

# Las formas comunicativas en las redes sociales

## El caso del fotoblog

Silvia Bursset

El presente artículo expone cómo las nuevas formas comunicativas de los jóvenes en la Red pueden estar influyendo en sus procesos cognitivos. Ante esta situación, se plantea la necesidad de que la educación formal se adapte a las maneras de comprender y expresarse que los chicos y las chicas están desarrollando. Como ejemplo de nueva forma comunicativa se expone el fotoblog en el entorno adolescente.

▣ **PALABRAS CLAVE:** jóvenes, educación, comunicación, conocimiento, aprendizaje, fotoblog, tecnología, redes sociales.



### La Red genera nuevas formas de comunicación: más allá de una obviedad

Internet ha supuesto un cambio de paradigma en el estudio de las relaciones comunicativas. Esta afirmación se sustenta en que no solo es relevante la fractura de fronteras espaciales y temporales entre las personas, sino también las consecuencias que se derivan de estos nuevos modos de comprender y expresarse.

Bruner (2002, p. 106) advierte que los significados se construyen en torno a

los procesos que se crean y negocian en una comunidad. El psicopedagogo norteamericano cree que estamos asistiendo a una revolución contextual porque, dentro de la interacción que se ocasiona entre el individuo y su contexto, vemos cómo este último influye en nuestras ideas sobre el conocimiento y en la manera de adquirirlo. Bruner afirma que el conocimiento de una persona no está simplemente en su cabeza, sino en las anotaciones, en los libros subrayados, en los manuales que aprende a consultar, en los amigos a quienes recurre y así sucesivamente.

Sin decirlo explícitamente, Bruner piensa que el conocimiento se genera de modo hipertextual. Es decir, **no tenemos un único modo de conocer, sino que dependiendo de cada situación adaptamos o creamos estrategias desde múltiples y variadas vías para desarrollar nuestras intenciones.**

Cuando hablamos de hipertextualidad, nos estamos refiriendo a un modo de generar, procesar e interpretar la información. En este sentido, el hipertexto para Lévy (1992, p. 40) es como:

*Un conjunto de nudos ligados por conexiones. Los nudos pueden ser*

*palabras, imágenes, gráficos o partes de gráficos, secuencias sonoras, documentos completos que a su vez pueden ser hipertextos. Funcionalmente, un hipertexto es un ambiente para la organización de conocimientos o de datos.*

La hipertextualidad nos lleva a un conocimiento provisional y no limitado del cual el sujeto es consciente. Está claro que esto provoca que no existan valores absolutos y todo se mida en términos de relatividad, que se apoya en ciertos parámetros ubicados en los intereses del individuo.

La actual generación de jóvenes construye el conocimiento a partir de la hipertextualidad en la Red. Boschma (2008, p. 58), licenciado en arte y consultor creativo en estrategias de marketing, ha denominado a la generación de adolescentes actuales como *Generación Einstein*:

*Esta revolución digital hace que la Generación Einstein sea, en esencia, una generación distinta a la nuestra a causa de tres cambios fundamentales: ha decaído la importancia de la autoridad como fuente de conocimiento, ha nacido una manera distinta de acceder a la información y el ordenador ha dejado de ser una máquina de escribir sofisticada para convertirse en una máquina social.*

Por tanto, diremos que la *identidad grupal* de los adolescentes no es

fruto del desconcierto y del supuesto caos posmoderno, sino de formas diferentes de enfrentarse a lo cotidiano.

Los jóvenes construyen sus valores y creencias entre la participación y el diálogo. En los entornos digitales son muy diferentes los modos de participación y de diálogo de los adolescentes de los de la generación precedente.

Esta situación se debe a varios motivos, pero, sobre todo, a dos:

- > El primero, porque los adolescentes han crecido en esos contextos y son parte de su ambiente; para ellos no son únicamente un medio.
- > La segunda razón es que los adolescentes tienen otros intereses y otras necesidades propias de su edad que distan de los intereses adultos.

Estas situaciones hacen que se creen afinidades grupales e identidades colectivas que contribuirán a que estas personas «crezcan» de modo diferente al de sus progenitores. Hay que decir

al respecto que la forma de usar la tecnología que tienen los jóvenes ha contribuido de manera contundente a ver más clara la distancia generacional.

Ante esta situación cabe preguntarse: ¿cómo se definen esas nuevas formas comunicativas? ¿Cómo los jóvenes dialogan y construyen sus narrativas?

### Las formas narrativas de la generación *before computer*.<sup>1</sup> El caso del uso de los adolescentes en el Fotolog

Los adolescentes son consumidores y creadores en su vida cotidiana de videoclips, videojuegos, cine, cómics, moda, series televisivas y medios infográficos y fotográficos en general. Todos estos ámbitos forman parte de una cultura visual en la que los sujetos reconocen formas discursivas propias de la imagen entendida en un contexto y situación. Si existe un discurso, es porque hay un proceso de selección, análisis y síntesis por parte del receptor que reconstruye los diferentes elementos para obtener «un significado con sentido», para interpretar un discurso desde la visualidad. Entendemos el concepto de *visualidad* como la interpretación del discurso multimodal que se muestra en la interfaz, porque tan visual es el texto escrito como las imágenes propiamente dichas.

Un ejemplo de ello es el Fotolog, una de las múltiples redes sociales que frecuentan los adolescentes. En el entorno adolescente un fotoblog se describe como un tipo de comunicación donde una imagen y una frase simbolizan la naturaleza del mensaje. Debajo de la imagen está escrito el texto que describe, refuerza o amplía el sentido de la fotografía o ilustración expuesta y que, además, sirve de reclamo para abrir paso a los comentarios de otros usuarios. Todas las imágenes y textos están fechados con día, mes y año, lo que nos permite considerarlo un cuaderno de bitácora o diario personal que

*La forma de usar la tecnología que tienen los jóvenes ha contribuido de manera contundente a ver más clara la distancia generacional*

recoge las ideas, los sentimientos y las expresiones del día a día de los adolescentes (imagen 1).

Los dibujos y fotografías que aparecen en los fotoblogs de los adolescentes no son ilustraciones para reconducir el significado de lo escrito, sino que forman una unión indisoluble y complementaria, donde no existe una frontera clara entre la imagen y la escritura, porque la visualidad está en la interpretación de la interrelación entre las imágenes y los textos escritos, ya que ambos son textos visuales (imagen 2).

En los fotoblogs de los adolescentes el texto escrito adquiere fuerza ilocucionaria por «cómo» se dice y no solo por lo «que» se dice. Por ejemplo, es recurrente la expresión «Te quiero» y sus formalizaciones en pantalla son variadas: «TQ», «TKM» (te quiero mucho), «tq», «tkkk», «tQ», etc. Las abreviaturas, la alternancia de mayúsculas y minúsculas y la inserción de emoticonos forman parte de los nuevos lenguajes hipermediales en los entornos comunicativos de los adolescentes como son el móvil, el Messenger o los citados fotoblogs. Por tanto, puede decirse que la visualidad genera nuevas formas discursivas porque cuando un adolescente dice «te quiero» de este modo:

▶ iiiiJJJJJ@TQ@tq@TQ@tq@TQ@tq@TQ@JJJJJ!!!!!!! ◀

está dando otro sentido al significado de la frase; existe un mayor énfasis en el sentimiento y emoción de la expresión y, por tanto, de la forma discursiva (imagen 3, en la página siguiente).



Imagen 1. Dos capturas de pantallas de una usuaria de Fotolog. Se han superpuesto las dos imágenes para visualizar la interfaz en una sola imagen

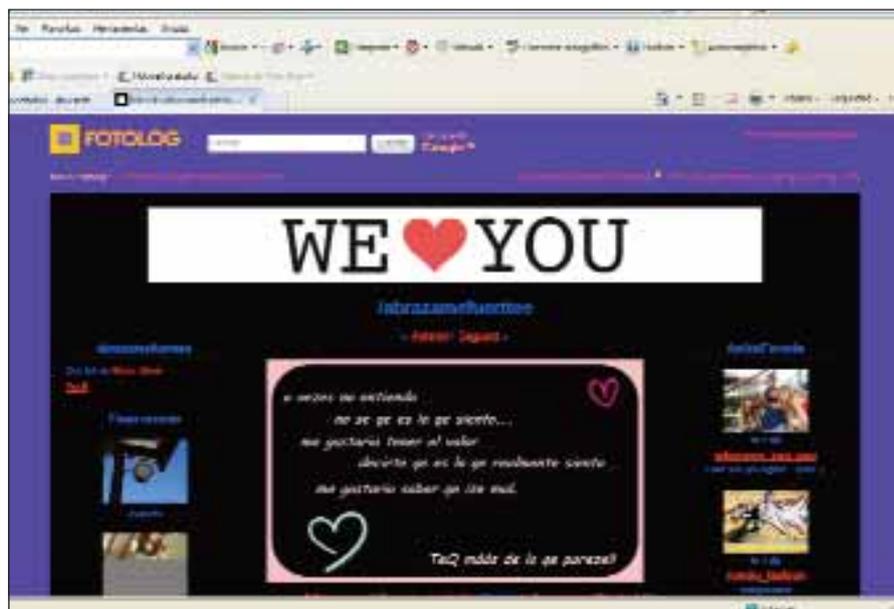
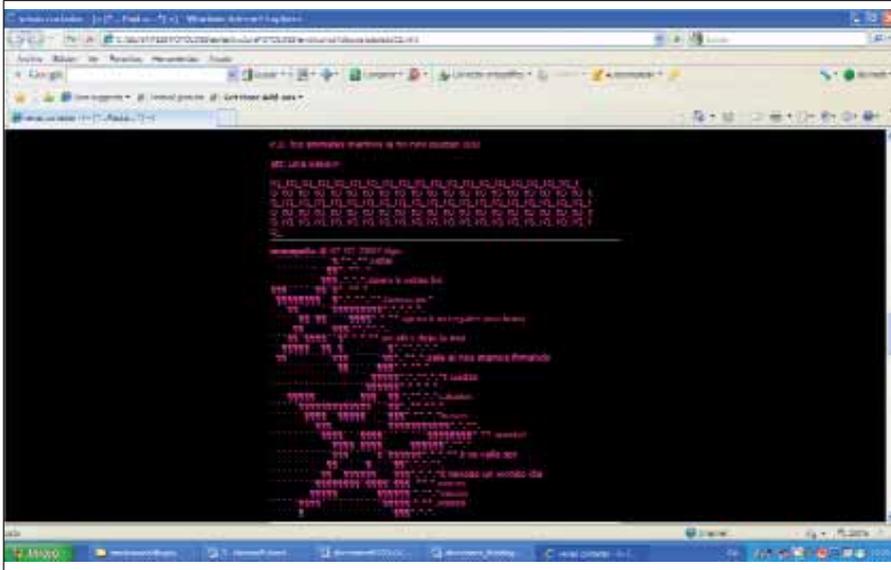


Imagen 2. Captura de pantalla de una usuaria de Fotolog, en la que podemos apreciar esa difícil escisión entre el texto y la imagen



**Imagen 3.** Las palabras no solo adquieren sentido por lo que dicen, sino por cómo se ven en la interfaz Trabajo cooperativo en el aula

El uso comunicativo de la imagen en la interfaz y la hipertextualidad nos ha conducido a un ritmo y a unas velocidades que están cambiando los modos de recibir, crear y procesar la información. Frente a esta realidad nos preguntamos: ¿está la educación formal contemplando los nuevos modos de comunicación de nuestros jóvenes?, ¿están los docentes atentos a las formas de procesar la información y comunicarse de sus alumnos?

**La educación es comunicación. De la descripción de una situación a la búsqueda de una solución**

Estaremos de acuerdo en afirmar que es necesario educar en medios de comunicación porque tal como exponen Ambrós y Breu (2011, p. 43):

*Los medios modifican la manera de pensar, de expresarse y de ser de los*

*jóvenes. Adoptan una serie de automatismos de lenguaje, de actitudes, de valores, mediante un fenómeno de identificación con los personajes del universo mediático.*

Efectivamente, el universo mediático dispone de una serie de reglas formales, conceptuales y... de seducción. El sonido, la palabra y la imagen se combinan en diferentes soportes para seducir y provocar una respuesta al receptor. Por tanto, desde esta perspectiva se precisa que la educación formal ofrezca estrategias, recursos y perspectivas para que el alumnado desarrolle competencias desde la crítica y la interpretación argumentada.

No obstante, nuestros jóvenes no son únicamente consumidores de medios, sino también creadores. El sociólogo Marcelo Urresti nos habla de la figura

del *prosumidor*. El *prosumidor* es el internauta que pasa de una navegación pasiva a producir información. Los jóvenes se encuentran en ese espectro que va del consumidor de información al productor de esta. Tenemos un ejemplo claro en las redes sociales; los jóvenes expresan con códigos propios toda una serie de cuestiones relacionadas con sus formas de pensar y vivir.

Vivimos en un momento en que la importancia la adquiere el proceso y no tanto el objeto, entendido esto en el sentido que lo expone Scolari (2008, p. 14):

*Cuando hablamos de pasar del objeto al proceso, nos referimos a las dinámicas cognitivas y culturales que las tecnologías digitales han puesto en marcha.*

Estos procesos tienen una influencia directa en los modos de aprender de los sujetos. Por tanto, debemos prestar atención a los nuevos modos de percibir y de expresarse de los jóvenes actuales, puesto que nos ayudará a ser más consecuentes con nuestras propuestas educativas. En este sentido, diremos que no es una cuestión de adaptarse a los modos de comunicación de los jóvenes, sino, más bien, de entenderlos.

*Es preciso que la educación formal ofrezca estrategias, recursos y perspectivas para que el alumnado desarrolle competencias desde la crítica y la interpretación argumentada*

Así, es interesante la cita de Prensky (2001, p. 1):

*Resulta claro que, como resultado de este entorno omnipresente y del enorme volumen de su interacción con él, los estudiantes de hoy piensan y procesan la información de manera fundamentalmente diferente a sus predecesores. Estas diferencias llegan mucho más lejos y más profundamente de lo que la mayoría de los educadores saben y sospechan. «Diferentes tipos de experiencias llevan a diferentes estructuras*

*cerebrales», dice el Dr. Bruce D. Berry del Baylor College of Medicine. Es muy probable que los cerebros de nuestros estudiantes hayan cambiado físicamente –y son diferentes de los nuestros– como resultado de la forma en que han crecido. Pero sea literalmente cierto o no, podemos decir con certeza que sus patrones de pensamiento han cambiado.*

Prensky asocia los patrones de pensamiento con ejemplos muy cotidianos a la vez que muy argumentativos, como el caso de leer un manual de un programa, en vez de asumir que será el propio programa el que nos enseñará a utilizarlo; o la necesidad de imprimir un documento con el fin de editarlo, en lugar de corregirlo en la pantalla; o hacer venir a las personas físicamente para ver un interesante sitio web y no enviarles la URL; o llamar por teléfono

para preguntar: «¿Recibiste mi correo electrónico?». Seguramente estos ejemplos nos han recordado situaciones vistas en otros o vividas en nosotros mismos: los inmigrantes digitales.

Prensky constata esta brecha generacional en el ámbito de la educación y advierte de los problemas que está

provocando el hecho de que sean diferentes las formas de adquisición del conocimiento y los procesos de profesorado y alumnado. Para solucionar la situación piensa que en los siste-

mas de enseñanza se deben reconsiderar tanto las metodologías como los contenidos.

Desde la educación exploramos diversas formas de comunicación, puesto que la educación es comunicación. En consecuencia, para que esta sea efectiva, debemos abogar por una *pedagogía de la empatía*. Esto no significa utilizar más soportes digitales, por ejemplo, sino atender cómo los jóvenes se comunican en los entornos de su vida cotidiana. No para hacer las situaciones de enseñanza-aprendizaje más efectistas, sino más efectivas. Si apostamos por una pedagogía competencial, estaremos de acuerdo en afirmar que la transferibilidad de lo que sucede en los espacios educativos no solo es una cuestión que atañe al alumno, sino también al profesor.

*Para que la educación sea efectiva, debemos abogar por una pedagogía de la empatía, que significa atender cómo los jóvenes se comunican en los entornos de su vida cotidiana*

Los jóvenes a través de la Red y de los entornos digitales *inventan posibilidades*<sup>2</sup> para crear y vivir situaciones, ideas, emociones o sentimientos a partir de la exploración de la cultura digital, de la cibercultura. La educación formal no puede obviar esta realidad. ■

## NOTAS



1. Término acuñado por el antropólogo Carles Feixa (2006).
2. Expresión del filósofo José A. Marina (2007, p. 20).

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS



- AMBRÒS, A.; BREU, R. (2011): *Educación en medios de comunicación. La educación mediática*. Barcelona. Graó.
- BOSCHMA, J. (2008): *Generación Einstein. Más listos, más rápidos y más sociales*. Barcelona. Gestión 2000.
- BRUNER, J. (2002): *Actos de significado. Más allá de la revolución cognitiva*. Madrid. Alianza.
- FEIXA, C. (2006): *De jóvenes, bandas y tribus*. Barcelona. Ariel.
- LÉVY, P. (1992): *La tecnología de la inteligencia*. Bolonia. Sygneron.
- MARINA, J.A. (2007): *Teoría de la inteligencia creadora*. Barcelona. Anagrama.
- PRENSKY, M. (2001): «Digital Natives, Digital Immigrants». *On the Horizon*, vol. 9(5).
- SCOLARI, C. (2008): *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona. Gedisa.

## HEMOS HABLADO DE:

- Comunicación y lenguaje.
- Internet.
- Ciencia, tecnología y sociedad.
- Uso de Internet.

## AUTORA

**Silvia Buset Burillo**  
Universidad de Barcelona  
sbuset@ub.edu

Este artículo fue solicitado por AULA DE INNOVACIÓN EDUCATIVA en julio de 2011 y aceptado en octubre de 2011 para su publicación.