



Revista F@ro N° 8 - Estudios

Identities juveniles móviles: la (re)configuración de lo social a partir del uso de la telefonía celular

María Victoria Martin **(1)**
 Facultad de Periodismo y Comunicación Social
 Universidad Nacional de La Plata
mvmartin@perio.unlp.edu.ar
 Recibido: 19 de septiembre 2008
 Aprobado: 20 de abril 2009
[\[Descargar PDF\]](#)

Resumen:

“Personales, portátiles y pedestres” (Ito, Okabe y Matsuda, 2006, p. 1); así son los nuevos dispositivos de telefonía celular. Los mismos, han generado la aparición de una serie de neologismos que comienzan con “M” y que dan cuenta de la influencia siempre creciente del uso de la tecnología móvil entre varios grupos sociales: m-comercio, m-literatura, m-ocio, m-juegos, y m- blog (fotologs), entre otros. En este sentido, creemos que los jóvenes hallan en la comunicación móvil una forma ideal de expresión y reafirmación sobre la que se apoyan muchas de las dimensiones que caracterizan a las culturas juveniles urbanas. Este trabajo presenta una aproximación a la relación entre identidades juveniles y telefonía celular como paradigmas emblemáticos de la época actual.

Palabras-clave: identidad / jóvenes / telefonía móvil / espacios sociales / poder

Abstract:

“Personal, portable and pedestrian” are three of the adjectives for describing the new mobile phones. Having generated new words that begin with “M”, they show the influence of mobile technology among different social groups. We believe that young people find in these items and ideal way for expressing and reaffirming their own urban cultures. The contribution of this article is an approach to the relationship between youth identities and mobile phone technology as paradigms of our times.

Key-words: identity / young people / mobile telephony / social spaces / power

La M-Identidad y la cosmética del móvil

Podemos señalar que la identidad se afirma y reconoce en los contextos de interacción y comunicación social con otros, por la presencia de ciertos rasgos distintivos y procesos de auto-identificación, de toma de conciencia de las diferencias y afirmación de las mismas respecto a otros individuos y grupos. Este proceso se asocia a múltiples reglas de comportamiento, códigos y roles sociales que distinguen tanto las relaciones en el interior del grupo como hacia fuera y constituye algo más que un marco clasificatorio, ya que está dado por su producción, circulación y consumo social; así como por sus reglas y dinámicas de intercambio en la arena simbólica. Entonces, la problemática de la identidad puede ser abordada en tanto distinguibilidad (como el lado subjetivo de la cultura que permite una función distintiva, elemento cultural internalizado) o como representaciones sociales, simultáneamente “estables y móviles, rígidas y elásticas”, de actores sociales individuales o colectivos, en contextos históricos y sociales singulares. En otras palabras, podemos distinguir formas interiorizadas (simbólicas, estructuras mentales interiorizadas) y formas objetivadas (símbolos objetivados bajo la forma de prácticas, rituales y objetos cotidianos, religiosos, artísticos, etc.) de la cultura. Es decir que la identidad es dialógica, porque en ella intervienen la auto y la heterocomprensión (complementándose y oponiéndose) y, segundo, porque en ella se anudan unidad y pluralidad **(1)**. En palabras de Martín Barbero “es al tornarse expresiva de un sujeto individual o colectivo que la identidad depende de, y por lo tanto vive del, reconocimiento de los otros: la identidad se construye en el diálogo y el intercambio, ya que es ahí que individuos y grupos se sienten despreciados o reconocidos por los demás. Las identidades/

ciudadanías modernas -al contrario de aquellas que eran algo atribuido a partir de una estructura preexistente como la nobleza o a la plebe- se construyen en la negociación del reconocimiento por los otros.” (Martín-Barbero, 2002).

En cuanto a las identidades colectivas, Giménez señala que se conforman por individuos vinculados entre sí por un común sentimiento de pertenencia, que comparten un núcleo de símbolos y representaciones sociales y, por ende, una orientación común a la acción: “la identidad no es más que la representación que tienen los agentes (individuos o grupos) de su posición (distintiva) en el espacio social, y de su relación con otros agentes (individuos o grupos) que ocupan la misma posición o posiciones diferenciadas en el mismo espacio” (Giménez, 1997, pp. 9-28.). Esta pertenencia se actúa en el hecho de compartir valores y códigos en común (tales como los “mensajitos de texto”, sonidos, modos o finalidades de uso y otros menos explícitos). En esta línea, consideramos que la comunicación a través de la telefonía móvil constituye una expresión central al momento de analizar las interacciones e identificaciones que los jóvenes eligen y que da cuenta del momento de época. Sin embargo, y al igual que con el resto de las tecnologías, el límite de su expansión y apropiación está configurado por las estructuras sociales y valores culturales ya existentes. Esto supone, desde la perspectiva de dinámica cultural, que puede tender a reforzar o fortalecer dichos sistemas, pero que también podría transformarlos.

La gran cantidad de mensajes y bienes que circulan, de esta manera, se articulan y constituyen gran parte del sentido de pertenencia e identidad, reorganizándolos por fuera de las tradicionales fronteras económicas, institucionales, de clase, de espacio y de territorios geográficos de la Modernidad. En relación a la tipología de los usuarios, cabe señalar que “articula, modela, plasma la identidad, al principio sumaria, de la tecnología en cuestión dirigida en una u otra dirección, así como su significado en la vida cotidiana” (Fortunati y Magnanelli, 2002, p. 60). Parte de este mismo fenómeno de diferenciación se sostiene sobre las distintas trayectorias de consumo y decisiones y usos de la tecnología: “si adquirirla y si luego, una vez adquirida, usarla; si usarla sin adquirirla; si no adquirirla ni usarla” (Fortunati y Magnanelli, 2002, p. 60), o poseer más de un equipo.

Más allá de la inclinación a pertenecer al grupo de usuarios de celulares, existe una tendencia a personalizarlos a través de signos de individualismo. Señalan Holmes y Russel que resulta casi imprescindible personalizarlos, y así han pasado a formar parte de nuestra vestimenta cotidiana, hecho que los convierte en un objeto de moda y distinción, originando un “cambio tectónico en la formación contemporánea de la identidad” (Castells, 2007, p.225). Podemos señalar que “la moda es la personalización de la ruptura para alcanzar una identidad individualizada” (dentro de un colectivo) y estos aparatos son “personales, portátiles y se puede caminar con ellos” (Ito, Okabe y Matsuda, 2006, p.1). Al respecto, es posible observar diferencias en las actitudes y preferencias por algunos equipos de tecnología móvil, así como por sus productos, servicios, los tonos de llamada; indicadores de mensajes, los fondos de pantalla, los íconos, los juegos, los colores de sus carcazas o fundas; el lugar en el cual llevarlo, los accesorios (anillos para las antenas, correas, réplicas en miniatura de muñecos, fotografías adhesivas e imitaciones de piedras preciosas, que permiten diferenciar cuando un mismo modelo es tenido por varios pares), entre otros. Toda esta “cosmética del teléfono móvil” constituye marcas de exhibición conscientes de la propia identidad en relación con la de otros (Haddon, 2002, p. 117) (2).

Por último, la función icónica, se configura como la representación necesaria para darle entidad a ciertos hechos, incluso, aquellos triviales: “existe en tanto puede ser registrado y mostrado”. El modo en que los jóvenes configuran sus pantallas de celular, es ya un modo de representación visual ante los demás. Muchas veces, incluso, son estas mismas imágenes las que “suben” a sus ventanas de Messenger o fotologs.

En la actualidad, lejos de los grandes relatos de la Modernidad, se entiende que se trata de compartir un cruce de culturas que no deja de tener en su centro la propia experiencia vivida, pero ahora, extendida en y por un horizonte transterritorial y multitemporal de sentidos en el cual las instancias se agregan y suman, las identidades se redefinen pero no se excluyen, involucrando conflictos y ambigüedades, integrándose por los propios requisitos de la vida cotidiana y, muchas veces, de su comunicación.

Las interacciones móviles

Pensar en las interacciones comunicativas propiciadas por la telefonía móvil implica reflexionar sobre características de origen socio- político- culturales vinculadas al cambio de época que son puestas en evidencia por este dispositivo, pero que no son configuradas por su sola existencia.

Es desde las conceptualizaciones anteriores acerca de la identidad y los cambios en la alteridad, a partir de la irrupción de nuevos y múltiples discursos que acercan y configuran lo Otro, que debemos reflexionar sobre la articulación entre las tecnologías de la información y comunicación como dispositivos pero que, fundamentalmente, operan en la dimensión de la significación, percepción, representaciones e imaginarios sociales. Para pensar a los celulares en tanto fenómenos culturales, retomaremos las nociones de ritualidad, socialidad y tecnicidad (Martín-Barbero, 1990)

En los “lugares-mo” siempre hay lugar para el ocio

La ritualidad es la forma que implica ciertas regularidades y rutinas, repeticiones y operabilidades en los intercambios, en las socialidades; de manera tal que nos permite visualizarlas e identificarlas, ya que expresa su sentido y su significación. Asimismo, entendemos que la comprensión cabal de la misma se vincula con el distanciamiento de otras ritualidades, en especial, de otras generaciones de usuarios de celulares, acostumbrados a menores capacidades multimediales.

Del mismo modo, es posible entender a los mensajes de texto como tópicos de conversación en los que los jóvenes comentan la apariencia de su teléfono, o reproducen a través de la lectura de los mensajes un diálogo con otro; incluso, cuando no reciben mensajes, se sienten ignorados, excluidos o rechazados. Parte de esta

misma la ritualidad, es la regularidad y la rutina de “a cada mensaje enviado, una respuesta (inmediata), instalando la idea que el receptor del mensaje está “obligado a corresponder al donante”.

En la misma línea, el hecho de registrar instantes que, antes de la aparición de estos dispositivos fáciles de acarrear y manipular, hubieran quedado sin ser plasmados, y, además, la gran circulación e intercambio que los mismos tienen (al menos potencialmente) a partir de “subirlos” a un fotolog, compartirlos a través de la tecnología bluetooth, etc. En este sentido, los celulares establecen nuevos ritos que, con sus nuevos sentidos y significaciones, transforman las rutinas y las energías del orden establecido en la Modernidad en la distinción entre lo público y lo privado y aquello que merece (y, por ende, también lo que no) ser registrado para la posteridad. Aquí, asimismo, es posible vincular con los usos “relacional”, marcando quiénes pueden expresarse a través de estos dispositivos y quiénes no (en una suerte de “adentro” y “afuera”, inclusión o distinguibilidad); y “social”, en tanto (im)posibilidad de socialización.

En otras palabras, en tanto los sistemas simbólicos y tecnológicos configuran códigos culturales singulares, la mediación narrativa que instala el teléfono celular, constituye la medida y marca de la relación entre la cultura y el sentido de pertenencia/ exclusión.

Sería una nueva forma de concreción de los “no- lugares” propuestos por Marc Augé, con un contenido determinado más por los sujetos que participan de él y menos anclado en los espacios en los cuales se da la interacción (3). Las posibilidades de estos nuevos dispositivos hace pensar en una nueva y diferente característica de lo que quizás podríamos llamar “lugares-mo”: este fenómeno creciente hace que la esfera pública se torne una especie de sala de estar compartida (en el sentido del living de la casa propia, pero usufructuado por individuos que no comparten relación aún estando en el mismo espacio). Son típicos ejemplos las zonas improvisadas como “cabinas de teléfono” públicas y urbanas (porque disponen de buena señal o de la privacidad necesaria): pasillos; terrazas; esquinas; plazas; entradas al subte, lobbys; la puerta de grandes shoppings y supermercados; se llenan de personas realizando llamadas o intercambiando mensajes, sin que unos estén al tanto de lo que otros hacen. Finalmente, la sensación de anonimato que se experimenta en las grandes ciudades parece esfumarse debido a la posibilidad de ponernos en contacto con otros que no están compartiendo ese espacio físico con nosotros.

En la misma dirección, podemos indicar que la utilización de estos dispositivos contribuyen a completar y llenar de sentido lo que antes era entendido como “tiempo muerto” mientras se caminaba, esperaba a ser atendido, viajaba en un medio de transporte público, durante los *breaks* del empleo o los recreos escolares (incluso, lo que tenía una actividad o propósito específico pero que era considerado poco importante por alguien puede utilizarse para realizar estas tareas paralelas): es posible adelantar trabajo, conversar con otros, saludar a otros que uno no ve desde hace tiempo, ponerse al día con noticias o, simplemente, jugar. La confluencia de estas dos características, la ruptura de la noción de límite espacial y la capacidad de su utilización *full time*, otorgan un cambio cualitativo respecto de otras tecnologías.

Cultura de la habitación

Con el nombre de socialidad se denomina lo que en la sociedad excede el orden de la razón institucional: “es la trama que forman los sujetos y los actores en sus luchas por horadar el orden y rediseñarla, pero también sus negociaciones cotidianas con el poder y las instituciones” (Martín-Barbero, 1990). Nos referimos al espacio de las dominaciones de las estructuras de poder - incluidos los medios masivos de comunicación- pero también al lugar de emergencia de los movimientos que desplazan y recomponen aquello que se define como conflicto social y de constitución de las identidades de los distintos actores. El cambio cualitativo en la experiencia cotidiana de los jóvenes usuarios de móviles, contribuye, desde diversas dimensiones, a lo que podemos denominar “crisis de fronteras”, haciendo visibles, en muchos casos, además de los cruces entre lo público y lo privado, las tensiones entre padres e hijos.

Conocer esos modos y sentidos que establecen los jóvenes a partir de la utilización de los teléfonos móviles, la capacidad de enviar y recibir SMS e imágenes y videos, es comprender cómo se crean y recrean las relaciones culturales. La comunicación a través de teléfonos celulares y la circulación de mensajes verbales y no verbales con sus propios códigos lingüísticos y paralingüísticos, las esferas sociales de su uso, los modos en que los aparatos señalan la recepción de los mismos con la variedad de sonidos y temas musicales con los cuales uno muchas veces no sabe de qué se trata y hace que algunos sujetos entiendan esta clave de significación y que otros queden al margen de la misma, reactualizando el conflicto social en algunos actores al señalar una distinción simbólica de uso y apropiación entre aquéllos que conocen estos códigos y los que los desconocen. Lo mismo ocurre entre quienes dominan y poseen bluetooth, fotolog personal, etc.

La trama en la cual se instalaban y configuraban los sujetos en tanto un orden perteneciente a lo público (que aunaba y nucleaba consensos) y uno a lo privado (referido a la esfera de la vida individual), se ve modificada por el advenimiento de estas otras lógicas de relación que se superponen a tal distinción. Los límites espaciales del hogar y de las demás instituciones, se ven permeados y atravesados de manera discrecional por las comunicaciones vehiculizadas por estos dispositivos que no necesitan anclaje territorial.

Tengamos en cuenta que los mensajes de texto e imágenes, a diferencia de las comunicaciones de voz, pueden ser disimulados, por lo que muchos los consideran ideales para su utilización en espacios públicos compartidos. Es interesante ver cómo este “pasar desapercibido” parecería considerarse menos perturbador de la privacidad de otros que se encuentren próximos, en especial, en medios de transporte, restaurantes, cybercafés, clases o bibliotecas. Por el contrario, el hecho de atender el teléfono, aún frente a la presencia de otro real, nos daría cuenta de que ellos no son “tan importantes” como quien está del otro lado del aparatito, con quien se comparte la conversación o a quien se dirige de manera exclusiva, excluyendo al copresente. En este aspecto, resultan claras las modificaciones de los vínculos con el mundo adulto: la búsqueda de independencia que caracteriza al colectivo juvenil, también comprende la configuración de sus propias comunidades de pertenencia y el estar conectados, aunque más no sea inalámbicamente, con aquellos a

quienes elijan. No son pocos los planteos sobre la relación entre evadirse del control adulto (es común que los jóvenes señalen, frente a la falta de respuesta a sus padres que “se agotó la batería” o “no había señal”) y el consecuente aumento de la “privacidad”, a partir de la instalación de una “cultura de la habitación” con la cual bloquean la información y socavan su poder.

Georg Simmel caracterizaba a las sociedades modernas como aquellas integradas por individuos que combinan una multitud de roles diferentes, y cuya individualización crece en la medida que cada persona configura su propio establecimiento de rol y con una trayectoria cambiante en el tiempo (Simmel, 1908). Al brindar la posibilidad de cambiar de roles y hacerlos flexibles sin moverse de un lugar, los teléfonos celulares armonizan distintas obligaciones, ya que aquellos roles diacrónicos, hoy pueden ejercerse de manera sincrónica. Es claro el ejemplo de las mujeres que antes debían dedicarse a la atención de sus hijos o a tareas fuera de la casa de modos excluyentes, y que ahora pueden estar en contacto permanente con el hogar sin dejar de realizarse por fuera del mismo. Además, es posible preservar roles difusos en cuanto a su alcance y extensión porque permiten contactarse con individuos que están en movimiento o inmersos en otras actividades privadas o públicas. Para estos casos, también son centrales las funciones de “filtro” de llamadas: decidiendo cuándo encender/ apagar los dispositivos; manejando el control de volumen y estrechando el círculo de personas que tienen el número. En relación con esto, en oposición con la disponibilidad en guías que se publican incluso digitalmente y de fácil acceso para las líneas fijas, hace posible que uno pueda “filtrar” llamadas no deseadas. Desde esta premisa, puede sostenerse que estos dispositivos tienden al mantenimiento y clausura de los contactos con los grupos de iguales, más que a abrirse a conocer o incorporar nuevas relaciones.

No obstante, este *salirse de las instituciones* está menos vinculado a “la tecnología, sino el desarrollo de las redes de sociabilidad basadas en la elección y la afinidad, rompiendo las barreras organizativas y de espacio en las relaciones. El resultado social de estas redes es doble. Por un lado, desde el punto de vista de cada individuo, su mundo social se forma alrededor de sus redes, y se desarrolla con la composición de la red. Por otro lado, desde el punto de vista de la red, su configuración opera como punto de referencia de cada uno de los que participan en la misma” (Castells, 2007, p. 229). Esta integración más estrecha entre un número reducido de contactos generaría una suerte de “hermandad móvil o inalámbrica”.

Nueva sensibilidad tecnosocial

Finalmente, la tecnicidad, es entendida en cuanto “organizador perceptivo” y “será en las prácticas sociales aquella dimensión que articula la innovación a la discursividad” (Martín- Barbero, 1990), ya que constituye una parte fundamental del diseño de nuevas prácticas. Por otra parte, técnica se vincula con la materialidad histórica de las mediaciones que ella instituye, que articulan potencialmente, las nuevas formas de socialidad. Los teléfonos celulares de última generación son manejados con una habilidad asombrosa por estos jóvenes y que da cuenta de una nueva sensibilidad tecnosocial. Con este término, nos referimos al hecho que las tecnologías de comunicación, más allá de su mera instrumentalidad, posibilitan nuevos modos de ser, cadenas de valores y sensibilidades sobre el tiempo, el espacio y los acontecimientos culturales.

Simultáneamente, esta mini multimedia portátil, nos ofrecería la posibilidad de contar con un tiempo ilimitado, explotable y aprovechable al máximo al romper los límites entre el tiempo de ocio y de trabajo establecidos por el reloj desde la Modernidad, perturbando la noción de secuencia y progreso lineal que se consolidaban. Tengamos en cuenta que la mayoría de los poseedores de teléfonos celulares no los apagan en ningún momento; en el mejor de los casos, los silencian. La politicidad del tiempo, en cuanto a los reordenamientos que configura, también guarda estrecha relación con los elementos para medirlo; al respecto, los jóvenes utilizan ese dispositivo en lugar del reloj pulsera o despertador.

Si, además, consideramos que se adecua perfectamente a la movilidad típica de los jóvenes, el sentido que adquiere en su imaginario pasaría por brindar “la ilusión de no perderse nada, de estar al alcance del grupo de pares, siempre disponible y visible”. Lejos de hacer desaparecer al espacio como límite para la comunicación, que puede darse “en todo lugar y momento”, es posible guardar imágenes, videos, música, textos. A la par, funciona como una base de datos capaz de ampliar la capacidad de memorización y actualización, con la consecuente transformación en la jerarquización de qué es lo que debe recordarse.

En las relaciones entre socialidad, ritualidad y tecnicidad, implicadas con la subjetividad, cabe destacar que entra a jugar el tema de la inmediatez y de la ruptura de todos los límites configurados en y desde la Modernidad.

Algunos puntos (móviles) de llegada

Entonces, las características descritas se condicen con las usualmente señaladas para la posmodernidad: la inmediatez, la dificultad para establecer relaciones y compromisos (frente a infinitos contactos ocasionales), en sintonía con un eterno presente, vinculado al goce instantáneo, entre otros. Por esta misma orientación, el teléfono celular puede funcionar reestableciendo las comunicaciones de tipo más casual, espontáneas, fluidas e informales, lejos de las despersonalizaciones que tienen lugar en la estandarización y despersonalización de la vida urbana.

Los jóvenes, con sus necesidades de comunicación, pertenencia, personalización y privacidad, encuentran en el teléfono celular, particularmente en los SMS y las imágenes, dispositivos perfectos para satisfacer sus ansias de ruptura con este orden público (jerarquizado, reglado, lineal, “objetivo” y exterior, entre otras características) que pretenden imponer la mayoría de las instituciones modernas. La movilidad y desplazamientos constantes que son facilitados por el dispositivo, en conjunción con la multiplicidad de acciones simultáneas, plantean una reformulación de toda la experiencia cotidiana personal.

En síntesis, los jóvenes son quienes más creativa y estratégicamente se han aprovechado de estas tecnologías; por eso, podemos afirmar que “existe una clara correspondencia entre la emergencia de una cultura joven global, la red de relaciones sociales y la conectividad potencial que proporcionan las tecnologías de comunicación inalámbrica” (Castells, 2007, p. 266). Asimismo, vemos que la telefonía celular tiene la “capacidad de subvertir las reglas del orden institucional y público” (Geser, 2004, p.34), cuestionando los centros de poder configurados por la Modernidad: jóvenes sobre adultos e instituciones y prácticas informales y espontáneas sobre las formales (y reglamentadas).

Referencias bibliográficas

- AUGÉ, M. (1992). No lugares: Introducción a una antropología de la sobremodernidad. España: Gedisa.
- CASTELLS, M. y otros (2007). Comunicación móvil y sociedad, una perspectiva global, Versión en castellano: Ariel - Fundación Telefónica. [En línea], disponible en: www.eumed.net/libros/2007c/312/.
- FORTUNATI, L. y MANGANELLI, A. (2002). El teléfono móvil de los jóvenes. En *Revista Estudios de Juventud*, (57), 59-78. España: INJUVE.
- GESER, H. (2004). Towards a Sociological Theory of the Mobile Phone. [En línea], disponible en: http://socio.ch/mobile/t_geser1.pdf.
- GIMENEZ, G. (1997). Materiales para una teoría de las identidades sociales. En *Frontera Norte*, (18). México: Colegio de la Frontera Norte.
- HADDON, L. (2002). Juventud y móviles: el caso británico y otras cuestiones. En *Revista Estudios de Juventud*, (57), 115-124. España: INJUVE.
- ITO, M.; OKABE, D. y MATSUDA, M. (2006). “Personal, portable, pedestrian: Mobile phones in Japanese life”. Cambridge: MA, MIT Press. En <http://mitpress.mit.edu/>
- MARTÍN- BARBERO, J. (1990). De los medios a las prácticas. En Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales, (1). México: UIA.
- MARTÍN- BARBERO, J. (2002). Desencuentros de la socialidad y reencantamientos de la identidad. En *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, (29). [Revista electrónica]. Disponible en: kane.uab.es/revistaanalisi/
- MARTÍN, M.V. (2008). Acerca de las identidades juveniles y la cuarta pantalla. En *Question*, (17), FPYCS- UNLP. [Revista electrónica]. Disponible en: www.perio.unlp.edu.ar/question
- SIMMEL, G. (1908). (1986) Conflicto y la red de afiliaciones de grupo. En Sociología: Estudio de las formas de socialización. Madrid: Alianza Universidad.

Sitios Web

- UNIÓN INTERNACIONAL DE TELECOMUNICACIONES. Disponible en <http://www.itu.int>. Fecha de acceso: 13 de septiembre de 2008.
- COMISIÓN NACIONAL DE COMUNICACIONES (Argentina). Disponible en <http://www.cnc.gov.ar/>. Fecha de acceso: 18 de septiembre de 2008.

Notas

Magíster en Planificación y Gestión de Procesos Comunicacionales y Doctoranda (FPyCS - UNLP). Docente-investigador de la FPyCS y UNQ. Capacitadora en problemáticas referidas a identidades juveniles contemporáneas, del Ministerio de Educación de la Nación y el BID. Co- Directora del libro *Miradas desde y sobre los jóvenes platenses del siglo XXI* (2002). Participó en numerosas publicaciones y eventos académicos. [subir](#)

Podemos agregar que la construcción simbólica “nosotros los jóvenes” instaure diferentes alteridades, principal aunque no exclusivamente, con respecto a la autoridad: la policía, el gobierno, los “viejos”, etcétera. [subir](#)

Actualmente es posible encontrar accesorios de diferentes rangos de precios, desde algunos gratuitos (al comprar algún otro producto como gaseosas o snacks) hasta otros exclusivos especialmente diseñados por grandes diseñadores: Hermes International, Gucci, Chanel, Jean Paul Gaultier y Louis Vuitton, entre otras. Incluso, algunas empresas de moda tienen convenios con fabricantes de dispositivos, como el Motorola V3i Gold de Dolce & Galbana. [subir](#)

“Los no lugares son espacios de anonimato que reciben cada día a un número mayor de individuos (...). El no lugar es, pues, todo lo contrario de una vivienda, de una residencia, de un lugar en el sentido común del término. Solo, pero parecido a los otros, el usuario del no lugar mantiene con éste una relación contractual simbolizada por el boleto de tren, la tarjeta presentada en el peaje... En estos no lugares, conquistamos el anonimato solamente aportando la prueba de nuestra identidad: pasaporte, tarjeta de crédito” El autor se refiere, específicamente, a las vías rápidas, colectoras, estaciones, aeropuertos; autos, trenes o aviones; las grandes cadenas hoteleras, los supermercados, entre otros. Augé, M. (1992). No lugares: Introducción a una antropología de la sobremodernidad. España: Gedisa. [subir](#)

F@ro

Revista teórica del Departamento de Ciencias de la Comunicación y de la Información
Facultad de Humanidades - Universidad de Playa Ancha

PRESENTACIÓN | MONOGRÁFICO | ESTUDIOS | TESIS | RESEÑAS Y RECENSIONES | CONVOCATORIA
Ediciones Anteriores | Staff Revista F@ro | Buscador | Contacto | Normas | E-recursos