aquello que tienen en común, asegurando así el lazo que los constituye como grupo y le da un lugar a cada integrante. Un ejemplo de aquel ejercicio integrador, lo expone una joven entrevistada:

Yo tengo un grupo con mis amigas del colegio que se llama Copuchas, no me acuerdo que más. Claro, la típica, entonces es como, ah mira a no sé quién, no se po', congeló la carrera tiene depresión, no sé, como que vamos comentando de nuestras compañeras. (Mujer, 19-25 años, C3-D)

El entretenido ejercicio de informar, comentar y enterarse sobre la vida de su antigua compañera, parece actualizar aquel grupo curso que alguna vez formaron en la escuela, dándole vigencia a aquello que tienen en común todas ellas. O por su parte, varios jóvenes comentaron la participación en grupos de conversación de WhatsApp en donde comparten material gracioso que apela a un sentido de humor similar. En aquella distracción humorística están utilizando un modo de percibir la realidad común, que los reafirma como grupo. Incluso los videos de pornografía compartidos entre ellos, podrían estar apelando a lo mismo, un modo similar de percibir lo erótico actualizado en cada video compartido: “Mi pololo tiene un grupo del trabajo. Ya tiene un grupo con toda la gente de su trabajo y tiene otro que se llama “porno no sé cuánto”, y mandan todo el rato onda videos porno, onda, miran porno” (Mujer, 19-25 años, C3-D).

Por lo mismo, los emisores y receptores de la “copucha”, chiste o video compartido, tienden a formar parte de grupos sociales previos al ocio digital, pero que encuentran en éstas prácticas un espacio de reproducción. Así lo comenta un joven: “Es que cachai igual depende de tu círculo de amigos po', que tú tengai. Supongamos a veces compartí música o tus fotos igual, como que poní fotos tú y tu carrete ¿cachai? Y comentan tus amigos” (Hombre, 17-18 años, C3-D).

Y ese proceso de integración implicado en el ocio digital, parece explicar parte del consumo repetitivo de dichas prácticas. “Claro, eso yo creo que es lo que pasa, te vuelven

como obligatoriamente disponible porque al final sino significa algo negativo, como que hay un compromiso” (Mujer, 19-25 años, C3-D). En ese sentido, hay un compromiso con aquel grupo integrado que reafirma y vigila la pertenencia, que se expresa como una presión a siempre mantenerse actualizado respecto a lo acontecido en esos grupos digitales: “Pero igual tení que verla, porque si no la veí después un grupo de amigos te pregunta una huela y conversai algo con alguien” (Hombre, 19-25 años, C3-D).

En esos momentos de encuentro, además se van construyendo nuevos elementos que van configurando un pasado común. Por ejemplo, los y las jóvenes recuerdan a esos personajes que ganaron fama a costa de sus grabaciones compartidas, una y otra vez. En un grupo focal con una sincronización improvisada, todos se ayudan para reconstruir la historia de un niño llamado “El Tarro”. Una Joven comienza: “El tarro es un niño que anda en bicicleta y salta”. Otra, de inmediato agrega: “Estaban haciendo como pruebas, que se iban superando”. Y una tercera agrega: “Y un niño hace como de locutor que relata todo lo que va diciendo como: Ahora el tarro pegó un palo. Entonces va y se saca la cresta” (Mujer, 19-25 años, C3-D).

También comentaron sobre otros personajes que se volvieron famosos por las Social Media:

Igual que la “Buena Naty”, no sé si el ejemplo está bien, la Buena Naty subió su video, no sé, a alguna red social y eso fue al mismo tiempo chistoso pero no fue chistoso. Después todo el mundo lo vio. (Mujer, 17-18 años, C1-C2).

Otra agrega: “Ahora mismo andaba con el “Hola, soy Germán”. Eso es muy antiguo, pero la Anahí: oye, ¿viste el Hola soy Germán?” (Mujer, 17-18 años, C1-C2).

Además, encuentran en esas prácticas diferencias asociadas al género que reafirman elementos en común con otros. Si bien, en el relato analizado de los y las jóvenes no es posible encontrar divergencias significativas en el modo de articular los sentidos de la experiencia de ocio en las Social Media, las mujeres y hombres logran proponer practicas más representativas de un género que del otro. Las mujeres son asociadas a un uso

intensivo de las herramientas de conversación, mientras que los hombres se identifican con un interés técnico en las cualidades de las tecnologías.

-Yo creo que es porque [a los hombres] les interesa más, porque en verdad a mí no me interesa ver el último celular que salió de esas cosas, o sea bueno hay mujeres y mujeres, hay algunas a las que sí les interesa.

-A mí más que nada, como que copuchamos en verdad. Como que oye y esto y esto (...)

-Como que el hombre se junta a hablar del computador sobre cómo funciona. Como que los hombres se llevan mucho mejor con el tema de las tecnologías. Más que las mujeres, pero igual es como dicen, hay mujeres y mujeres. Hay mujeres que saben muchísimo más que el hombre. (Mujer, 17-18 años, C1-C2)

Como integrante de estos encuentros de ocio, los y las jóvenes proponen dos maneras de participar. Una es como Espectador, y la otra es como Productor. Según algunos relatos, a veces uno de esos roles es más preponderante que el otro, y otras veces ambos se presentan equilibrados.

Como espectadores, siguen atentos los mensajes subidos, los videos posteados, o las imágenes compartidas. Sin necesidad de responder a esos mensajes, comentándolos, se divierten enterándose de lo que hacen, o les pasa a sus contactos. Así lo relatan dos jóvenes:

- Yo en realidad me pongo a ver (interrumpen) inicio y bajo, como: Ah, hace tiempo que no sabía de esta persona, sigo bajando y ah una no sé, una noticia. Si es interesante la leo, no sé po', leo los comentarios. (Mujer, 19-25 años, C3-D)

- Claro, a veces ni siquiera comento ni nada. Como leo (hablan todas al mismo tiempo) y claro, ese es el tema, ni siquiera tomo contacto con la otra persona por Facebook, o sea a mí me pasaba por Facebook casi nada, más por WhatsApp. Pero claro me entero de la vida de las personas pero no hablo con ellas. (Mujer, 19-25 años, C3-D)

Para ello, según algunos y algunas jóvenes entrevistados, se despliegan estrategias que optimicen todos los datos entregados por el productor, para reconstruir una imagen densa en contenido que permita conocer al otro. Por ejemplo, si se trata de la imagen subida por un contacto, se analizará el contenido de la foto, el lugar, los que aparecen en ella, analizarán los comentarios generados, las personas que reaccionaron a esa imagen, se intentará investigar el lazo entre los que comentaron y el protagonista de la imagen, etc. A modo de investigadores, se esforzaran en saber todo lo posible sobre “tu amigo hasta la actriz de no sé que país que hizo tal cosa y te sale en inicio” (Mujer, 19-25 años, C3-D). Puesto que: “Si en verdad, es como, para eso tenía Facebook (se ríen todas juntas), eso es Facebook, es enterarte de todo lo que hace el resto del mundo” (Mujer, 19-25 años, C3-D).

A dicho uso, los y las jóvenes llamarán “psicopateo”, pues caen en esfuerzos que solo el anonimato les autoriza a realizar:

De hecho, cacha que ayer o hoy día, no sé, le hablé a un amigo. Me acordé de un amigo que no veo hace, no sé, yo cacho que como tres años. Ya, me metí a Facebook pa’ psicopatearlo (risas) a cachar en qué andaba y me imaginé que estaba en Brasil porque sacó como una foto y puso FanFest. Y le mandé un WhatsApp y le puse “¿estás en Brasil?” “sí estoy en Brasil” y yo qué psicópata. (Mujer, 19-25 años, C1-C2)

Siendo espectadores siguen atentos todas las coyunturas compartidas, pues ellas van delineando lo que se converse entre ellos. En algún grado, del manejo de esas coyunturas

depende su membrecía en esos grupos, pues ellas se vuelven parte de los temas que pueden conversar y tienen en común.

Por su parte, los y las jóvenes son productores cuando asumen un rol activo en las plataformas de ocio digital, compartiendo información que puede ser propia o ajena, pero que finalmente siempre alude a la construcción de una imagen social. Una joven comparte:

Yo, por ejemplo, comparto cuando encuentro lindo no se una imagen muy linda o que te hace pensar o te deja algo una enseñanza, ya bacán, lo comparto. O cuando es algo muy chistoso, esos típicos memes, no sé, la caída de alguien. (Mujer, 19-25 años, C3-D)

Los y las jóvenes entienden que lo publicado advierte cómo es esa persona. Por cuanto, con cierto grado de control sobre lo publicado, van construyendo una imagen de ellos mismos. En esa construcción utilizan también sus prácticas cotidianas como fuentes del contenido que les permitirá exhibirse: “Yo subo lo que hago, o sea, de repente, andando en bicicleta, subo fotos, es lo que más hago últimamente y es como las fotos que más subo” (Hombre, 17-18 años, C1-C2). Podría proponerse que los jóvenes comprenden que la publicación de lo que realizan, da cuenta de la identidad que desean proyectar. Pues en ese hacer se van realizando identitariamente y confirman su integración a sus círculos sociales:

Tal vez antes la aceptación era, no sé, llegar a un grupo de amigos, que tu cayerai bien, que no sé, fuerai agradable, etc. ahora es a través de tu contenido, de lo que tú tení o lo que tú reflejai en las redes sociales. (Hombre, 19-25 años, C1-C2)

En estas lógicas reproductoras de los lazos sociales, parecen existir diferencias entre los y las jóvenes, al punto que algunos logran asegurar su integración a estos espacios de socialización, mientras que otros mantienen una participación secundaria. Se genera así una diferencia entre jóvenes más productores de contenido y otros más espectadores. Estos niveles de integración, resultan condicionados por dos factores. Uno es la disponibilidad diaria de las tecnologías convergentes que soportan la móvil y permanente conexión al ocio

digital de las Social Media. Y el otro es la disponibilidad de contenido exhibible, que depende de las prácticas cotidianas realizadas por usuarios de las Social Media.

Un joven comenta aquella estrecha relación entre la disponibilidad de contenido y del soporte que lo producirá:

Si yo tengo una cámara buena con un celular bueno, puedo sacar una buena foto, puedo subirla. Tengo otro programa que me va a hacer un filtro, que me pone, no sé, me pinta la cara y me pone pestañas larga, qué se yo, entonces va todo unido al tema, yo creo, de generar contenidos y también como de sentir que uno tiene ese contenido. (Hombre, 19-25 años, C1-C2)

Por su parte, otra joven cuenta sobre el tipo de contenido publicado:

Si es que al fin y al cabo igual es bueno porque tú ya subí una foto, te etiquetái a tus amigos, que a donde están, que los demás lo ven entonces es como “wow”, los chiquillos fueron acá, o la playa o blablá, o sea yo viajo mucho a la playa entonces siempre subo fotos de la playa. (Mujer, 17-18 años, C1-C2)

Entre los y las jóvenes investigadas, quienes formaban parte de los estratos socioeconómicos C1 y C2, disponían de las tecnologías convergentes y móviles que soportan la exhibición de sus vidas cotidianas llenas de prácticas apropiadas para presentarle al resto. En cambio, en el relato de los grupos focales de jóvenes de los estratos C3 y D, la participación en instancias de ocio digital debía sortear carencias tecnológicas y/o la falta de material exhibible, relegándolos a roles más pasivos.

Por otra parte, las instancias de ocio digital en las Social Media actualizan modos de hacer consensuados socialmente, que reafirman la existencia de una pertenencia y una identidad. Son instancias de diversión que cuentan con ciertas reglas de juego que regulan las conductas adecuadas y las desubicadas. En ese sentido los y las jóvenes mencionan

criterios para seleccionar lo que es apropiado publicar en las Social Media, y definen los momentos adecuados para utilizarlos.

Por ejemplo, los y las jóvenes comentaron los criterios utilizados para seleccionar el contenido a publicar en las Social Media:

Entonces publico las cosas superficiales, carretes, juntas, viajes. Pero jamás, siempre lo he dicho y critico a las personas que lo hacen, publicar un sentimiento, un problema en Facebook, esa cuestión como que lo veo y “argg”. No, jamás voy a publicar un sentimiento o un problema, pero sí obviamente puedo publicar, no sé, juntas con mis amigos, mostrar dónde carreteamos, qué hacemos, pero ese lado como más superficial. Tampoco más allá. (Hombre, 19-25 años, C1-C2)

En palabras de otra joven, mucho se puede publicar, pero no todo:

En Facebook generalmente me gusta compartir mucho mis trabajos, mis fotos, los trabajos para la u, mis dibujos. Igual trato de dedicarme solo a eso, no a escribir imbecilidades que de repente me aburre un poco cuando la gente ya llega a un punto de escribir todo lo que hace en su vida diaria. (Mujer, 19-25 años, C3-D)

Según ellos y ellas, el límite está en lo íntimo y quien no lo respeta es sancionado grupalmente con la desaprobación. Pero es una intimidad protegida con fronteras difíciles de identificar. Al parecer es una intimidad delineada por aquellas dificultades experienciales o sentimientos demasiado comprometedores. En ese sentido, a los y las jóvenes les resulta de buen gusto compartir sus gustos, hobbies, eventos sociales, logros u éxitos, pero de mal gusto exponer las dificultades existenciales.

Dentro de la misma lógica, los y las jóvenes elaboran una serie de valoraciones del ocio en redes sociales. Según el relato de los investigados, el ocio digital es una actividad superflua, que compite con otras experiencias cotidianas más significativas. En palabras de una de ellas, “Porque les quita vida. Les quita momentos que pueden ser mucho más valiosos que estar en frente de una televisión. O al frente de un aparato” (Mujer, 17-18 años, C1-C2). Y resulta superflua porque no satisface las demandas por productividad, esfuerzo y encuentro con otros: “Yo no miento, paso mucho tiempo de ocio. Deben ser por lo menos, unas cuatro o seis horas en el computador haciendo nada, nada” (Mujer, 19-25 años, C3-D). Paradójicamente, cuestionan el ocio digital, estableciendo que es una pérdida de tiempo, un momento de “hacer nada”, a lo que le agregan una sensación de culpa por las dificultades para detener las practicas ociosas digitales. Se presionan por un tiempo perdido en hacer nada productivo.

El remordimiento aumenta más cuando critican la pasividad física y mental del ocio digital en las Social Media. Un joven opina: “la gente con tanta tecnología deja de preocuparse de pensar, todo se reduce, todo se inserta en algo tecnológico para que le resuelva todo” (Hombre, 19-25 años, C3-D). Otra joven lo complementa: “Me imagino que vamos a terminar todos obesos con el celular así” (Mujer, 17-18 años, C1-C2). Valoran el ocio en las Social Media como una actividad que no requiere el bien valorado esfuerzo, no genera aprendizajes o desarrollo de habilidades significativas, ni involucra la corporalidad de los participantes. A lo anterior se agrega una fuerte crítica al distanciamiento que generan las prácticas de ocio digital de quienes están cerca físicamente. El contacto con otros distantes físicamente a través de las Social Media, perjudica el encuentro con los cercanos: “Muchas veces estamos pegados todo el día, no sé, hablando por WhatsApp con gente que está lejos, pero la gente que tenemos al lado muchas veces, no sé, los papás por ejemplo, no los pescamos ni en bajá” (Hombre, 19-25 años, C1-C2).

Los anteriores son juicios que parecen apelar a las tensiones que esta nueva práctica genera al interrumpir otros momentos cotidianos, como los encuentro cara a cara, las instancias de trabajo. Pues, la posibilidad de experimentar un momento de ocio en las Social Media en cualquier lugar y con cualquiera, ha adquirido una masividad que es reciente, generando procesos de ajuste en aquellos repertorios de sentido adecuados a desplegar en el ocio digital. Si bien, resultaría exagerado responsabilizar a la tecnología

mediática, convergente y móvil de interrumpir otros momentos de la Vida Cotidiana con instantes de distracciones ociosas (las interrupciones de las rutinas cotidianas no son nuevas). Con los soportes tecnológicos mediáticos, principalmente los móviles, aquella interrupción de la rutina cotidiana es facilitada, potenciada, y posibilita desarrollarla interactuando con otros físicamente ausentes.

Respecto a la presencia continua de las tecnologías mediáticas y convergentes, un escolar comentó:

Yo cuando me despierto lo primero que tomo es el celular y lo reviso porque siempre llegan mensajes en la noche y no falta como el que te escribe a la una de la mañana entonces me levanto, lo reviso, me voy a bañar y después todo el día en el celular. En el colegio, después llego a mi casa y también en el celular, la tele y eso. (Hombre, 17-18 años, C1-C2).

Con el mismo sentido, unas jóvenes comentaron respecto al uso de las Social Media:

- En todos lados.

- Vai en el metro, en la micro, en todos lados.

- De repente veí que vibra el celular y ya ocupaste WhatsApp y si no vibra igual porque muchas veces uno como que lo revisa y no hay nada.
(Mujer, 19-25 años, C3-D).

A ello alude el proceso de yuxtaposición de momentos propuesto. El ocio en el formato digital de las Social Media, aparece con mayor facilidad en situaciones rutinarias, interrumpiéndolas (Igarza, 2009). Así, por ejemplo, mientras se estudia en el colegio, se almuerza con la familia, o se asiste a una fiesta, el ocio digital en las Social Media surge como una práctica que se superpone a las otras, llevando consigo a esa situación sus esquemas de articulación de sentido que tensionan los repertorios de la situación

interrumpida. Con ello, los y las jóvenes se encuentran con tensiones generadas por el encuentro entre aquel momento ocioso y el regulado por la rutina.

Resulta paradigmático que los jóvenes comenten conflictos generados por la yuxtaposición en situaciones que involucran a la familia, la escuela y el trabajo. Estas tres son instancias con importantes funciones socializadoras (Dubet, 2010b), que intentan resistir a las condiciones que impone la nueva práctica, pero poco a poco seden y se adaptan. En ese sentido, los y las jóvenes mencionan la sanción de los padres, quienes intentan traspasar los modos correctos de comportarse. Un joven lo relata con bastante claridad:

Eso pasa hoy en día, es típico en las familias. A los papás les molesta mucho, porque son de otra generación. Que de repente uno, no sé, almuerzo familiar, y uno en la mesa está “tsh tsh”, y ahora estoy así porque si te ven con el celular, es como “oye, deja la hueá de lado, estás almorzando”. Y los papás no pueden entender que uno no pueda dejar eso de lado para dejar de chatear cinco minutos con los amigos o con quien sea. (Hombre, 19-25 años, C1-C2)

Así mismo, la escuela, la universidad o el trabajo intentan regular el uso de las Social Media. Un estudiante, comenta las medidas tomadas por su profesora: “yo tengo profesoras que llegan a la sala con una caja diseñadas por ellas como que, okey, dejen todos sus celulares acá. Y el que no lo deja se va a inspección” (Mujer, 17-18 años, C1-C2). No obstante, los profesores comienzan a aceptar la presencia de las Social Media durante sus clases, generando poco a poco nuevos consensos: “Yo creo que ahí los profesores también han ido evolucionando con los alumnos. Se han ido adaptando a que ya es algo normal, es como una extensión de uno el celular” (Hombre, 15-16 años, C3-D). Al parecer, la tendencia es asumir que las tecnologías mediáticas y convergentes, en especial el celular inteligente, son una extensión de cada usuario. No obstante, la adaptación de estos espacios al intruso del Ocio en las Social Media, también se debe al reconocimiento de que esas

extensiones de cada usuario pueden ser utilizadas para fines adaptados a los del espacio cotidiano interrumpido.

Recapitulando, el ocio digital en cuestión actualiza un conjunto de sentidos que pueden agruparse en la lógica de integración. Las prácticas de ocio en las Social Media, por una parte, implican a los y las jóvenes en procesos de socialización que reafirman lazos sociales. Así, durante la “capsula” de ocio digital se conectan con sus grupos de pertenencia y comparten contenidos que van reafirmando aquello compartido. Los tiempos de ocio mediatizados, permiten el encuentro y la participación de varios “usuarios” durante diversos instantes del día a día, favoreciendo el establecimiento de lazos sociales que construyen grupos de pertenencia, ofrecen marcos de referencia para la acción y otorgan identidad. Lo anterior, vuelve el ocio digital en un importante proceso de socialización de los y las jóvenes. Ahora bien, condicionados por la disponibilidad de los soportes tecnológicos y los ritmos de vidas, algunos y algunas jóvenes son más activos que otros dentro de esas plataformas digitales. Al mismo tiempo, el ocio digital en las Social Media es una práctica que actualiza los repertorios de acción de integración al requerir que se regulen escenarios relativamente nuevos de acción, y al tensionar otros momentos cotidianos al interrumpirlos repetidas veces.

El Ocio Digital como reflejo de una subjetividad: Lógica de acción de subjetivación

El ocio digital en las Social Media también implica procesos subjetivos en sus jóvenes participantes. Por una parte soporta procesos de constitución subjetiva y por otra se inspira en sentidos genuinamente articulados que reafirman una especificidad que diferencia a los actores del resto (Águila, 2005). Esta tercera dimensión de la acción, propuesta por Dubet (2010a), concentra las orientaciones de la acción que se distancian de los roles, posiciones, intereses a partir de la construcción de un discurso percibido como propio, auténtico y único.

El ocio digital en las Social Media favorece el encuentro del sujeto con su propia manera de significar la realidad. De acuerdo a los sentidos vertidos por los y las jóvenes, en el ocio digital en las Social Media construyen una imagen de sí mismos a través de la exhibición de las prácticas, la apropiación de los soportes y plataformas digitales y el desarrollo de

habilidades y aprendizajes. Aquel ejercicio, implica una diferenciación de los otros, a través de la formulación de puntos de vista críticos de las prácticas de ocio digital. Ahora bien, la búsqueda de articulación subjetiva se enfrenta a dificultades asociadas, según los y las jóvenes, a una voluntad amenazada por un ritmo de consumo que impone una presión y dependencia que contradice toda “libertad de elección”. A continuación, se desarrollará en detalle el análisis propuesto.

En las Social Media, los y las jóvenes se entretienen construyendo una proyección de sus identidades. Para ello, proponen un corte editorial que limita lo publicable: “subí fotos, las preparai. Entonces como que tení que establecer unos límites” (Mujer, 19-25 años, C3-D). Otro joven insiste:

Y a lo mejor uno decide qué decir, porque a lo mejor, tú publicas una parte de tu vida privada, pero realmente lo que es privado tú no lo vas a publicar porque sabí que lo van a ver igual. Si uno sabe a lo que se expone. Si tampoco es un, no sé, un ciego que llega así y hace lo que sea porque lo quiere hacer y que “sea lo que dios quiera”. Uno sabe lo que hace, entonces también no es así como que la privacidad esté expuesta. O sea no, uno sabe qué perder de su privacidad. (Hombre, 19-25 años, C1-C2)

Esos límites, parecen ser provistos por la pretensión de presentarle al resto aquel contenido que los identifica, y les permite diferenciarse del resto. El criterio de selección del material a compartir, es: “Como que te identifique, algo así yo cacho. O algo que te llame la atención no más” (Hombre, 17-18 años, C3-D). Pues, la información compartida debe confirmar quién es el usuario, debe demostrar a través de sus publicaciones de gustos, trabajos o logros, quién es ese o esa joven:

Claro, quizás como que hay mucha, mucha, hoy en día como sentido de demostrar lo que erí, lo que lograi. Y eso tú, o sea, claramente tú tení que demostrarle algunas cosas a alguien pero no tení porque darle explicaciones a la gente nada, no les gusta ver cosas así. (Mujer, 19-25 años, C3-D)

Como resultado, los y las jóvenes van generando un registro público de esos contenidos reflejos de si mismos:

Casi toda la gente publica todas sus cosas en Facebook y en total, tienen todo un registro. Queda un registro y cualquiera se puede meter y en verdad es muy fácil donde vivís, dónde eres, de qué comuna. Entonces es súper fácil.

(Hombre, 19-25 años, C3-D)

En ese ejercicio, se apropian de las plataformas de ocio digital y de sus soportes tecnológicos, sintiendo que son sus extensiones. Sienten que, en lo expuesto con fines ociosos, hay una propuesta única y auténtica. A partir de la cual, elaboran sus propias maneras de utilizar y significar esas tecnológicas mediáticas:

O sea, yo me muero si salgo de mi casa sin mi celular. Es como... me siento como vacía así. Se me quedó algo, necesito regresar a la casa, aunque esté no sé dónde pero, necesito regresar a mi casa por mi celular. Es como una necesidad ya, parte mía. (Mujer, 19-25 años, C1-C2)

Por otra parte, el ocio digital aporta al proyecto subjetivo al favorecer procesos de desarrollo de habilidades y aprendizajes. El ocio digital, es una instancia en que los y las jóvenes se encuentran con sus gustos e intereses, las cuales repercuten en ello aportándole habilidades que antes no tenían. En las diversas opciones de entretenimiento ofrecidas por el ocio digital en las Social Media, las y los jóvenes encuentran aquella opción que se ajusta a sus específicos gustos e intereses. Con ese sentido, una joven comenta que Internet y las Social Media remplazaron otras instancias de formación:

Claro, y aparte hay otras cosas que a mí por lo menos me pasarían si es que yo no tuviera Internet sería que iría como más. Yo creo que estaría como dispuesta a pagar como por talleres y cosas así. Porque a mí me gusta mucho como, por ejemplo, yo aprendí a tejer a crochet por Internet y aprendí a

hacer serigrafía por Internet. Aprendí como varias cosas por Internet. (Mujer, 19-25 años, C1-C2)

Dentro de la misma lógica de acción, los y las jóvenes abordan reflexivamente las prácticas de ocio digital en las Social Media para elaborar un discurso crítico sobre ellas. Insistiendo así, en la existencia de un punto de vista propio que no se reduce al de la integración o al de la estrategia:

Como que igual trato de entrar pero, al mismo tiempo que me gusta lo encuentro falso, eso que están todos felices y todos comen rico y todos lo pasan bien, lo encuentro como chanta. Como “estoy comiendo esto” es como mula. Y conocer a alguien por una, por eso, no lo encuentro rarísimo. (Mujer, 19-25 años, C1-C2)

Así propondrán una lectura crítica de la transparencia de la información vertida en las Social Media. Ponen en duda la veracidad del contenido expuesto, señalando que la imagen construida por los usuarios nunca es completamente honesta.

Por otra parte, elaboran críticas que ponen en duda la supuesta libertad para elegir en las prácticas de ocio digital, y por lo mismo, la inexistencia de instancias de realización de un proyecto subjetivo. Más bien, proponen que las prácticas de ocio digital homogenizan a sus usuarios:

Sí, yo creo que como todo va a ser como, así a largo tiempo, como todos unos robots. Como que todos vamos a ser iguales, entonces como que se te quita tu propia identidad, como que ya no eri tú, eri como, es como una moda. Es como él hace eso, yo también lo quiero hacer. (Mujer, 19-25 años, C3-D)

Dentro del mismo ejercicio también cuestionaran el sentido otorgado al “Me Gusta” y proponen a los soportes tecnológicos del ocio digital como necesidades no prioritarias. En ese sentido un joven dirá: “Además es estúpido ¿qué es un me gusta? Si fuese plata, si fuese

un mérito tener un me gusta, pero nada” (Hombre, 19-25 años, C3-D). Otro joven complementa: “Sí po’, no nos importa que esa persona sea mala persona o que el hueón sea un pedante, da lo mismo, mientras se vea bien, sea aceptable, y tenga varios seguidores, es cool” (Hombre, 19-25 años, C1-C2). Mientras otro joven agrega: “¿Tú crees que allá en África o en Somalia un niño va a tener un iPhone? ¡A dónde! Regálale un iPhone y te dice regala un plato de comida” (Hombre, 19-25 años, C3-D).

En aquellas distancias críticas, los y las jóvenes parecen aludir a ciertas dificultades para desarrollar sus proyectos de subjetivación en el ocio digital: “Pero, a lo que voy yo de que no nos dejan ser únicos es como persona. No te dejan conocerte, no te dejan” (Mujer, 19-25 años, C3-D). Señalan que no encuentran contenido apropiado para cada especificidad: “Nos hacen creer que nosotros elegimos, que oh yo elegí esto porque me viene mucho a mí porque es muy violeta. Pero, en realidad está hecho para un tipo de gente que es parecida a mí” (Mujer, 19-25 años, C3-D). Los contenidos son demasiado estandarizados. Y, parte de esa estandarización percibida, es relacionada con la sujeción de las prácticas de ocio digital a una industria que funciona según otros criterios e inventa necesidades difíciles de resistir. Evidenciando con ello, cierta fragilidad de la imagen del sujeto libre en su elección.

Putá, cachai, entonces en la ambición siempre están creando algo nuevo para que tengai la hueá de que querí lo que viene saliendo y lo esperai afuera. Imagínate para el lanzamiento del iPhone 4 cuando salió, los chinos y los coreanos estaban todos asomados, sentados a afuera, así cagados de frío, afuera de la MAC ¿para qué? Para adquirir el nuevo juguete. (Hombre, 19-25 años, C3-D)

Considerando lo señalado, los sujetos se apropian del ocio digital, asignándole contenidos que proyectan una especificidad. No obstante, sienten chochar con estándares que no se ajustan a sus particularidades y que niegan la existencia de sus subjetividades. En ese sentido, mencionaran los conflictos generados por una sensación de adicción al ocio digital:

-Ese es el problema, yo cacho que todos decimos “es tan weona la weá, pero al momento” Yo digo estoy ahí loco, todo el día, ahí, y como que digo “¿qué estoy haciendo?”. Pero es insoportable, la cagó que no podía estar pegado al celular.

-Yo también estoy pegado al celular todo el día. (Hombre, 19-25 años, C3-D)

Sus voluntades constituidoras de sujeto, se ven superadas por una práctica difícil de controlar. Ante ello intentan regular sus ritmos de consumo, estableciéndose regímenes que finalmente no cumplen, sintiendo culpa y decepción por faltar a sus intenciones iniciales. El ocio digital resulta demasiado tentador. Una joven comenta:

Sabiendo que no hay nada, hoy día mismo me decía: Ya no voy a revisar Facebook si me vibra la cuestión lo reviso pero de repente estoy ahí y sabiendo que no voy a ver nada ¿cachai? Como ¿pa' qué, pa' qué? No tiene ningún sentido porque te creo tuviera información que tuviera que ver ¿cachai? pero no, no tengo nada que ver y como inconsciente, de repente no me doy cuenta cuando saco el celular. (Mujer, 19-25 años, C3-D)

Si consideramos las definiciones de ocio, la presencia de la libre voluntad, al menos percibida, es condición para aquella experiencia desrutinizadora (Munné & Codina, 2002; Stebbins, 2009). Por cuanto, aquella practica interruptora de la rutina, en tanto carece de una conformidad con la voluntad de sus ejecutantes no logra las sensaciones liberadoras propias del ocio. Menos cuando el ritmo de consumo de esos momentos es percibido como acelerado y las actividades resultan poco satisfactorias. Según el relato de los y las jóvenes, el ocio digital se consume a un ritmo acelerado por la instantaneidad, que propone un compás fatigante y ansioso:

Estamos acostumbradas a tener todo ahora, entonces alguien se demora dos segundos en hacer algo y uno se enoja. O sea, como que ya no hay tolerancia, uno está acostumbrado a que todo sea altiro"... Ah que igual uno se acostumbra, entonces de repente no sé, a mí de repente me agota pero también de repente me embalo y hablo tres horas y no me doy cuenta.

(Mujer, 19-25 años, C1-C2)

Y todo, por desarrollar actividades que parecen no satisfacer completamente a sus protagonistas: "al final nunca es como algo importante la verdad. Si te dai cuenta todo ese rato que almorzaste y estuviste con el celular, no pasó nada" (Hombre, 19-25 años, C1-C2).

En esas dinámicas aceleradas de consumo, se vuelve a generar diferencias entre los y las jóvenes. Algunos presentan cierta comodidad con el uso intensivo de esas prácticas, mientras otros presentan más conflictos. Los más adaptados a los ritmos, son quienes deben articular distancias lejanas. Sus vidas suponen constantes movimientos por la ciudad, y sus grupos sociales también se encuentran en movimiento. Ellos, utilizan intensivamente el ocio digital durante sus constantes movimientos cotidianos. Mientras que quienes tienen que desplazarse por territorios más concisos, y presentan círculos de amistad cercanos espacialmente, encuentran un sinsentido en esas repetitivas prácticas. Estos ritmos de vidas, parecen depender de factores generacionales y socioeconómicos.

Los jóvenes escolares que se encuentran todos los días con sus pares en la sala da clase y transitan entre la casa y el colegio durante sus rutinas cotidianas manifestaban con más fuerza una incomodidad con la dependencia al ocio digital: "No, yo tengo que darme mi tiempo pa leer, porque si estoy mucho en el teléfono, siento como que me consume y lo miro y como que quiero dejarlo de lado" (Hombre, 19-25 años, C3-D). Asimismo los y las jóvenes de estratos socioeconómicos D y C3 que no transitaban grandes distancias durante sus trayectos cotidianos y mantenían una vida social restringida a sus vecindarios de residencia, también insistían con más radicalidad en los obstáculos del ocio digital para encontrarse subjetivamente.

Dominar pero, al final como que toda esta tecnología te individualiza como ser humano. Es que son dos conceptos po', tení la sociedad que, claro, se está intentando juntar con fines mercantiles pero, por otro lado te intenta individualizar. (Mujer, 19-25 años, C3-D)

Sin embargo, los jóvenes trabajadores o universitarios, principalmente de los estratos socioeconómicos C1 y C2, que realizaban varias actividades, recorrían largas distancias y tenían círculos de amistad también en movimiento, comentaban mayor comodidad con el uso intensivo del ocio digital en Social Media.

Creo que es más lo que podai sacar de tu casa, porque onda, como que los jóvenes así ya no pasan mucho en la casa. Entonces si salen, tienen que salir con el teléfono, con una cámara, no sé. Entonces, pa' mí, lo que más usan es lo que pueden sacar, lo más portátil. (Hombre, 19-25 años, C1-C2)

De acuerdo al análisis propuesto, el ocio digital resulta una actividad que interpela a las subjetividades de sus usuarios. Es tanto una práctica que soporta procesos de construcción de una subjetividad, como un síntoma de la existencia de ciertos obstáculos para su consolidación, dado que ofrece la posibilidad de que los y las jóvenes se construyan y encuentren en las prácticas desarrolladas, pero también enfrenta a los usuarios a la vulnerabilidad de la “adicción” a una práctica que cuesta negarse a realizar. Una práctica que parece engarzarse en ritmos veloces de consumo que no pueden ser mantenidos por todos, amenazando con ello esos proyectos subjetivos.

Elementos transversales: El Ocio Digital en las Social Media como una práctica de la rutina

“Y yo ¿qué hago? No hago mucho en realidad, pero quiero hacer mucho” (Hombre, 19-25 años, C3-D).

En el relato de los y las jóvenes se articula una particular relación entre al ritmo de vida de la ciudad, las tecnologías digitales y el ocio en las Social Media. Dicha articulación, aporta mayores insumos para aprehender la experiencia social en cuestión, pues posibilita

situar al ocio de las Social Media dentro de su contexto de consumo. A continuación se desarrollan las articulaciones de sentido que los y las jóvenes establecen entre el acelerado ritmo de vida de la ciudad, los soportes digitales y el ocio en Social Media, y por otra parte, la asociación entre la vida pausada de espacios rurales, el descanso o recreación, y el desarrollo de habilidades y aprendizajes valiosos.

Como ya se ha insistido el ocio digital es una práctica inserta en las rutinas cotidianas de los y las jóvenes, que se acomoda a los ritmos de vida caracterizados por un movimiento permanente entre una actividad y otra, o entre un lugar y otro. En ese sentido, son instancias de ocio adaptadas al movimiento de la Vida Cotidiana de sus usuarios:

Porque yo hace poco tengo Internet móvil, y eso es ahora yo no me desconecto. Estoy todo el rato así, pero puro celular. Pero después llego a mi casa y yo no tengo tele en mi pieza, yo no juego Play y esas cosas. Como que yo soy pegadita en el celular. (Mujer, 17-18 años, C1-C2)

Creo que es más lo que podai sacar de tu casa, porque onda, como que los jóvenes así ya no pasan mucho en la casa. Entonces si salen, tienen que salir con el teléfono, con una cámara, no sé. Entonces, pa' mí, lo que más usan es lo que pueden sacar, lo más portátil. (Hombre, 19-25 años, C1-C2).

Al mismo tiempo, esa conexión permanente a las Social Media también es percibida como una exigencia que escapa al control de sus usuarios:

Porque antes como que yo estaba esclava a que alguien me habló, entonces tengo que responderle al tiro, ahora no. O sea, cuando tengo un minuto lo veo y si alguien me habló contesto y si me hablan, no sé tampoco. O sea, yo veo cuando. (Mujer, 19-25 años, C1-C2)

Sí, yo al principio no sé si he vivido un día sin tecnología. Pero, he como intentado marginarme de hacer algunas cosas que hago siempre como estar en el computador y al principio es como muy difícil porque estoy ansiosa, como que digo, me acuerdo de algo, ah de veras que quería buscar eso. Y entonces como que estoy, pero después de eso como que igual uno se siente como, como que descansa la mente porque uno después empieza a pensar en otras cosas, no tanto en estar metida. Es como relajante, como que uno se saca un peso de encima. (Mujer, 19-25 años, C3-D)

En la medida que la presencia del ocio en las Social Media es continua durante las jornadas cotidianas de los y las jóvenes, y estos perciben un descontrol en el ritmo de consumo de esos momentos, esas conexiones ociosas se vuelven agobiantes. El ocio se vuelve una actividad más de esas ajetreteadas rutinas cotidianas y no otorga el eventual relajo, descanso o catarsis que otro tipo de actividades ociosas generan.

Esa incomodidad despertada por el ocio en las Social Media contiene una valorización negativa del tiempo improductivo. En ese sentido, el ocio en tanto tiempo improductivo se juzga y vivencia con culpa: “Yo no miento, paso mucho tiempo de ocio. Deben ser por lo menos, unas cuatro o seis horas en el computador haciendo nada, nada. Tiempo improductivo” (Mujer, 19-25 años, C3-D).

Salía a buscar pan, no había pan, a las once de la mañana abrían y decía ¿cómo no producen en tanto rato? Así como, ¿cómo no producen en tanto rato? Eso era lo cuatico ¿cachai? Porque uno está metido en la productividad po'. De hecho, uno se levanta, yo me levanto diez para las seis y tengo que estar a las ocho en Estación Central estudiando, ya a las ocho parte la jornada ¿cachai? Y así tení que estar alerta, alerta, alerta hasta tres de la

mañana que tenía que terminar de estudiar, cosas así de repente. (Mujer, 19-25 años, C3-D)

Dicho juicio se engarza con una percepción de las tecnologías digitales como herramientas que pueden facilitar la vida, reduciendo el trabajo que ciertas responsabilidades cotidianas demandan para aumentar la capacidad de “hacer”. Por cuanto, lo y las jóvenes proponen un uso virtuoso de esas tecnologías. No obstante, el uso dado a esas tecnologías termina atentando contra un aprovechamiento del tiempo vuelto disponible por las mismas tecnologías. Según las y los jóvenes, el tiempo liberado no es aprovechado para desarrollar otras acciones, como actividades ociosas valiosas, al contrario, es ocupado por los adictivos instantes de ocio en las Social Media:

Las bajaba de Internet y después empecé a ir a charlas pero, por el mismo tiempo que me quitaba hartito, prefería Internet. Entonces, si no tuviera Internet tendría que ver cómo haría la distribución de mi tiempo para hacer cosas que yo realmente quiero hacer como en desmedro de cosas que tendría que hacer. Como tratar de organizarme mejor. (Mujer, 19-25 años, C1-C2)

Yo creo que empezaría a hacer deporte, cocinaría. En verdad sí como que cosas que no hace porque no alcanza el tiempo porque uno lo gasta todo en WhatsApp, en Facebook, en la tele. Igual haría actividades como, no súper choras pero, igual entretenidas. (Mujer, 19-25 años, C1-C2)

Relacionado con lo anterior, el ocio valorado positivamente e imaginado con efectos de descanso y relaxo es ubicado por las y los jóvenes fuera de la ciudad y su rutina, en espacios rurales que permitan el contacto directo con la naturaleza y en donde está autorizado no producir:

A mí me pasa que, por ejemplo, a mí me gusta irme a mochilear y yo como que lo más tecnológico que llevo es el celu po' ¿cachai? Para poner la

música, eso me gusta andar con música. Pero, al principio me pasa que pa' mí es bacán, bacán, bacán. Me pasa lo que te pasa a ti, te relajai, te desconectai, ni llamai a tu familia, andai tranquilo, disfrutai la naturaleza ¿cachai? De repente, te da para reflexionar cosas que de verdad no pensai porque estai ocupada ¿cachai? Estai acelerada, estai acelerada. Pero, hay un momento en el que de verdad yo me agoto de tanta paja así y de verdad es como quiero volver. (Mujer, 19-25 años, C3-D)

Lo anterior, en parte se sustenta en la apreciación positiva de la Naturaleza y una desvalorización de la Ciudad y sus tecnologías. En la primera encuentran elementos virtuosos, en tanto en la segunda; negativos:

Yo creo que Chile en ese tema es ventajoso porque la mayor parte de la tecnología está en Santiago. Pero ya saliendo a regiones, Chile es un paraíso. Es súper bonito, el aire es limpio. O sea, aquí en Santiago está concentrado todo lo malo. (Hombre, 15-16 años, C3-D)

Por lo mismo, es conectedo con la naturaleza donde encuentran esa desconexión de la rutina satisfactoria en términos valorativos. En más, el descanso o relajo que podríamos esperar de un momento de ocio es asociado por las y los jóvenes a situaciones alejadas de la rutina cotidiana y urbana. Para descansar y relajarse dicen necesitar desconectarse. Por el contrario, a la ciudad y todos los artificios humanos asocian el constante movimiento, la fatiga y la insatisfacción con el ocio digital adaptado a esos ritmos, pero al mismo tiempo, son claros en situar la desconexión como una práctica acotada en extensión. No por mucho tiempo disfrutan estar aislados de la ciudad, sus ritmos y Social Media.

Aún más, los y las jóvenes hilan una imagen de las tecnologías como peligrosas, que amenaza un ideal de desarrollo de sus vidas. La tecnología atentaría amputando a sus usuarios de ciertas capacidades físicas y cognitivas así como limitando prácticas que son

puestas en valor por los y las jóvenes. En ese sentido, cuestionan la falta de implicancia de sus cuerpos en el ocio de las Social Media.

En relación a la noción de un ocio digital que compite con la vinculación con la naturaleza un joven comenta qué pasaría si los soportes digitales desaparecieran: “Yo creo que se llenarían los parques porque ahora yo voy a un parque, y el día de semana están... gente trabaja pero igual. Antes yo iba a un parque y estaba lleno igual” (Mujer, 19-25 años, C1-C2).

De acuerdo a lo señalado, según los sentidos articulados por los y las jóvenes, el ocio digital en las Social Media pertenece a la rutina cotidiana tanto en su formato acotado, en su permanente disponibilidad, como en el ritmo acelerado de consumo que propone. Por lo mismo, es evaluado desde sus rendimientos productivos. Al parecer la rutina de los y las jóvenes es regulada por aquel criterio de productividad que motiva a mantenerse constantemente haciendo. Aún más, en la alusión al mundo rural como el escenario ideal para emprender acciones ociosas, se insiste en que la rutina cotidiana engloba gran parte de la Vida Cotidiana en la urbe y el ocio en las Social Media forma parte de ella.

VII. CONCLUSIONES: Ocio digital y Vida Cotidiana: alcances de la experiencia social de ocio en las Social Media por parte de jóvenes nativos y nativas digitales

El análisis elaborado permite sostener que los y las jóvenes encuentran en el ocio digital en las Social Media soportes para anclar elaboraciones de sentido que, en conjunto, dan cuenta de nuevos modos de habitar la Vida Cotidiana.

El ocio digital en las Social Media se ha vuelto una experiencia importante por su multidimensional alcance. Esos breves momentos que interrumpen las rutinas conectando con otros espacios e interlocutores, atraviesan a sus participantes en ámbitos estratégicos, de socialización y de subjetivación. Es decir, en esos instantes de ocio los y las jóvenes resuelven una necesidad concreta de distracción, reproducen y actualizan lazos de pertenencia que otorgan identidad, y elaboran distancias que les posibilitan construir sus especificidades como sujetos.

El ocio en las Social Medias parece expresar en su constante interrupción de las rutinas, en su formato breve, en sus diversos contenidos simplificados, y en las articulaciones de sentido soportadas, atributos de la sociedad contemporánea.

Dicha importancia parece insistir en una sociedad que está cambiando con nuevas relaciones entre el espacio y el tiempo, anclajes identitarios desterritorializados, sujetos responsables de resolver las incertidumbres de la vida social mediante su reflexividad y un ritmo de vida acelerado por el consumo. En ese sentido, el ocio en las Social Medias parece expresar en su constante interrupción de las rutinas, en su formato breve, en sus diversos contenidos simplificados, y en las articulaciones de sentido soportadas, atributos de la sociedad contemporánea. Como advirtió D. Martuccelli (2007) respecto a las experiencias sociales de los y las actores, el ocio digital en las Social Media parece resultar causa y efecto de los cambios sociales, pues a través de él se están articulando nuevas formas de habitar lo cotidiano.

Lo anterior retoma la comprensión del ocio en las Social Media como una práctica movilizadora de una “cultura en sí misma” que cuenta con códigos, normas y conductas

propias y como un “artefacto cultural” que proyecta característica de la sociedad que lo utiliza (Hine, 2004). El primer sentido mencionado, permite identificar el uso estratégico del “Me gusta” o los procesos editoriales de los perfiles a exponer, así como los límites sugeridos por los medios de comunicación para desplegar la experiencia de ocio digital, entre otros. En tanto el reconocimiento de su condición de artefacto cultural, posibilita comprender al ocio en las Social Medias como una experiencia de procesos sociales contemporáneos, en donde los actores vivencian en sus prácticas la producción de lo cotidiano.

A modo de conclusión, se desarrollarán los posibles alcances en la Vida Cotidiana de los y las jóvenes de su experiencia social de instantes mediados de ocio, para luego leerlos vinculados a procesos sociales más globales. Pues, “las vivencias particulares son retos compartidos resultado de las lógicas y formas de estructuración que tiene la sociedad en el momento histórico en que se la habita” (Araujo & Martuccelli, 2012, pág. 12).

En termino de los alcances, se avanzará con las distinciones simbólicas generadas por el “Me Gusta”, la fragilidad de los lazos mediados por el ocio digital en las Social Media, la dificultad para diferenciar polarmente estos instantes de ocio con la rutina cotidiana y las tensiones subjetivas frente a una práctica que se percibe incontrolable. Finalmente, se retomarán esos alcances desde diagnósticos de la sociedad contemporánea que permiten situar a la práctica ociosa en cuestión como una cristalización de atributos de su sociedad.

Uso diferenciador del Me Gusta

En términos estratégicos, los y las jóvenes hilan sentidos en torno al ocio digital en las Social Media como una acción orientada a resolver una necesidad concreta: vivir un momento de entretención que desconecte de las actividades rutinarias a través del encuentro con sus cercanos y amigos. Ahora bien, los actores también despliegan estrategias de diferenciación de estatus, que movilizan sus atributos y conductas para conseguir reconocimiento y prestigio entre los pares. Al “Me Gusta” de Facebook, se le puede impugnar dicho uso diferenciador.

Respecto al uso diferenciador del “Me gusta” se interpreta que no todos pueden acceden al mismo reconocimiento. De acuerdo a las diferencias identificadas entre los relatos de las y los jóvenes, algunos de ellos y ellas parecen contar con una Vida Cotidiana

suficientemente atractiva y ocupada para suministrar constantemente contenido a publicar del gusto de sus espectadores, en cambio otros y otras jóvenes disponen de vidas menos *interesantes* para la audiencia de las Social Media. Algunos pueden subir el viaje a la playa del fin de semana, la comida en el restaurante, las vacaciones en el extranjero, etc., mientras otros no tanto. Esa diferencia, parece no depender exclusivamente de las capacidades editoriales del productor de contenido, sino que de ritmos de vida permitidos. Algunos podrían estar presentando un ritmo de vida acoplado al constante movimiento de un lugar a otro, al hacer permanentemente una actividad tras otra, o, como Z. Bauman (2006) diagnóstica, al consumo encadenado de una experiencia tras otra. Mientras otros se mueven en distancias más cortas, tienen más pausas y deben priorizar lo que se consume. Los primeros, tienen más posibilidades de gustar, mientras que los segundos no. Los primeros tienden a ser los protagonistas de lo compartido en el ocio digital, mientras que los segundos son más espectadores y comentaristas. Así, unos instrumentalizan sus atributos y posiciones sociales para conseguir un estatus, produciendo en el ocio digital en las Social Media distinciones presentes en la Vida Cotidiana de los y las jóvenes, las cuales otorgan mayor influencia a algunos respecto de otros. Influencia que finalmente puede ser interpretada como poder, al implicar una mayor capacidad de definición del modo en que se debe comprender la realidad. Como diría Ch. Rojek (2005, pág. 17), en el ocio también se delimitan los modos de actuar apropiados.

Hiperconectados por frágiles y desiguales lazos

Por otra parte, la frecuente y a veces *intrusa* presencia del ocio digital en la Vida Cotidiana de los y las jóvenes nativos digitales, lo ha vuelto también un importante momento de socialización. Como se ha señalado, los tiempos de ocio mediatizados, permiten el encuentro y la participación de varios “usuarios” durante diversos instantes del día a día, favoreciendo el establecimiento de lazos sociales que construyen grupos de pertenencia, ofrecen marcos de referencia para la acción y otorgan identidad. No obstante, aquel alcance socializador parece no implicar a todos por igual, y parecería ofrecer un lazo social carente de estabilidad.

El análisis de los relatos de los y las jóvenes permite identificar diferencias en los niveles de integración a estos espacios de socialización. Algunos parecen disponer de los

soportes tecnológicos necesarios y de las prácticas cotidianas adecuadas para participar activamente exhibiéndose en las Social Media. Mientras que otros, en un rol más pasivo son, principalmente, espectadores de lo ya publicado, pues no disponen de las tecnologías que garantizan un acceso permanente a las Social Media, ni del contenido digno de publicar. Así, unos logran mayor protagonismo e integración en esos espacios de socialización, en tanto otros participan menos de las comunidades generadas en torno al ocio digital.

Lo anterior insiste en reconocer condicionantes contextuales en los alcances del ocio digital. La ampliación en el acceso a las Social Media, no garantiza que todos los usuarios consigan los mismos niveles de protagonismo e integración dentro de estos espacios de socialización. En ese sentido, las brechas digitales deben buscarse en los rendimientos que los actores pueden darle a sus prácticas en las plataformas digitales. Tal como ya lo advertían distintos estudios, las brechas digitales dan cuenta de condiciones contextuales que no solo se expresan como posibilidad de acceder a las tecnologías digitales (PNUD, 2006; DiMaggio, Hargittai, Neuman, & Robinson, 2001; Hargittai & Hinnant, 2008)

Ahora bien, aquella posibilidad de articulación de tejido social implicada en el ocio digital ya identificada por estudios anteriores (Viñals, Abad, & Aguilar, 2014) y corroborada por el presente, parece estar orientada por una lógica que le imprime cierta fragilidad al lazo establecido, generando una constante demanda por la actualización del vínculo en cada instante de ocio. Aquel momento acotado de distracción de la rutina se presenta insuficiente para garantizar por sí solo una pertenencia, reconocimiento y/o identidad. Al parecer se requiere una constante sucesión de momentos de ocio para mantener el lazo establecido. Es decir, el ritmo acelerado, encadenado e incluso, a veces, impulsivo de consumo de instantes de ocio digital, puede ser reflejo de la percepción de fragilidad del vínculo generado. En palabra de los jóvenes, el riesgo a perder el lazo es permanente: “-Ahora el que no está conectado en verdad (...) No es nadie. -No sé si es nadie, sólo que es muy difícil ubicarlo” (Hombre, 19-25 años, C3-D).

Los actores, encuentran en esas prácticas la posibilidad de constituir una identidad, y con ello una identificación con otros similares. No obstante, dichos anclajes están inmersos en las lógicas de un mercado que ofrece productos efímeros, obligando al consumidor a un

constante transitar de un producto a otro. Aquello, trasladado al proceso de socialización identificado en las prácticas de ocio digital, sugiere señalar que el ocio en las Social Media resulta el producto de una industria que a ritmos acelerados genera una gran diversidad de breves momentos de entretención que posibilitan instantáneos y sucesivos anclajes de sentidos.

Lo anterior se puede situar en un contexto social caracterizado por la ausencia de anclajes rígidos y estables que orienten la acción y aseguren la identificación de los sujetos con ciertos grupos sociales de pertenencia. Se puede situar en los rasgos de una “Sociedad Líquida” (Bauman, 2006) caracterizada por un hipersegmentado mercado que a un ritmo acelerado de “lanzamiento de nuevos productos” proporciona una “multiplicidad de gamas y opciones” de objetos o prácticas de consumo, los cuales funcionan como anclajes temporales de un sentido de la acción e identidad (Lipovetsky, 2011, pág. 35). En base a lo anterior, puede proponerse que la experiencia de ocio digital en las Social Media es un importante momento de articulación de tejido social, no obstante, el lazo de aquel entramado está dotado de la misma brevedad y fragilidad del acto ocioso, que en su formato y contenido se ha adaptado al efímero instante de conexión.

En otras palabras, parece que el ocio digital hiperconecta a sus jóvenes usuarios en redes que requieren una permanente actualización y que no se extienden para todos por igual.

La rutina desrutinizada, y la desrutina rutinizada

Por otra parte, tal como fue advertido en el análisis, esos breves instantes de entretención practicados por las y los jóvenes durante cualquier momento del día tensiona los consensos sociales que regulan el cómo habitar las situaciones cotidianas, pues emerge como un intruso violador de los ritos cotidianos. Se puede señalar que el ocio digital en las Social Media al igual que cualquier otra práctica o situación cotidiana se encuentra regulada por normas que establecen las conductas permitidas y las prohibidas. Aún más, esas normas operan también limitando los esquemas que orientan la acción de esa práctica o situación cotidiana. El ocio digital contaría con reglas de juego (Elias & Dunning, 1992) que restringen las orientaciones a la acción adecuadas (Lahire, 2004).

En ese sentido, el encuentro del ocio digital con cualquier otra actividad cotidiana genera espacios que contienen diversas situaciones. Estos espacios también pueden juntar

situaciones con normas contradictorias, como sucede cuando el ocio se encuentra con cualquier otra instancia de la rutina cotidiana. Aquel encuentro parece generar una tensión en los y las jóvenes, quienes defienden con valoraciones los modos heredados de actuar y significar las prácticas, pero que de a poco van transando con el nuevo intruso creador de *espacios heterotópicos* (Bryce, 2001).

Podría proponerse que aquel repetitivo encuentro tiene como consecuencia un replanteamiento de las diferencias entre la rutina cotidiana y aquel acto ocioso, generando una desrutinización de la rutina y una rutinización del ocio. El encuentro repetitivo del ocio digital con instancias rutinarias de la Vida Cotidiana, parece matizar las características de ambos, otorgándole desorden a la rutina y orden al ocio.

Aquellos, “canales recurrentes de acción, (...) y que a su vez imponen sobre el individuo un alto grado de regularidad, constancia y control emocional en la conducta y que bloquean otros canales de acción” (Elias & Dunning, 1992, pág. 125), se encuentran constantemente con instancias de ocio que convocan a esos ánimos, sentimientos y emociones prohibidas por la rutina. No obstante, ese ocio practicado en las Social Media carece de la intensidad suficiente para evocar el completo descontrol y experimentación de sentimientos y emociones censuradas por la rutina cotidiana. Esas breves conexiones que generan un momento de ocio, no parecen suficientes para despertar las intensas emociones y sentimientos característicos en otras actividades de ocio. Por cuanto, pierde esa función descompresora de represiones y coacciones que compensa las rígidas normalizaciones de las esferas rutinarias de la Vida Cotidiana.

Lo anterior se puede vincular con la fatiga y culpa generada por las repetitivas prácticas de ocio en las Social Media, según los y las jóvenes usuarios. El ocio inserto en las rutinas cotidianas se vuelve una actividad más a desarrollar durante la jornada, que carece de una intensidad suficiente para generar esas emociones intensas, o incluso catárticas, asociadas a otras instancias de ocio, y que además, es contradictoriamente juzgada a partir de su productividad. En ese sentido, la rutina empapa al ocio de sus propias lógicas, volviéndolo una práctica más de la rutina. Insistiendo en la misma inmersión del ocio digital en la rutina, surge la asociación que los y las jóvenes plantean entre el tiempo de descanso y el

espacio rural, por una parte, y entre la ciudad, el movimiento permanente y el ocio en las Social Media, por otra parte.

Ahora bien, tanto el proceso de socialización implícito al acto ocioso en plataformas digitales como la baja intensidad de la experiencia sugieren revisar la conceptualización que define al ocio digital como “burbujas de ocio”, desarrollada por R. Igarza (2009). El concepto resulta adecuado para describir el formato y contenido breve y encapsulado de los instantes de ocio que eventualmente pueden ser consumidos en cualquier situación de la Vida Cotidiana (Ibid.). Sin embargo, resulta inapropiado utilizar la noción “burbuja” para referirse a los procesos de interacción y generación de lazos, junto a la permeabilidad del ocio digital en la rutina cotidiana que aísla poco de lo que sucede alrededor del actor. Son, más bien, burbujas porosas que conviven con la situación interrumpida y que hiperconectan a sus usuarios con muchos otros.

Aquello, insiste en el lugar que los y las jóvenes le asignan al ocio en las Social Media: es una práctica inserta en la rutina, que replantea las distancias clásicas entre ambos momentos. A partir de los análisis elaborados se podría sostener que la rutina cotidiana de los y las jóvenes presenta una flexibilidad distinta a la contemplada por N. Elias y E. Dunning (Ibíd.). La rutina de los y las jóvenes avanza interrumpida por instantes de ese ocio simplificado en su contenido e intensidad.

Proceso de subjetivación obstaculizado.

Por su parte, respecto a los procesos de subjetivación desarrollados en el ocio digital se reconoce que los sujetos encuentran en la práctica en cuestión la posibilidad de elaborar modos particulares y auténticos de comprender la realidad que los alejan y diferencian de sus pares. Amparados en una parcial sensación de libertad, la práctica de ocio elegida refleja una imagen de sí mismos que aporta a la construcción de sus propios proyectos subjetivos, una auto valorización de ese producto, una sensación de realización en la actividad desarrollada y la elaboración de la imagen que desean mostrar a otros. Los y las jóvenes encuentran soportes para sus proyectos de subjetivación en el ocio en las Social Media cuando desarrollan habilidades y aprendizajes, exhiben las actividades cotidianas y se apropian de dichas plataformas. También, son proyectos que se sustentan en las

distancias críticas propuestas por los actores respecto al ocio digital, las cuales insisten en la diferencia del actor con el resto.

Por cuanto, los resultados del presente estudio se alinean con los autores que advertían del importante rol del ocio digital en los proyectos subjetivos (Stebbins, 2009; Rojek, 2010; Viñals, 2013; Codina & Munné, 2002).

La industria del ocio digital parece comprender que sus clientes buscan experiencias únicas y genuinas que aporten a la definición de una subjetividad auténtica y distanciada reflexivamente de los pares. Búsqueda acentuada por las y los jóvenes, quienes se muestran sensibles a los rendimientos subjetivizantes del ocio digital en las Social Media. Aquel rendimiento subjetivo del ocio digital en las Social Media puede explicar la diversa y segmentada oferta de prácticas de ocio digital disponible, advertida por autores como R. Igarza (2009).

Nos obstante, en el ocio digital los sujetos también enfrentan dificultades para desplegar sus proyectos subjetivos, dado que sus capacidades de elección se sienten amenazadas por un ritmo de consumo que impone una presión y sensación de dependencia.

El descontrol percibido por las y los jóvenes sobre los ritmos de consumo de instantes ociosos en las Social Media, sugiere someter nuevamente a revisión las conceptualizaciones que asumen como condición del acto cierta libertad de elección. Al parecer, en el ocio digital la plena satisfacción entre acto y voluntad personal no es condición para su realización. Más bien, los y las jóvenes manifiestan sentirse presionados a mantenerse conectados durante sus jornadas. Aquella sensación de descontrol sobre sus propias conductas, molesta en tanto obstaculiza una genuina construcción subjetiva, que espera utilizar sus potencialidades para llenar esa articulación aún indefinida. Aquí, no importa la veracidad de la coacción, más bien, basta con la sensación de descontrol y el convencimiento de que los sujetos cuentan con potencialidades para constituirse subjetivamente (Dubet, 2010b).

Los y las jóvenes, mediante la incomodidad del descontrol, podrían estar acusando un mandato interiorizado a ser permanentes transeúntes entre espacios físicos y virtuales en búsqueda de ese hacer que va definiendo en cada acto o consumo sus subjetividades, pero que al mismo tiempo reproduce la caducidad del anclaje de sentido consumido. Aquella

sensación de demanda a mantenerse conectado constantemente, puede interpretarse como una práctica entroncada con las dinámicas de una “sociedad de consumidores” que somete a sus integrantes a ritmos acelerados de consumo, en donde los sujetos pueden elegir que consumir, pero no pueden elegir dejar de consumir (Bauman, 2006).

Siguiendo la línea interpretativa propuesta, aquella presión se vive de diferente forma entre quienes cuentan con los recursos para seguirla y entre quienes no. Esto, podría conllevar que algunos aprovechen los rendimientos constitutivos de subjetividad implicados en las prácticas de ocio digital para seguir elaborando sus proyectos subjetivos, mientras que otros no tanto. Algunos podrían mantener con relativo éxito un ritmo de vida vertiginoso, que en cada consumo encuentra la posibilidad de ir construyendo un sentido de vida, o, como diría Garcia Canclini, una identidad (1995). Mientras que otros, los de vidas más pausadas y carente de los recursos para mantener un consumo acelerado, van cargando la frustración de proyectos identitarios incompletos, que no pueden realizarse en ese devenir de prácticas exigidas. Frustración que puede terminar interiorizándose como una insatisfacción consigo mismo (Ehrenberg, 2000) y que también puede transformarse en sentimientos de vivir una vida desprovista de sentido, sentimiento de no ser nunca uno mismo. “Impresión de “impotencia”, sentimiento de no ser más que el espectador de la propia vida, temor de ser invisible por sentirse reducido a un cliché” (Dubet, 2010a, pág., 118).

Una sociedad cambiando en la experiencia social del ocio digital en las Social Media

Al situar la experiencia social estudiada en su contexto social para comprender con mayor profundidad los rendimientos sociales del ocio digital en las Social Media por parte de los y las jóvenes, es posible identificar que los rasgos de una sociedad se expresan en la experiencia social en cuestión.

En los sentidos mentados de esos instantes de ocio aparecen los atributos de una sociedad que propone una nueva relación entre el espacio y el tiempo, un proceso de desanclaje de los proyectos subjetivos, la emergencia de la reflexividad de los sujetos como la alternativa que resuelve la incertidumbre que los cambios han generado, y un ritmo de vida acelerado que supone el constante movimiento de una actividad a otra, de un objeto de

consumo a otro. Todos ellos, atributos de sociedades contemporáneas que ya han sido advertidos, con distintos énfasis, por diversos autores (Bauman, 2006; Giddens, 1990; Castells, 1997; Lipovetsky, 2011). A continuación se argumentan dichas coincidencias.

Por una parte, engarzado al aceleramiento del tiempo y reducción de las distancias, el ocio surge en espacios rutinarios regulados, replanteando las fronteras entre ambos. Con ello, el ocio aparece como burbuja porosa carente de los efectos recreativos o catárticos asociados a intensas emociones y placeres, en tanto la rutina se desordena, debilitándose esos canales recurrentes de acción que imponían “sobre el individuo un alto grado de regularidad, constancia y control emocional en la conducta y que bloquean otros canales de acción aun cuando correspondan mejor al estado de ánimo, los sentimientos y las necesidades emocionales del momento” (Elias & Dunning, 1992, pág. 125).

Aquello se puede asociar al proceso de globalización que tiende redes de interacción soportadas por las tecnologías digitales móviles y estáticas, en donde las distancias espaciales se reducen y los tiempos se aceleran, llegando incluso a permitir el encuentro de dos momentos en un mismo espacio o facilitando la realización de una actividad tras otra (Giddens, 1990).

Por otra parte se puede proponer que el ocio digital en las Social Media se inserta en la Vida Cotidiana de los y las jóvenes como una experiencia de consumo que les otorga anclajes a sus proyectos subjetivos. En ese sentido, en esos instantes de conexiones ociosas los actores despliegan una experiencia con alcances multidimensionales que en conjunto le confieren orientación al actor en sus proyectos de constitución subjetiva. Allí podrán desarrollar procesos de socialización que consoliden pertenencias o generen nuevas, así como encontrar atributos que los diferencien del resto como sujetos, o bien, intentar conseguir posiciones de prestigio a través de las lógicas de las mismas plataformas digitales. En ese sentido, la experiencia de ocio digital, resulta un soporte en donde los actores logran resolver los desafíos que los cambios sociales van generando.

En la misma línea interpretativa, se puede agregar que esas burbujas porosas de ocio ofrecen alcances de corta duración, demandando usuarios constantemente conectados para darle continuidad a los procesos de socialización, subjetivación o instrumentalización desplegados. Por cuanto, los lazos sociales consolidados o generados, los atributos

personales desarrollados o la distinción de estatus conseguida parecen presentar cierta fragilidad que demanda de una permanente actualización. En ese sentido, responder a la conversación del grupo de amigos de WhatsApp, compartir un video, o revisar la cantidad de “Me Gusta”, ponen en juego los esfuerzos de los y las jóvenes por anclar orientaciones de sentido e ir amarrando modos de habitar lo Cotidiano en tiempos de cambios acelerados.

Lo anterior parece entroncarse con una promesa de potencialidad sin límites, que según ciertos autores lleva a que los sujetos se asuman responsables de sus proyectos subjetivos y que se perciban capaces de hacer sin límites esos proyectos a través de sus prácticas (Bauman, 2006; Han, 2012). Movilizados por una promesa a “poder hacer” los actores se enfrascan en una concatenación de actividades, dentro de las cuales el ocio figura como alternativa. No obstante, bajo esta lógica las actividades deben ser productivas, por cuanto el ocio resulta una acción que se desarrolla con culpa, pues supone un desperdicio de tiempo. De este modo, el ocio en las Social Media se sitúa en un ritmo de vida acelerado entre una actividad y otra, pero que tensiona una supuesta demanda a ser productivos. Ambas situaciones parecen atentar contra los alcances emocionales o catárticos del ocio. Así, las diferencias polares entre la rutina y éstas burbujas porosas de ocio disminuyen, generando con ello dificultades para identificar claramente momentos cotidianos de ocio separados de la rutina. Con ello, la lógica productivista podría estar expandiéndose a momentos antes liberados para el tiempo improductivo, volviendo el día a día en jornadas extenuantes en el que hasta el ocio se experimenta con exigencias.

Los rendimientos del ocio en las Social Media no se distribuyen igualitariamente en la población joven. Tanto en el ámbito estratégico, socializador y subjetivo presentan distinciones. Cómo ya se advirtió, quienes cuentan con vidas más atractivas a la exhibición, mantienen y financian ritmos de vida acelerados y cuentan con acceso permanente a las plataformas de ocio digital son quienes más objetivos consiguen, más se integran a grupos sociales y más desarrollan sus proyectos subjetivos en esas burbujas porosas de ocio. Por lo que algunos pasan siendo protagonistas de esas prácticas, mientras otros son más espectadores de un mundo que les pasa. En consecuencia, el ocio digital reproduce diferencias sociales estructurales, y esto a pesar de la creciente ampliación y democratización en el acceso a los soportes y plataformas digitales.

Cabe agregar que los diferentes rendimientos del ocio en las Social Media, parecen depender más de esa distribución socioeconómica que la de género. Los resultados del estudio no permitieron identificar grandes distancias entre la experiencia de ocio de mujeres y hombres.

Aquellas lecturas sobre el ocio digital pueden situarse en los procesos de globalización, aceleración del tiempo y reducción de las distancias, en donde los anclajes de sentido que orientaban a los actores comienzan a situarse en interconexiones globales, desamarradas de una localidad o territorio (Garretón, 2000). A cambio de unas pocas y estables referencias de sentido, emergieron varias opciones caracterizadas por ser insuficientes para asegurar una orientación duradera y definitiva. Más bien, surgieron anclajes desechables (Bauman, 2004).

Asociado a los procesos de desanclaje y replanteamiento de la relación espacio y tiempo, se desestabilizan los consensos sociales que regulaban y anticipaban la vida social, aumentando la incertidumbre e imprevisibilidad respecto al futuro de la sociedad (Beck, 1998). Aquello volvió necesario que los actores reflexivamente resolvieran la incertidumbre a partir de la elaboración permanente de articulaciones de sentido para sus prácticas (Giddens, 1991). Con ello, los actores adquirieron mayor participación en la definición de cómo se habita la Vida Cotidiana y cuáles serán sus proyectos subjetivos (Martuccelli, 2007).

En ese contexto de transformaciones, aparece la experiencia del consumo como un anclaje de sentido disipador de incertidumbre que no resiste más tiempo que su consumación, demandando de un constante transitar de una experiencia a otra para darle continuidad a las referencias de sentido acogidas (Bauman, 2007). Por cuanto, los actores deben comenzar una búsqueda interminable entre esos marcos de orientación efímeros y frágiles ofrecidos por el mercado para articular anclajes de sentidos que les permita reconocer una trayectoria y un horizonte, y así constituir sus propios proyectos subjetivos (Bauman, 2004).

A modo de cierre, por ocio digital en Social Media se pueden entender aquellas breves conexiones realizadas durante las rutinas cotidianas para experimentar un momento de entretenimiento generada por la interacción mediada con otros. Tanto la extensión en tiempo y

contenido de la experiencia resulta acotada y supone una continuidad en la siguiente conexión ociosa. Como actividad repetitiva carece de la intensidad suficiente para aislar completamente a sus actores de la situación cotidiana contextual, no obstante, potencialmente sirve como momento de desconexión parcial, como intento de articulación de redes sociales, y como anclaje de un proyecto de subjetividad. Es decir, resulta un soporte cotidiano en donde los sujetos despliegan importantes procesos que los constituyen como tales.

La experiencia social de estos instantes de ocio propone nuevas formas de habitar lo cotidiano. Formas que expresan los procesos de transformación que diversos autores han diagnosticado en las sociedades contemporáneas. A nivel de la experiencia de los sujetos se expresan las transformaciones, situándose como causa y efecto de las articulaciones de sentido elaboradas por los sujetos.

Son transformaciones hechas experiencias que se expresan en las articulaciones de sentido elaboradas en torno al ocio en las Social Media, no obstante, podrían también expresarse en otras prácticas cotidianas. Es decir, queda pendiente comprender como otras prácticas cotidianas están reflejando y causando dichas transformaciones sociales. En ese sentido, queda pendiente profundizar en si acaso esos instantes de ocio proponen un formato de experiencia en expansión hacia otras actividades cotidianas, como las prácticas políticas o las relaciones interpersonales, el trabajo o el estudio. Tal vez ese formato que sacrifica contenido e intensidad de la experiencia a cambio de instantaneidad está presentándose en otras actividades cotidianas, replanteando en esos ámbitos los modos de habitar la Vida Cotidiana.

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abela, J. A. (2002). *Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada*. Granada: Departamento de sociología Universidad de Granada.
- Adimark, G. (2015). *Radiografía a los Jovenes Chilenos. En base al estudio Chile 3D*. Santiago: GFK Adimark .
- Agamben, G. (2007). *Infancia e historia. Destrucción de la experiencia y origen de la historia*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo editora.
- Águila, C. (2005). *Ocio, jóvenes y postmodernidad*. Almeria: Universidad de Almeria.
- AIM. (2013). *Informe Actualización Grupos Socioeconomicos* . Santiago: Asociación Investigadores de Mercado.
- Araujo, K., & Martuccelli, D. (2012). *Desafíos Comunes. Retrato de la sociedad chilena y sus individuos. Tomo I*. Santiago: Lom.
- Arias, M. (2011). *Usos de las redes sociales móviles y video juegos en la era digital*. Santiago: Editorial divergente S.A.
- Ayala, D. C. (2008). Nativos e inmigrantes digitales en la escuela. *CEE Participación Educativa*(9).

- Barroso, C. (2003). *Las bases sociales de la ludopatía. Tesis Doctoral*. Granada: Universidad de Granada.
- Baudrillard, J. (1989). *Crítica de la economía política del signo*. Ciudad de México: Siglo XXI.
- Bauman, Z. (2000). *Trabajo, consumismo y nuevos pobres*. Barcelona: Gedisa.
- Bauman, Z. (2004). *Modernidad Líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Bauman, Z. (2005). *Identidad*. Buenos Aires: Losada.
- Bauman, Z. (2006). *La globalización. Consecuencias humanas*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Bauman, Z. (2007). *Vida de Consumo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Beck, U. (1998). *La Sociedad del Riesgo. Hacia una nueva modernidad*. Buenos Aires: Paidós.
- Berman, M. (1995). *Todo sólido se desvanece en el aire. La experiencia de la modernidad*. Madrid: S. XXI editores.
- Bryce, J. (2001). The technological Transformation of Leisure. *Social Science Computer Review*, 19, 7-16. Recuperado el 3 de Abril de 2015, de <http://ssc.sagepub.com/content/19/1/7.abstract>
- Canales, M. (2006). *Metodología de investigación social. Introducción a los oficios*. Santiago: LOM.
- Castells, M. (1996). *El Surgimiento de la Sociedad de Redes*. s/c: Blackwell Publishers.

- Castells, M. (1997). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Madrid: Alianza.
- Chilescopio. (2013). *Chilescopio 2013. Cómo somos los Chilenos*. Santiago: Chilescopio.
- CNTV. (2014). *VIII Encuesta Nacional de Televisión*. Santiago: Consejo Nacional de Televisión.
- CNTV. (2015). *Jóvenes en Chile Hoy: ¿Receptores o emisores mediales?* Santiago: Consejo Nacional de Televisión.
- Codina, N., & Munné, F. (2002). Ocio y Tiempo Libre: Consideraciones desde una perspectiva psicosocial. *Licere*, 5(1), 59-72. Recuperado el 24 de 2 de 2015, de <http://www.academia.edu/>
- De Certeau, M. (2000). *La invención de lo cotidiano. 1 Artes de Hacer*. México: Universidad Iberoamericana .
- DiMaggio, P., Hargittai, E., Neuman, W., & Robinson, J. (2001). Social implications of the Internet. *Anual Review of Sociology*(27), 307-336.
- Dubet, F. (2010a). *Sociología de la experiencia*. Madrid: Complutense.
- Dubet, F. (2010b). *La experiencia Sociológica*. Madrid: Gedisa.
- Dubet, F., & Martuccelli, D. (1998). *En la Escuela. Sociología de la experiencia escolar*. España: Losada.
- Ehrenberg, A. (2000). *La fatiga de ser uno mismo. Depresión y Sociedad*. Buenos Aires : Nueva Sociedad .

- Elias, N., & Dunning, E. (1992). *Deporte y Ocio. En el proceso de la civilización*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Gainza, A. (2006). La entrevista en profundidad individual. En M. Canales, *Metodología de investigación social. Introducción a los oficios*. Santiago: Lom.
- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización*. Ciudad de México: Grijalbo.
- García, E., López, J., & Samper, A. (2012). Retos y Tendencia del Ocio Digital: Transformación de dimensiones, experiencias y modelos empresariales. *Arbol*, 188(754), 395-407. Recuperado el 7 de Abril de 2015
- García, F. (2009). *Nativos Interactivos. Los adolescentes y sus pantallas: reflexiones educativas*. Madrid: Foro Generaciones Interactivas.
- Garretón, M. (2000). *La sociedad en que vivi(re)mos. Introducción sociológica al cambio de siglo*. Santiago: LOM ediciones.
- Giddens, A. (1990). *Las Consecuencias de la Modernidad*. Madrid: Alianza.
- Giddens, A. (1991). *Modernidad e identidad del yo*. Barcelona: Península.
- Giddens, A. (1995). *La constitución de la sociedad: Bases para la teoría de la estructuración*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Halpern, D. (2012). *Tren Digital*. Recuperado el 20 de Julio de 2013, de http://trendigital.cl/?page_id=1955
- Halpern, D. (2013). *Segundo Informe Panel Online*. Santiago: Facultad Comunicaciones - Trendigital.

- Halpern, D. (2014a). *Cómo las Tics nos afectan en nuestro diario vivir*. Santiago: Facultad Comunicación UC - Trendigital.
- Halpern, D. (2014b). *Social TV en Chile: Hábitos y Tendencias*. Santiago: Facultad Comunicaciones UC - Trendigital.
- Han, B.-C. (2012). *La sociedad del cansancio*. Barcelona : Herder.
- Hargittai, E., & Hinnant, A. (2008). Digital Inequality: Differences in Young Adults Use of the Internet. *Communication Research*, 35(5), 605-621.
- Heller, Á. (1987). *Sociología de la vida cotidiana*. Barcelona: Ediciones Península.
- Hernández, R., Fernández-Collao, C., & Babtista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. Ciudad de México: Mc Graw Hill.
- Hine, C. (2004). *Etnografía virtual*. Barcelona: Editorial UOC.
- Igarza, R. (2009). *Burbujas de ocio. Nuevas formas de consumo cultural*. Buenos Aires: La Crujía.
- INE. (2012). *Censo 2012. Síntesis de Resultados*. Santiago: INE.
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). Uses od the word, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. Recuperado el 4 de 7 de 2015, de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681309001232>,
- Kietzmann, J., Hermkens, K., McCarthy, I., & Silvestre, B. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business*

Horizons, 54, 241-251. Recuperado el 8 de Junio de 2015, de

<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681311000061>

Lahire, B. (2004). *El hombre plural. Los resortes de la acción*. Barcelona: Bellaterra.

Lipovetsky, G. (2011). El reino de la hipercultura:cosmopolitismo y civilización occidental.

En G. Lipovetsky, & H. Juvin, *El occidente globalizado. Un debate sobre la cultura planetaria* (págs. 11-102). Barcelona: Anagrama.

Martuccelli, D. (2007). *Cambio de rumbo: la sociedad a escala del individuo*. Santiago:

Lom ediciones.

McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser*

humano. Barcelona: Paidós.

Morduchowicz, R. (2008). *Los jóvenes y las pantallas*. Barcelona: Gedisa.

Morley, D. (2008). *Medios, Modernidad y Tecnología: Hacia una teoría interdisciplinaria*

de la cultura. Barcelona: Gedisa.

Munné, F., & Codina, N. (2002). Ocio y Tiempo libre: Consideraciones desde una

perspectiva psicosocial. *Licere*, 5(1), 59-72.

Orellana, D. (2009). La vida cotidiana. *Revista Universitaria de Investigación y Diálogo*

Académico, vol 5, No. 2.

Owloo. (2013). *Owloo*. Recuperado el 21 de Mayo de 2013, de

<http://www.owloo.com/facebook-stats/chile/>

PNUD. (2006). *Desarrollo humano en Chile. Las nuevas tecnologías: ¿Un salto al futuro?*

Santiago: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo .

- Presky, M. (2001). Nativos digitales, Inmigrantes digitales. *On the horizon Vol. 9, No. 6* (Mcb University Press).
- Rojek, C. (2005). An outline of the action approach to leisure studies. *Leisure Studies*, 24(1), 13-25.
- Rojek, C. (2010). *Leisure Studies. Volumen I: Origins: Classic & Contemporary Theories*. Delhi: SAGE.
- Romo, C. (2003). Tiempo de Libertad para la Libertad. Algunos apuntes sobre la crítica a la alienación del ocio en la sociedad industrial avanzada. *Baerica. Estudios de Arte, Geografía e Historia*, 773-790.
- Scolari, C. (enero-junio de 2009). Conversaciones teóricas, divergencias conceptuales y transformaciones en el ecosistema de medios. *Signo y pensamiento N°54*, XXVIII(54).
- Silverstone, S. (1994). *Televisión y vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu .
- Stebbins, R. (2009). Serious Leisure and Work. *Sociology Compass*, 3(5), 764-774.
Recuperado el 3 de 5 de 2015, de <http://dx.doi.org/10.1111/j.1751-9020.2009.00233.x>
- Subtel. (2015). *Informe estadístico telecomunicaciones. Resumen ejecutivo*. Santiago: Subtel.
- Touraine, A. (1997). *¿Podremos vivir Juntos? Iguales y diferentes*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Valles, M. (1998). *Técnicas cualitativas de investigación social*. Madrid: Síntesis.

- Veblen, T. (2000). *Teoría de la clase ociosa*. elaleph.com. Obtenido de <http://psikolibro.blogspot.com>
- Viñals, A. (2013). Las redes sociales virtuales como espacios de ocio digital". *Fonseca, Journal of Communication*(6), 155-182. Obtenido de <http://fjc.usal.es/index.php/component/content/article/126-lasredessocialesvirtuales>
- Viñals, A., Abad, M., & Aguilar, E. (2014). Jóvenes conectados: Una aproximación al ocio digital de los jóvenes españoles. *Communication Papers*, 3(4), 52-58. Recuperado el 20 de 3 de 2015, de www.communicationpapers.es
- Weber, M. (1972). *El político y el científico*. Madrid: Alianza.

ANEXOS I

Operacionalización de dimensiones

A continuación se presenta la operacionalización de las principales dimensiones de la investigación Fondecyt Regular “Convergencia mediático tecnológica y vida cotidiana: Transformaciones socioculturales del Chile contemporáneo”. Estas dimensiones, subdimensiones y categorías orientaron el diseño de los Grupos Focales implementados y el análisis preliminar de la información producida.

Este material fue producido por el equipo de investigación del proyecto.

Dimensiones	Subdimensiones	Categorías
Valoración de la tecnología	Positiva.	
	Negativa.	
	Pharmakon: Valoraciones que son al mismo tiempo positivas y negativas.	
Temporalidad: Relatos sobre pasado, presente y futuro en relación a la tecnología.	Memoria: Cuando los sujetos para referirse al pasado aluden a diferentes tecnologías o bien, hablar del pasado a partir de la tecnología.	
	Aceleración: aceleración del cambio social, cambio tecnológico o del tiempo en general.	
	Obsolescencia: Caducidad de la tecnología.	
	Cambio generacional: Sobre las referencias que comparan entre los niños, jóvenes, adultos, respecto al uso de tecnologías.	
Significaciones de la tecnología: cómo se describe e interpreta la tecnología y las	Relatos: Narraciones asociadas a la tecnología.	Ente todopoderoso: significación de la tecnología como una entidad independiente de los sujetos,

transformaciones generadas.		poderosa que se rige por propias reglas incontrolables.
		Cultura audiovisual: Referencia a imaginarios, producciones o audiovisuales.
		Sujeto pasivo: Sujetos pasivos en relación a la tecnología, sujetos que ya no actúan física o mentalmente.
		Relatos de género: La significación que tiene la tecnología en función al género
		Remediación: Transformación de un medio en otro en el contexto de la convergencia tecnológica.
		Transformaciones vida cotidiana: Cambios en los hábitos de los sujetos en relación a la tecnología.
		Centro-periferia: desigualdades tecnológicas referidas a países ricos/pobres. ciudades capitales/regiones, etc.
		Concepto: Palabras de cierre, asociados a la tecnología.
	Status: status atribuido al sujetos a partir del uso, acceso, consumo de determinadas tecnologías.	

Pauta de Grupos Focales

- 1) ¿Qué se viene a la cabeza cuando les hablan de tecnología?
 - a. Desarrollo de idea restringida (Tecnologías de la Información y la comunicación)
 - b. Desarrollo de idea amplia
- 2) ¿Según ustedes, cuáles (tecnologías) se usan más?
 - a. ¿Según ustedes, cuáles usan más los y las jóvenes?
 - b. ¿Según ustedes, cuáles usan más la gente en general?
- 3) ¿Dónde y para qué se usan (esas tecnologías)?
 - a. ¿En cuales lugares (casa, trabajo, transporte, colegio, universidad, fiestas, etc.)?
 - b. ¿Con qué roles (pareja, hijo, hermano, amigo, etc.)?
 - c. ¿Para cuales actividades (entretención, trabajo, estudios, etc.)?
 - d. ¿Mientras usas simultáneamente otras tecnologías (tecnologías que se usan al mismo tiempo)?
- 4) ¿Cómo sería un día sin tecnologías?
 - a. ¿Cómo sería un día de sus vidas sin tecnología?
 - b. ¿Cómo sería un día en el mundo sin tecnologías?
- 6) ¿Y, como sería un mes sin tecnologías?
- 7) ¿Cuáles creen ustedes que es lo que comparte con mayor frecuencia?
- 8) ¿Cómo se ha transformado la vida con las tecnologías?

ANEXOS II

En el CD adjunto al material impreso se encuentra el contenido del Anexo II. Dentro de éste apartado se encuentran las transcripciones de los grupos focales analizados.