

LA COMUNICACIÓN DE LOS ADOLESCENTES A TRAVÉS DE LOS FOTOBLOGS: SOCIALIZACIÓN E IDENTIDAD

Silvia BURSET

Departamento de Didáctica de la Educación Visual y Plástica, y Comunicación Audiovisual.
Facultad de Formación del Profesorado, Universidad de Barcelona
Barcelona, 08035, España

Lydia SÁNCHEZ

Departamento de Didáctica de la Educación Visual y Plástica, y Comunicación Audiovisual.
Facultad de Formación del Profesorado, Universidad de Barcelona
Barcelona, 08035, España

Resumen

En este trabajo analizamos la comunicación de los adolescentes a través de los *fotoblogs*. El *fotoblog* es una herramienta de la llamada *Web 2.0* que los jóvenes han adaptado a sus necesidades para establecer relaciones con sus pares. Así, el adolescente explora su *Yo* interior en la interacción que se crea al compartir con sus amigos intereses, gustos, sentimientos e ideas, a través de la interfaz, donde se expresan con una marcada intención estética en la elaboración de las imágenes y textos que emplean. De este modo, el *fotoblog* se convierte en un espacio de socialización entre iguales donde los sujetos establecen vínculos continuos a través de signos y símbolos que quedan reflejados en unas normas de uso, desconocidas o poco diáfanas para los adultos.

Palabras clave: Adolescente, *fotoblog*, imagen, identidad, socialización.

1. INTRODUCCIÓN

Los adolescentes tienen, en la actualidad, acceso a la información rápida a través de los medios de comunicación y, especialmente, desde Internet. Han crecido en una sociedad de la información en la que no han tenido que “instruirse” para entender y manejar las normas de uso de la red, sino que, más bien, las han desarrollado y adaptado a sus necesidades. De hecho, los jóvenes actuales no usan la expresión “nuevas tecnologías” cuando hablan de aspectos relacionados con la informática; la red no les supone una novedad.

La mayoría de los adultos desconocen las estrategias, usos y códigos propios de los *chats*, el *messenger*, los *SMS* de los teléfonos móviles o los *blogs* que los jóvenes utilizan de manera rutinaria y recurrente en sus vidas cotidianas, de tal manera que estos medios no es que formen parte de sus vidas, sino que manejarlos constituye una forma de vida. Son medios que no sólo informan a los usuarios que navegan por la red sino que los forman, incitándoles a crear estrategias y actitudes para comunicarse con sus pares desde diferentes contextos virtuales.

El *fotoblog* es uno de esos espacios de comunicación en Internet que los adolescentes, de 13 a 16 años, aproximadamente, han adecuado a los intereses propios de su edad en relación a su contexto. Desde nuestra perspectiva, el *fotoblog* no es sólo un medio de comunicación sino una nueva manera de

relacionarse que propicia la construcción del *Yo* a través de la imagen. Entendemos “la imagen” como las formas visuales que se observan en la pantalla a partir de los textos escritos transgredidos con signos, iconos, emoticones o símbolos en general y las ilustraciones o fotografías expuestas.

En este contexto virtual, creemos que el adolescente está proyectando una representación de él mismo en la que no sólo desvela su personalidad, su carácter, lo que siente, lo que le agrada, sino que también refleja lo que le gustaría ser. Asimismo, el *fotoblog* es un espacio donde se establecen vínculos con el grupo al que el adolescente quiere pertenecer y con el que quiere relacionarse, con esta intención va creando y configurando su identidad en un proceso de socialización.

2. ¿QUÉ ES UN FOTOBLOG?

Desde una perspectiva formal

Los *fotoblogs* son un tipo específico de los llamados *weblogs*. Éstos son una forma de comunicación en Internet donde existe un protagonista que inicia y define el carácter comunicativo que se va a establecer a partir del mensaje que espera le comenten. El *weblog* es un foro de información, de opinión, de debate o de expresión de sentimientos o ideas. En muchas ocasiones, los usuarios pueden instalar aplicaciones en un servidor gratuitamente, este hecho más la prontitud en la publicación de los contenidos hace que los *weblogs* sean un medio comunicativo muy popular. Guillermo López define con las siguientes características a un *blog*: la preponderancia del autor, la disposición cronológica de los contenidos, la importancia de los enlaces y las herramientas interactivas (como la posibilidad de incluir un sistema de comentarios a los mensajes). A estos añade una última peculiaridad que es la preponderancia del texto, aunque existen *blogs* basados en las exposiciones de imágenes, como es el caso de los *fotoblogs*.^[1]

En el entorno adolescente, los *fotoblogs* se describen 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 hace considerarlo un cuaderno de bitácora que recoge las ideas, sentimientos y expresiones del día a día de los adolescentes.

José Luis Orihuela dice que “*el weblog es una genuina expresión de las tecnologías del yo, en las que el autor, sin ningún tipo de intermediación editorial y gracias a un sistema muy eficiente de gestión de contenidos, se convierte en un global Publisher: una voz personal que puede hablarle a todo el mundo*” [2].

En el caso del *fotoblog*, pensamos que éste se erige como una voz personal en la que se reflejan las varias representaciones visuales elaboradas en la interfaz donde el adolescente puede expresarse, compartir y, en definitiva, comunicarse.

Desde una perspectiva conceptual

Nuestro discurso se centra en argumentar que el *fotoblog* es una herramienta de la red que le permite al adolescente comunicarse con sus pares a través del uso de la imagen de manera creativa con una intención estética y decorativa.

Los jóvenes actuales viven en un contexto determinado por un entorno claramente visual, desde diferentes ámbitos, donde la imagen es un lenguaje más, que se perfila como casi imprescindible en ésta llamada sociedad globalizada. Los adolescentes son consumidores en su vida diaria de los video-clips, el cine, los cómics, la moda, las series televisivas y los medios infográficos y fotográficos, en general. Todos estos ámbitos forman parte de una cultura visual en donde los sujetos que la conforman reconocen sus “códigos” y participan en la misma.

Creemos que es interesante el concepto de “participar” en el uso que hace el adolescente del *fotoblog*, puesto que pone en evidencia de qué manera ha cambiado la relación usuario-medio a partir de los cambios introducidos por Internet y los procesos de digitalización. Si los primeros modelos teóricos de la comunicación de masas concebían esta relación como unidireccional y lineal, las teorías más actuales enfatizan el papel activo del receptor. Así, hemos pasado de la preocupación central de las teorías que conformaban lo que se conoce como el *Paradigma dominante* entorno a la cuestión de cómo influyen los medios, a la preocupación por “¿qué hace la gente con los medios?”, o incluso yendo más allá: “¿qué medios hace la gente?”.

Los usuarios actuales no sólo utilizan activamente los medios con la finalidad de satisfacer necesidades psicológicas o afectivas, tal y como la *Teoría de los usos y las gratificaciones* subrayaba, sino que además, se han convertido en productores de medios y contenidos audiovisuales. El cambio producido no reside sólo, ni de manera primordial, en la innovación tecnológica *per se*, sino en la creación de nuevas prácticas comunicativas reconocidas socialmente [3]. Desde nuestro punto de vista, el uso que los adolescentes hacen del *fotoblog* evidencia este punto de inflexión que han generado las nuevas tecnologías. Es justamente este aspecto el que queremos mostrar cuando caracterizamos al *fotoblog* como un espacio de creación simbólico a través del cual el adolescente se construye como sujeto a partir de la interacción con los demás y mediante el uso estético de la imagen.

Los adolescentes utilizan, por tanto, el *fotoblog* con la intención de crear nuevos protocolos comunicativos que les permitan expresarse no como consumidores, sino como creadores. Para ellos, se trata de un espacio que va más allá de poner fotografías y comentarios para ser un *ambiente* que evidencia las relaciones, estados de ánimo, gustos, intereses, etc., integrados en su vida cotidiana. Un ambiente, que potencia la creatividad del sujeto a partir del entretenimiento, ya sea en la búsqueda o realización de las imágenes más adecuadas o en la

formalización original de los escritos en pantalla. La particularidad de los *fotoblogs* es la de comunicarse a partir de lo que se ve. Todo ello para erigirse como una señal de identidad del grupo al que el adolescente quiere pertenecer.

3. LA INTERFAZ COMO ESCENARIO SOCIALIZADOR

Interacción y juego

En el *fotoblog* el texto es la interfaz y la interpretación del mismo parte de la interacción, de la iniciativa de cada sujeto, del intercambio de mensajes visuales que se establece entre los amigos, compañeros o conocidos. Esto no deja de ser más que un proceso de socialización en su forma más pura, como diría Simmel:

“Si la socialización realmente es interacción su caso más puro y, por así decir, más estilizado es cuando se produce entre iguales, tal como la simetría y el equilibrio son las formas plausibles de la estilización artística de elementos que se ofrecen a la vista. Puesto que la sociabilidad es la abstracción de la socialización, que se realiza dándole un carácter de arte o de juego, exige la forma más pura, transparente y fácil de practicar la interacción, la que se da entre iguales” [4]

El ser humano realiza todas sus acciones, consciente o inconscientemente, con un objetivo, por un motivo. La comunicación virtual a través de los *fotoblogs* tiene para el adolescente una intención clara que es la de entretenerse y disfrutar a partir de la interacción que establece con personas de edades, intereses y gustos afines. Desde esta perspectiva podemos considerar el *fotoblog* un juego creativo.

El juego es el eslabón estratégico que une la acción y la interfaz. El hecho de actuar en el terreno de lo virtual produce una escisión con la realidad del entorno, y además permite crear una realidad propia [5]. Así las imágenes no son mera reproducción sino construcción de una idea o intención producto de la imaginación y del placer de jugar, de probar, de experimentar, de interpretar.

La interfaz de los *fotoblogs* para los adolescentes es un escenario socializador donde crecen los vínculos de unión entre los sujetos por tener puntos de convergencia a diversos niveles afectivos, ideológicos y morales.

En el *fotoblog*, la elección de las imágenes combinada con los textos escritos de manera peculiar constituyen un nuevo modo de relacionarse para expresar, denunciar, preguntar o responder y no puede ser *traducido* a otro modo de comunicación porque la naturaleza del medio facilita un tipo de discurso difícilmente traducible al lenguaje oral e incluso gestual. Quizás podemos considerar a este medio como una de esas *extensiones* del cuerpo de las que hablaba McLuhan [6]; el *fotoblog* no es sólo un medio de comunicación sino que se vislumbra como una nueva manera de relacionarse entre las mismas personas que conviven en otros contextos.

El adolescente, a través del *discurso* que hace en el *fotoblog*, crea una narrativa, una narrativa entendida como un instrumento mental en la construcción de la realidad. Los seres humanos buscamos dar sentido a nuestras experiencias a través de un proceso de construcción mediante un lenguaje que podamos entender nosotros mismos y los demás. Un lenguaje que puede ser oral, textual, corporal o visual.

La intimidad a distancia

Siguiendo a Bruner, diremos que la interpretación que damos a nuestra experiencia y a la de los demás depende de los significados públicos y compartidos en nuestra interacción como participantes de una cultura. Actualmente, una cultura en la que conviven dos generaciones, la que ha crecido con los ordenadores y la que ha tenido que habituarse a ellos. La naturaleza del medio ofrece unos elementos que permiten al emisor expresarse de manera más diáfana y directa, en algunos aspectos, que a través de la comunicación oral. John B. Thompson habla de la “intimidad a distancia” [7] cuando comenta que la comunicación mediática:

“Ofrece a los individuos una oportunidad de explorar las relaciones interpersonales de manera delegada sin entrar en una red de compromisos recíprocos. Los otros distantes a los que uno conoce a través de la ‘casi-interacción mediática’ pueden insertarse en nichos espacio-temporales de la vida más o menos a voluntad (...). Los individuos pueden hacerse una idea de los otros, o los llegan a conocer a través de los media, de manera que quedan relativamente libres de las obligaciones características que definen la realidad de la ‘interacción cara a cara’”.

Esta “intimidad a distancia” facilita nuevas formas de expresión en la comunicación. El *fotoblog* ofrece la oportunidad a estos jóvenes de expresar sentimientos que no se atreverían a expresar cara a cara, bien por timidez o por pudor. Además, como hemos apuntado anteriormente, el medio le ofrece estrategias y elementos propios a los que están muy habituados; han crecido con ellos. Para el adolescente, gran parte de las formas de entender el entorno ha sido a través de discursos visuales; en consecuencia, es lógico que se encuentren cómodos en un entorno, también, visual, cuando quieran expresar sentimientos o ideas; cuando quieran comunicarse...

El *fotoblog* es un espacio donde los adolescentes se comunican. La comunicación entendida como la *necesidad* de expresarse, de explayarse, de reafirmarse en los sentimientos, de imaginar situaciones imposibles, de soñar...El entorno *fotoblog* tiene unas características propias definidas en sus posibilidades técnicas y en el uso que hacen los jóvenes de él, lo que hace considerarlo un nuevo modo de relacionarse donde el mensaje cobra “sentido” por las formalizaciones del texto escrito en la pantalla.

De lo dicho deducimos que la comunicación entre los adolescentes en el *fotoblog* cobra una nueva dimensión, diferente a que puede ser la interacción cara a cara o a la mediada por el teléfono. En el acto comunicativo se crea un proceso socializador donde se entreteje una identidad grupal y también personal.

4. LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD EN UN MUNDO VIRTUAL Y REAL...

Los *fotoblogs* se adscriben, pues, a un modo ritual de comunicación donde se crea un sentimiento de pertenencia a una comunidad, a un grupo, a pesar de ser una comunicación mediada y de que los sujetos participantes estén separados espacialmente. Al adolescente no le interesa tanto la comunicación como información sino como ritual. En este período de sus vidas los adolescentes quieren erigirse como protagonistas absolutos de su entorno; el *fotoblog* les permite expresar la tristeza, la alegría, la esperanza, la ilusión y la pura descripción de diversas situaciones de manera íntima y

desinhibida y lo consiguen con la dramaturgia que les permite el medio.

Mead, precursor del *Interaccionismo Simbólico*, afirmaba que las personas no serían capaces de mantener conversaciones interiores y de tener pensamiento si no tuvieran interacción con los demás. Según esta perspectiva, los sujetos construyen significados a través de la comunicación porque el significado no es intrínseco a nada. El objetivo de la interacción es crear significados compartidos [8].

Así, pensamos que el *fotoblog* es un modo de interacción que permite al adolescente reflexionar sobre él mismo a partir de las respuestas de los “otros especiales”, que son los amigos con los que comparte la experiencia de esta forma de comunicación. En sus conversaciones mediadas surgen denotaciones y connotaciones de los símbolos que intercambian, siendo significativas en la medida que les agrupa parecidos intereses, edad y motivaciones.

Anteriormente, cuando hablábamos del aspecto socializador de los *fotoblogs* decíamos que en ese proceso “se entreteje una identidad grupal” a la par que se construye el *Yo*. Esta hipótesis se apoya en la “teoría de la identidad social” (TIS) elaborada por Henry Tajfel, según la cual el autoconcepto de un individuo se forma por su identidad social:

“...por muy rica y compleja que sea la imagen que los individuos tienen de sí mismos en relación con el mundo físico y social que les rodea, algunos de los aspectos de esa idea son aportados por la pertenencia a ciertos grupos o categorías sociales” [9].

Es decir, el adolescente cuando se comunica a través del *fotoblog* con otros miembros de su grupo de iguales se mira en espejos que a su vez “recrea” para que los otros sigan ese círculo de estímulo-respuesta continuo y sin fin.

En el período donde los niños van dejando de serlo para llegar a ser adultos empieza un difícil y arduo camino. Los jóvenes buscan su propia personalidad e identidad, su *Yo*, con múltiples expresiones, más de rebeldía que de conformidad, a través de la música, la ropa, el peinado. Tienen prisa por encontrar su lugar en el contexto que conocen o en el que quieren conocer. Una manera de aproximarse a los demás es establecer conversaciones interpersonales con sus amigos. Con sus *iguales* pueden compartir y protagonizar su propia narrativa, entendida como el relato de emociones, inquietudes, miedos, gustos, pensamientos...que quieren compartir con quien les pueden *entender*. Buscar el significado en cada acción, hecho o circunstancia de la vida; comprender el mundo y nuestra relación con él es construir la propia identidad. Está claro que no hablamos de comunicación interpersonal, porque no comparten una proximidad física, pero a partir de un medio que puede parecer frío y distante, se refuerza la cohesión y la camaradería del grupo porque el “yo” se apoya en un “tú” cambiante para formar parte de un “nosotros”.

Cuando los adolescentes escriben en su *fotoblog* “TQM” (Te Quiero Mucho), dibujan un corazón con signos y letras o ponen una fotografía relacionada con el amor, no sólo están emitiendo un mensaje sino que están descubriendo qué significa estar enamorado. Están experimentando el amor a través de algo que es más que una forma de comunicación. Así, los *fotoblogs* no sólo actúan como una forma de expresión y comunicación sino que también suponen una formación y conocimiento de *mi Yo* y de los que integran parte de “mi grupo”.

El mensaje que *diseña* cada adolescente en su *fotoblog* espera una respuesta. Disfruta y juega en su realización pero lo hace con una finalidad: que le contesten. En su afán de ser protagonista, como antes comentábamos, siente curiosidad y ganas de saber *qué* le han puesto sus amigos como respuesta al comentario y fotografía que muestra en su *fotoblog*. El *qué* no es una simple respuesta como si se tratara de un correo electrónico directo; el *qué* dispone de formas visuales que enfatizan y concretan más el contenido. Las formas visuales son, por tanto, el propio contenido.

5. TE VEO, TE ENTIENDO...

Como dice Arnheim, *ver es comprender* (Arnheim: 2002:62). La cultura visual nos proporciona *herramientas* para organizar nuestro pensamiento. Fue el psicólogo ruso Vigotsky el que utilizó el término *herramienta* para explicar la interacción con el entorno con el fin de construir reflexiones significativas. Él creía que los procesos mentales de orden superior se desarrollan a través de las *herramientas* que ofrece la cultura, en un proceso de socialización. Una de las *herramientas* importantes es el lenguaje, que permite el desarrollo del conocimiento a través de la cultura; asimismo, el aprendizaje de éste es una forma de culturización.

Está claro que los adolescentes han crecido, como antes hemos apuntado, en una cultura visual; en consecuencia es propio que sean mensajes visuales los que les ayuden a vehicular su pensamiento. El *fotoblog* puede ser una de esas herramientas a las que se refería Vigotsky.

¿Qué imágenes utilizan los adolescentes?

El adolescente ha *adaptado* el *fotoblog* a los intereses y necesidades propias de su edad. Difícilmente vemos imágenes o comentarios relacionados con temas de denuncia social o de clamor ante la injusticia. La temática se centra, básicamente, en el *Yo*: *Yo y mis amigos*, *Yo y mi familia* y *Yo y mi enamorado o enamorada*, *Yo y mis aficiones*, *Yo y mis decepciones*, *Yo y mis inseguridades*, *Yo y mis deseos*... Las fuentes de referencia de los adolescentes para su galería de imágenes son dos: las realizadas por ellos mismos y las capturadas en la red.

La proyección del *Yo* se muestra en retratos con actitudes de posado nada naturales. En varias ocasiones aparecen en planos de contrapicado puesto que, la mayoría de veces, se hacen las fotografías a ellos mismos. Muchas son fotos hechas con el propio móvil en diferentes escenarios, aunque preferiblemente en sus propias habitaciones. Las chicas aparecen, en muchos casos maquilladas y peinadas según la última tendencia, con actitudes exhibicionistas y desinhibidas; primeros planos con tomas de rostro de tres cuartos y miradas insinuantes. Estas actitudes recuerdan a los artistas de algunos video-clips musicales o las imágenes de los pósters que cuelgan en sus habitaciones. Está claro que esta expresión de querer ser como aquellos artistas del mundo del cine o la canción que son admirados por *mis iguales* es una forma de definición del *Yo* a partir del juego que veíamos en el punto 3. El juego es una forma de autocomplacencia y entretenimiento, pero en este caso viene determinado por una persecución estética. Como dice Félix Rodríguez, el juego está unido a la belleza [10]

“Un punto de referencia inexcusable a la hora de caracterizar la cultura juvenil y adolescente es su orientación hacia el placer y el juego, en contraste con la responsabilidad que domina la cultura adulta (...). Pero el juego está unido a la belleza como hace tiempo observara Huizinga al referirse a la cualidad profundamente estética del juego, el énfasis estético es

central en el estilo de vida de los jóvenes, algo que permea toda su manera de ver las cosas y que encuentra expresión, de modo no siempre transparente, en una constelación de intereses entre los que destaca la música, la indumentaria y el lenguaje.”

Cierto es que la forma en el vestir es un modo de comunicación y un designio de identidad, es por ello que en los citados *blogs* en muchas ocasiones aparecen encuadres de sus deportivas preferidas, de sus brazaletes, tatuajes, piercings... Por otra parte, en este período de la adolescencia donde todo está indefinido y siempre se buscan nuevos caminos para explorar, los chicos y chicas se sienten seguros y orgullosos de una época que ven “muy lejana”, la infancia. Las fotografías de cuando eran pequeños también son redundantes. Otra imagen tipificada es la de *Yo y mis amigos*. Una fotografía propia en compañía de los amigos mostrando actitudes de complacencia, buen humor y positivismo son las preferidas. A veces, la imagen connota algún buen momento que pasaron juntos. En ocasiones, siguiendo esta actitud fraternal, dedican el *fotoblog* a algún amigo especial y ponen la foto del protagonista en cuestión seguida del texto. *Yo y mi familia* es otro tipo de imagen que aparece en los *fotoblogs*, aunque no tan frecuente: con los padres, los primos, los tíos... No obstante, un tema central en los intereses de los adolescentes en los *fotoblogs* es el amor, el enamoramiento. La fotografía del chico o chica del que el protagonista del *fotoblog* está enamorado es muy frecuente. En este caso también recurren a páginas de Internet que ofrecen imágenes varias, en ocasiones con texto incluido, que hacen referencia al amor o al desamor. Son ilustraciones con personajes expresivos, símbolos (como corazones en sus múltiples formalizaciones, por ejemplo) o fotografías de alto contenido emotivo.

¿Cuáles son las normas de uso?

Las pautas que rigen la comunicación a través de los *fotoblogs* pueden encontrarse tanto en actitudes conductuales como en las realizaciones formales que vemos en la pantalla. La forma de exponer los contenidos a partir de un texto transgredido son “imágenes” que transmiten un significado. Al igual que los gestos son acciones que sustituimos por palabras en actos comunicativos verbales, las mil formas de manipular un texto son mensajes que van más allá de las palabras leídas. Los emoticonos, la reiteración de letras, las abreviaturas informales de palabras, la combinación de letras mayúsculas y minúsculas, los espacios, los signos reiterativos y combinados... Además, y paradójicamente, no existen faltas ortográficas como tales porque las normas de uso del medio indican que se debe escribir con errores académicos de léxico y ortografía.

Hay una característica común en la formalización de los *fotoblogs*: la transgresión del texto. ¿Qué entendemos por texto transgredido? El texto transgredido es la alteración de las normas académicas de la Lengua, tanto de léxico, como ortográficas y de puntuación. El adolescente enfatiza de esta manera la conciencia de grupo y su pertenencia a él. Asimismo hermetiza el acceso a los adultos que desconocen o les cuesta descifrar el código.

El código se gesta de manera intuitiva en cada adolescente y muy posiblemente ha tenido influencia directa el uso de los SMS entre los móviles. La necesidad de abreviar los mensajes sería consecuencia, en un principio, de economizar el coste de los mismos. Este aspecto quizás ha derivado en una nueva forma de comunicación que, hoy, se percibe como un signo de identidad grupal. Las normas se definen y redefinen en su uso. Cada sujeto *aporta* transgresiones en la utilización de la Lengua ortodoxa y tal “contribución” es parte del mensaje que se quiere comunicar; es una característica que refleja la inclusión en un

sistema de valores diferentes y, en algunos aspectos, transitorios en la etapa adolescente.

Así, una de las características a la hora de comunicarse a partir del *fotoblog* es abreviar los vocablos elidiendo letras: *tene* (tiene), *ola* (hola), *bueo* (bueno), *dl* (del), *mudo* (mundo), *as* (más), *tq* (te quiero), *uenas* (buenas), *tmn* (también), *sta* (esta), *e* (he), *uapa* (guapa), *q* (que), *pos* (pues), *entonces* (entonces), *taba* (estaba), *mñn* (mañana)... En otras ocasiones en vez de abreviar se cambian letras: *aier* (ayer), *hoi* (hoy), *k* (que), *wapa* (guapa), *weno* (bueno), *muxo* (mucho), *tas* (estás), *kando* (cuando), *konvenser* (convencer)... O se asocian símbolos con los sonidos de las palabras: *x* (por), *xq* (porque), *+* (*más*)... Paradójicamente, estas abreviaturas no persiguen la idea de economizar la longitud del texto (para no tener que escribir tanto) porque otra característica de la transgresión es la de que el texto se alargue repitiendo letras para enfatizar el significado de la palabra: *teeekierooo* (te quiero), *noxeeee* (noche), *puueess* (pues).

En definitiva, lo que el adolescente busca en la formalización de sus intenciones en la pantalla no es dar *sentido* a su mensaje de manera cerrada y diáfana, dónde las palabras construyen frases que significan “algo” denotado y preciso, sino que seduce la atención de sus iguales con mensajes susceptibles de ser comentados de manera única por cada uno de ellos. Las respuestas creativas son las interpretaciones que cada sujeto concreta en una presentación visual donde se mezcla la lectura “clásica” de las frases con los significados que emanan de sus variadas formas, colores, tamaños y transgresiones varias.

La comunicación se da en un circuito de múltiples espirales que, de hecho, es lo que mantiene el interés y la curiosidad en ese contexto llamado *fotoblog*. Barthes en su libro *S/Z* recuerda que el *sentido* no está nunca sometido a un principio de decisión sino al azar, puesto que el lenguaje es infinito, ya que, además “Interpretar un texto no es darle un sentido (más o menos fundado, más o menos libre), sino que por el contrario, es apreciar el plural del que está hecho.” Apreciar el plural significa adentrarse en lo que Barthes llama las *múltiples entradas*, dónde las *redes* son diversas y el texto no se refleja como una estructura de significados, sino como una *galaxia de significantes*, que no tiene comienzo y es reversible [11].

Podemos, así, relacionar lo expuesto con el uso del *fotoblog* y decir que éste en la interfaz se define como un gran *texto* interpretativo, abierto y pleno de connotaciones para cada sujeto. La “galaxia de significantes” es, realmente, inacabable y variopinta, y aunque no exista una estructura diáfana de significados compartidos, sí que podemos hablar de ciertas *maneras de proceder* para realizar los mensajes formalizados en pantalla, como son las mencionadas normas de uso.

Toda experiencia humana está mediada por la socialización y por la adquisición del lenguaje, ambas cosas necesarias para la autonomía del desarrollo del individuo. Sin embargo, ésta no se opone a la creatividad, que es la capacidad de actuar de forma innovadora en relación a los modos de actividad preestablecidos, necesaria para lo que Giddens llama “confianza básica” [12]. De hecho, autonomía y creatividad, formación del sujeto y capacidad expresiva, van de la mano. En su rutina diaria el *fotoblog* es para el adolescente un espacio en el que puede expresarse y comunicarse de manera imaginativa y transgresora respecto a las conductas sociales de “los mayores”. Un lugar para disfrutar de la comunicación con sus pares y hablar de sus *hobbies*, ideas y pensamientos de manera peculiar, alejada de la convencionalidad y de esta forma afianzar su

“confianza básica”. En definitiva, un espacio que va “más allá” de ser una forma de comunicación.

6. CONCLUSIONES

En este trabajo hemos analizado la interacción de dos agentes en el fenómeno de la comunicación: los adolescentes y los *fotoblogs*. Así, consideramos el *fotoblog* un espacio virtual donde los adolescentes expresan sus sentimientos e ideas. El sujeto explora su Yo interior a partir de las conversaciones que establece con sus pares. En este proceso hay una búsqueda de la propia identidad a través de las formalizaciones que se visualizan en la interfaz. Es aquí donde la imagen “se hace lenguaje”, a través de las representaciones, signos y símbolos que forman las fotografías o ilustraciones y los textos escritos de manera peculiar, con un código propio de los entornos *fotoblog*, *Messenger* o *SMS* del ambiente adolescente.

Los nuevos medios están facilitando diferentes espacios comunicativos donde los jóvenes pueden explorar formas diferentes de comunicación marcadas por un interés, especialmente, hacia “lo visual” en un proceso de socialización.

7. REFERENCIAS

- [1] **López, G.** *Modelos de comunicación en Internet*. Valencia: Tirant lo Blanc, 2005.
- [2] **Orihuela, J.L.** *La revolución de los blogs*. Madrid: La esfera de los libros, 2006.
- [3] **Duran, J., Sánchez, L.** (eds.) “*Las industrias audiovisuales y los nuevos medios*” en *Industrias de la comunicación audiovisual*. Barcelona: Publicacions i edicions de la Universitat de Barcelona. Col. Comunicació activa, 2008.
- [4] **Simmel, G.** *Cuestiones fundamentales de sociología*. Barcelona: Gedisa, 2003.
- [5] **Giannetti, C.** “*Reflexiones acerca de la crisis de la imagen técnica, la interfaz y el juego*”. *Anàlisi* n°27, pp.151-158, 2001.
- [6] **McLuhan, M.** *Comprender los medios. Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós, 1996.
- [7] **Horton, D., Wohl, R.** *Mass Communication and Parasocial Interaction: Observations on Intimacy at a Distance*, *Psychiatry*, 19, pp. 215-219, 1998.
- [8] **Mead, G.** *Espíritu, persona y sociedad*. Barcelona: Paidós, 1972.
- [9] **Tajfel, H.** *Grupos humanos y categorías sociales*. Barcelona: Herder, 1984.
- [10] **Rodríguez, F.** *Comunicación y cultura juvenil*. Barcelona: Ariel, 2002.
- [11] **Barthes, R.** *S/Z*. Madrid: S. XXI.
- [12] **Giddens, A.** *Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea*. Barcelona: Península, 1997.