

TREBALL FINAL DE MÀSTER



Títol: L'adolescència i la seva percepció d'intimitat a les xarxes socials

Autora: Cristina Gimenez Barrera

Tutora: Mònica Figueras

Data presentació: setembre 2015

Universitats organitzadores



En col·laboració amb



AGRAÏMENTS

A la meva tutora, Mònica Figueras pels seus consells, ajut i dedicació.

Als coordinadors de les diferents universitats per l'esforç, motivació i implicació que fan possible el desenvolupament d'aquest Màster Interuniversitari.

A tots els companys i companyes d'aquesta setena edició, per les energies i els bons moments compartits.

A Iolada Tortajada per la facilitat i l'accessibilitat per comptar amb la seva gran experiència en aquest projecte.

A David de la Fuente i Pau Alcalde per acceptar participar i enriquir aquest projecte amb l'aportació de les seves opinions sense maquillar.

Als i les adolescents del Grup d'Esplai la Teranyina i de l'Espai Jove de Can Puiggener. Sense la seva participació aquest projecte no hagués estat possible.

Universitats organitzadores:



En col·laboració amb:



INDEX

Introducció i justificació del treball

1. La meva presentació	5
2. Elecció del tema	5
3. Disseny de la investigació	6
3.1. Objectius	6
3.2. Característiques metodològiques de la investigació	8
3.2.1. Limitacions de la mostra	9

Primera part: Marc teòric i contextualització

Marc teòric

4. La societat de la revolució tecnològica	10
4.1. La creació d'una identitat digital	11
5. L'adolescència, un constructe social	12
5.1. Els i les adolescents en la societat de la informació.	14
5.2. L'Efecte de les xarxes socials en els i les adolescents.....	16

Contextualització de la investigació

6. L'educació no formal.....	19
7. La ciutat de Sabadell	21

Segona part: anàlisi de resultats

8. Anàlisi dels resultats	23
L'adolescent avui	23
Les xarxes socials. Com s'entenen?	24
Les xarxes socials. Quin ús en fan els adolescents?	25
La gestió de la intimitat. Ser popular.....	27
La gestió de la intimitat. Límits de continguts.....	29
La gestió de la intimitat. Educar en la presa de consciència.....	32
9. Conclusions.....	33
Les xarxes socials com espais de construcció de la identitat.....	33
La imatge com a símbol de la xarxa social	33

Universitats organitzadores:



En col·laboració amb:



Els límits de la intimitat en constant evolució	34
La popularitat com a referència a les xarxes socials	34
El capital social com element diferenciador	35
L'enfocament educatiu de la intervenció en xarxes socials	35
10. Valoració personal del procés d'investigació	36
Bibliografia	38
ANNEX	
ANNEX 1: descripció de les persones entrevistades	41

Universitats organitzadores:



En col·laboració amb:



INTRODUCCIÓ I JUSTIFICACIÓ DEL TREBALL

1. La meva presentació

Em dic Cristina Giménez, tinc 29 anys i he cursat durant el 2014/2015 el Màster Interuniversitari de Joventut i Societat (MIJS). Vaig estudiar Educació Social a la Universitat Autònoma de Barcelona i posteriorment Psicopedagogia a la Universitat Oberta de Catalunya. El meu primer contacte amb el treball en joves va ser fa aproximadament vuit anys gràcies al voluntariat en entitats de lleure, concretament a l'esplai anomenat La llar del vent (Sabadell) on vaig estar quatre anys dinamitzant la colla de joves. Després, a nivell professional, vaig estar treballant d'educadora de carrer i, posteriorment, dinamitzadora en un espai jove del barri de Can Puiggener, també de Sabadell.

Així que degut a la meva trajectòria professional i amb la idea de continuar treballant en l'àmbit de la joventut, vaig decidir apuntar-me al MIJS per aprofundir i reflexionar sobre diferents aspectes al voltant de la joventut.

Aquest document pretén ser una memòria descriptiva i d'anàlisi del procés d'investigació que he realitzat al voltant de **l'adolescència i el concepte d'intimitat a les xarxes socials**, un procés d'investigació que ha durat aproximament 6 mesos i que s'ha anat desenvolupant en diverses parts diferenciades gràcies a diferents tècniques d'anàlisi utilitzades.

2. Elecció del tema

Arran de la meua experiència professional amb adolescents, experiència relacionada amb la intervenció directe de manera diària, he anat observant diferents aspectes que em criden l'atenció a partir de converses que tenen i les opinions que se'n deriven, prioritats i demandes que realitzen, maneres d'interaccionar, etc. Però, sobretot, hi ha un aspecte que m'ha cridat l'atenció des dels inicis de la meua trajectòria professional i és la relació que tenen els i les adolescents amb les xarxes socials.

Universitats organitzadores:



En col·laboració amb:



M'agrada observar, conèixer i interaccionar amb el grup d'adolescents amb el qual treballa per aprendre sobre la seva manera d'entendre el món que els envolta però pel què fa a les xarxes socials sempre m'ha estat difícil poder-m'hi apropar perquè hi havia aspectes que em costava de comprendre, com la relació que viuen entre el món offline i el món online i el valor a la popularitat, o els paràmetres que envolten el concepte d'intimitat i com aquest trenca amb tots els meus esquemes preestablerts mitjançant les xarxes socials.

Així, que la intimitat tal com la conceben els i les adolescents em cridava l'atenció i en certs moments m'escandalitzava, sobretot al voltant del facebook i la relació amb contingut sexualitzat i el valor a la popularitat que li atorgaven. Una de les funcions de la meua feina és anar actualitzant la informació del què es realitza a l'espai jove via facebook i és en aquesta xarxa, concretament, on he pogut visualitzar certes notícies i fotos que han fet aturar-me a reflexionar sobre què està passant en aquesta construcció de la identitat mitjançant la interacció entre el món online i offline.

I és des d'aquest rebombori intern de desconeixement, falta d'eines i, sobretot, la falta d'una opinió pròpia que em permetés projectar actuacions d'intervenció al voltant d'aquest tema (si es considerés oportú) que vaig decidir emprendre aquesta investigació.

3. Disseny de la investigació

Arran de l'elecció del tema d'estudi, vaig estar reflexionant sobre què era exactament el què volia saber i quina era la millor manera per poder aproximar-me a la informació que necessitava. Així, vaig desenvolupar dos objectius generals com a base de l'estudi d'investigació desenvolupant-lo en diferents objectius específics que reflectissin tots els aspectes d'interès per aconseguir una aproximació global del tema. Després, vaig desenvolupar la metodologia tot decidint quins instruments eren els més adequats que em permetrien aproximar-me a la informació necessària

3.1. Objectius

Objectiu general

- Conèixer la percepció d'intimitat en els i les adolescents, lligada a la construcció de la identitat a través de les xarxes socials.

Universitats organitzadores:



En col·laboració amb:



- Aproximar-me a la visió de l'adult en l'ús de les xarxes socials per part dels i les adolescents relacionada amb la intimitat.

Objectius específics

En relació a la percepció d'intimitat en els i les adolescents:

- Comprendre què vol dir la construcció de les identitats en relació al món online i offline.
- Descobrir com entenen els adolescents les xarxes socials i els seus usos en relació a la intimitat.
- Descobrir la concepció de popularitat en els adolescents relacionada amb la intimitat a través de les xarxes socials.
- Analitzar la variable d'origen social i el seu efecte en l'ús de les xarxes socials en l'adolescència.

En relació a la visió de l'adult sobre els i les adolescents i l'ús de les xarxes socials:

- Comprendre la percepció de l'adolescència en el món actual per part de l'adult.
- Descobrir com entén l'adult les xarxes socials en comparació amb els i les adolescents.
- Analitzar la concepció de l'adult sobre el concepte d'intimitat en l'adolescent.

3.2. Característiques metodològiques de la investigació

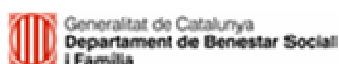
Aquesta investigació es centra en l'estudi del concepte d'intimitat en els i les adolescents al voltant de les xarxes socials, poder concebre la manera com aquest concepte ha evolucionat i quines són les característiques que els propis adolescents li atorguen. Alhora, per donar-li un enfocament global, he cregut oportú incloure la percepció de professionals de l'educació que treballen en intervenció directa amb adolescents i la percepció d'una persona experta sobre aquest mateix concepte i com creuen que l'adolescent el percep o l'entén.

La investigació s'ha realitzat mitjançant una metodologia qualitativa en la qual vaig planificar diferents tècniques d'anàlisi per recollir la informació necessària, concretament un grup de discussió format per adolescents i l'entrevista semi-estructurada dirigida als professionals.

Universitats organitzadores:



En col·laboració amb:



La mostra de l'estudi ha estat:

- Dos grups de discussió format per nois i noies de 14 i 15 anys. Per a l'elecció dels grups vaig decidir adjudicar la variable d'origen social per poder observar-ne les similituds i/o diferències i, per tant, vaig realitzar un estudi estadístic sobre la situació socioeconòmica dels habitants de Sabadell per tal d'escollir un grup d'adolescents com a mostra representativa ubicada en dos barris diferenciats. Dir, també, que vaig optar per crear el grup de discussió mixtos d'adolescents que, apart d'estar cursant la ESO, participaven d'alguna entitat de lleure, concretament l'esplai La Teranyina del barri del Centre de Sabadell i l'espai jove del barri de Can Puiggener de la mateixa ciutat. D'aquesta manera, els dos grups de discussió compartien l'edat, el nivell d'estudis i la pertinença a un espai de lleure en el qual assistien de manera voluntària i els diferenciava l'origen social i el capital social del barri on vivien.

- Dues entrevistes a professionals de l'educació. Per aproximar-me a la visió adulta de l'interès de la investigació, vaig escollir a dos professionals que treballen en dues entitats de lleure que desenvolupen projectes amb adolescents. D'aquesta manera, pretenia mantenir la línia del lleure com a factor d'unió entre els grups de discussió i la visió dels professionals. Concretament, vaig realitzar l'entrevista al coordinador de la Ludojove Margarida Bedós, situada al barri de Campoamor de Sabadell i al coordinador de l'Espai Jove de Cerdanyola del Vallès.

- Una entrevista a investigadora experta. Finalment, vaig realitzar una entrevista a una persona experta en el tema d'estudi per tal de contrarestar tota la informació recollida amb la seva opinió construïda al voltant de la investigació que ha realitzat. Vaig realitzar una entrevista a Iolanda Tortajada, professora titular dels Estudis de Comunicació de la Universitat Rovira i Virgili i actual directora del departament.

3.2.1. Limitacions de la mostra

Consiero important parlar de les limitacions que existeixen en aquesta investigació per tal de tenir-les presents a l'hora d'analitzar els resultats.

Per una banda, dir que un dels grups de discussió realitzats, concretament el desenvolupat a l'Espai Jove de Can Puiggener, coincideix amb el lloc on treballa. Tot i que penso que els

Universitats organitzadores:



En col·laboració amb:



adolescents van ser lliures de poder aportar les opinions que creien convenients i expressar tot allò que pensaven al voltant de les preguntes formulades, considero important tenir-ho en compte per la possibilitat d'un biaix en les seves respostes per possible informació guardada degut a la meua relació com a professional.

Pel què fa a la visió adulta, tenir en compte que és una visió formada per professionals que treballen amb adolescents i, per tant, són persones formades que comparteixen amb l'adolescent uns espais concrets d'oci i la relació que els vincula és purament professional, treballant des d'una òptima del vincle i l'acompanyament. Així, destacar que no està present la família (bàsicament el pare i la mare), cosa que segurament aportaria noves informacions i concepcions diferents de l'adult, ja que la relació amb l'adolescent, els espais compartits i el vincle que es crea són totalment diferents.

Universitats organitzadores:



En col·laboració amb:



PRIMERA PART: MARC TEÒRIC I CONTEXTUALITZACIÓ

MARC TEÒRIC

4. La societat de la revolució tecnològica

Les persones vivim en societat, ens eduquem i ens desenvolupem en comunitat i amb interacció amb els altres. El concepte xarxa social es remunta a una època molt anterior a Internet, abans de l'aparició dels ordinadors personals; ja que fa referència a una comunitat en la qual els individus estant connectats d'alguna manera (a través dels amics, els valors, les idees...). Ara bé, avui el terme xarxa social es refereix, també, a la plataforma web al qual les persones es connecten entre sí.

Internet ha facilitat, segons Oliva (2012) **noves formes socials** que introdueixen modificacions en la interacció social entre les persones:

- Enormitat: magnitud de xarxes arribant a un número incomptable de persones.
- Comunalitat: ampliació de l'escala a la que podem compartir informació i contribuir a esforços col·lectius.
- Especificitat: incrementació de la particularitat dels vincles que podem formar
- Virtualitat: capacitat d'assumir identitats virtuals.

La comunicació mitjançant l'ordinador esdevé la substitució i complementarietat d'altres canals tradicionals, fent que una **mateixa persona sigui productora i consumidora d'informació**. S'ha produït, per tant, una revolució tecnològica a escala mundial que ha portat lloc al que s'ha anomenat societat informacional. Així, segons Castells (2003), aquesta revolució gira entorn de les tecnologies del processament de la informació i la comunicació que s'utilitzen en àmbits molt diferents de la vida d'una persona, augmentant cada dia la quantitat de dades personals existents a la xarxa.

Els joves d'avui en una societat occidental viuen rodejats de mitjans emmarcats en una *cultura de la convergència*¹ on **coexisteixen els mitjans de comunicació antics amb els mitjans**

¹ Terme creat per Henry Jenkins (2008) i extret de Reig, D. i Vilchez, L. (2013). *Los jóvenes en la era de la hiperconectividad. Tendencias, claves y miradas*. Madrid: Fundación encuentro y Fundación telefónica.

Universitats organitzadores:



En col·laboració amb:



socials interactius actuals. Aquests nous mitjans, tal com s'ha dit anteriorment, creen uns processos culturals que gràcies a la circulació d'històries, idees i comunitats, han creat i estant creant noves formes d'entreteniment i una nova manera d'entendre el consum passiu de la cultura de l'oci creat per un monopoli a ser persones protagonistes i actives de la cultura. Sorgeix el què s'anomena web 2.0 que, segons Codina (2009)² recull quatre components principals: els continguts creats pels usuaris, les xarxes socials, les aplicacions el línia i les eines de col·laboració.

Així, la societat actual s'anomena societat augmentada, on segons Reig (2013) s'explorarien la quantitat i varietat de relacions socials possibles, recuperant la importància dels espais, de les interaccions que tenim amb els altres per definir la nostra realitat. És una **nova manera d'entendre la relació entre allò comunitari i individual** per satisfer les necessitats humanes, redefinint conceptes com soledat en espais amb menys grau d'implicació i més quota de llibertat. Amb tots aquests canvis, la manera com es socialitzen les persones, per tant, també ha estat modificada, entenent la socialització com a modeladora, identitària, familiaritzant amb l'entorn i comunitària.

A mode d'apunt, anomenar l'existència de la *bretxa digital* entesa com aquelles persones que no tenen accés a les noves tecnologies o que no saben usar-les, creant un nou sector de risc d'exclusió social. Aquesta bretxa vindria determinada bàsicament per factors socioeconòmics o per qüestions d'edat.

4.1. La creació d'una identitat digital

La quantitat de dades que un individu genera, gestiona, edita o comparteix, cada dia és més difícil de calcular. Ara bé, **qualsevol activitat que una persona genera a la xarxa conforma una identitat**, lligada al propi aprenentatge i en la creació de nova cultura digital. Per tant, aquestes dades que una persona genera i comparteix contribueixen a crear, tal com exposa Gionés i Serrat (2010), noves identitats personals en l'entorn digital que poden coincidir, o no, amb la identitat analògica –les característiques que s'atribueixen a una persona fora de línia o de xarxa-.

² Informació extreta de Feixa, C i Nilan, P. (2008). *Una joventut global? Identitats híbrides, mons plurals*. Educació Social, núm 43 p7387

Universitats organitzadores:



En col·laboració amb:



Segons Wood i Smith (2005), la identitat es podria definir com una construcció complexa, personal i social, consistent en part en qui creiem ser, com volem que els altres ens percebin i com, de fet, ens perceben. Segons Weber (2008)³, la identitat es allò que no pot ser aconseguit d'un cop i per sempre, sinó que és fluida i està permanentment oberta a la negociació, a la vegada que es troba limitada per diversos factors. Goffman (1981) afirma que un individu quan es presenta davant dels altres transmet la impressió que vol projectar i que els altres, al seu torn, provaran d'aconseguir el màxim d'informació de l'individu i posar en joc la que ja tenen. Per tant, una identitat digital personal es podria descriure com una **representació virtual** que permet interactuar al ciberespai, projectar una personalitat i difondre una trajectòria personal o professional per tal d'aprendre i compartir informació.

Destacar la definició de Castañeda i Camacho (2012), descrivint la identitat digital com a medidora entre l'experiència de la identitat construïda per les persones i la condicionada per factors socials. És a dir, la relació entre les activitats de comunicació i els judicis interpersonals han adquirit una enorme importància, ja que cal relacionar-les amb la naturalesa de les nostres experiències socials i culturals i la manera com aquestes afecten a la nostra identitat.

Així, amb la incorporació de les xarxes socials s'està creant un nou model de socialització, la sociabilitat mediàtica, el qual les persones se senten acompanyades per altres persones que no estan físicament presents en el mateix espai. Tal com expressa Simmel⁴, els diferents mitjans de comunicació permeten dues pautes claus de **mediatització social**: organitzar els estats d'ànim i generar la sensació de connexió; és a dir, està compartint d'una manera afectiva sense compartir l'espai físic. Destacar, també, Thompson (1998) que afirma que les persones senten la pertinença a grups i comunitats que s'han constituït, en part, a través dels mitjans digitals, anant més enllà del sentiment que emana d'una història o lloc que es comparteix, sinó que es dóna importància a les formes simbòliques que provenen d'aquests mitjans i que han alterat, per tan, el sentiment de pertinença a grups i a comunitats a partir de les quals es comparteixen experiències.

³ Sádaba, C. i Bringué, X. (2010). Niños y adolescentes españoles ante las pantallas: rasgos configuradores de una generación interactiva. CEE Participación Educativa, 15 (86-104). Navarra: Estudios e investigaciones.

⁴ De l'article Gomes, H. (2007). *Jóvenes y la vida digital: de hacer vida (pos) moderna*. Leon: Entretextos.

Universitats organitzadores:



En col·laboració amb:



Així, les persones elaboren la seva identitat a partir dels materials simbòlics que provenen dels mitjans de comunicació, a través d'una activitat centrada en la interrelació dialògica en la qual les persones poden crear els seus propis recursos i compartir amb els seus grups i comunitats.

M'agradaria afegir l'existència de dues perspectives a l'hora de parlar d'identitat digital, ja que es pot entendre com que la presència virtual significa perill per la seguretat personal podent ocórrer conseqüències greus en suplantació d'identitats o, per una altra banda, tal com exposa Freire (2009), entendre **la construcció de la identitat a la xarxa com a una oportunitat d'aprenentatge**, personal i professional, emmarcada dins de la cultura informacional en la qual estem immersos en aquesta societat de la informació.

5. L'adolescència, un constructe social

Per entendre l'adolescència cal incorporar noves mirades que trenquen amb el paradigma tradicional que defineixen l'adolescència com una etapa de transició o d'iniciació caracteritzada per una falta de projectes, maduresa, identitat,... Aquesta definició tradicional portava, implícitament, la negació del reconeixement com a subjecte. Per tant, segons exposa Quima Oliver (2006)⁵ és necessària una ruptura amb aquestes concepcions i construir una visió no fragmentada de l'adolescència, que superi la idea d'aquesta vista com a problema i l'entengui com a resultat d'una construcció històrica i d'un procés social. A través de l'enfocament del cicle vital, es considera a l'adolescent com a subjecte que es troba en un moment particular de desenvolupament, amb necessitats i subjectivitats específiques determinades per l'edat i el context social. Per tant, no es pot assumir l'adolescència com a la preparació per a la vida, sinó com la vida mateixa, com una categoria social que gaudeix d'una gran pluralitat (degut a la diversitat d'itineraris biogràfics) i que representa un sentit eteri provisional.

Segons Jaume Funes (2005), és important integrar dues perspectives per entendre què significa adolescència en el món actual, Primerament, entendre **l'adolescència com a producte d'un context**, ja que l'adolescència sempre estarà construïda a partir de materials i interaccions d'un context que defineixen el marc de les seves possibilitats i oportunitats, és a dir, és un producte d'un temps concret, en espais concrets que condicionen les possibles

⁵ De l'article Maranzana i Gomez (2001). *Participació infantil i adolescent a la ciutat de Barcelona*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona. Àrea ed Qualitat de Vida, Igualtat i Esports.

Universitats organitzadores:



En col·laboració amb:



formes de ser adolescent i la interacció que tenen amb el grup d'iguals i les generacions pròximes.

Alhora, l'adolescència no només s'entén com el producte adolescent sinó com el **producte dels seus adults**, és a dir, conèixer l'adolescent significa tenir present que una part important de la realitat a conèixer està en les mirades de les persones adultes per evitar. Aquestes mirades es posicionen a través d'una ambivalència que es debat entre acceptar els drets dels adolescents i la por de què es produeixi el caos, fent-los dependents i frenant el seu desenvolupament mitjançant l'autonomia.

“Es a pesar de la autoridad del adulto, y no debido a ella, que el niño aprende. Ello depende también del grado en que el adulto interligente sea capaz de pasar inadvertido para llegar a ser un igual y no un superior”. Jean Piaget (2008,76).⁶

No es pot obviar l'existència, per tant, de l'**adultisme**, entès com les interaccions entre adults i joves que, degut als canvis accelerats del món actual, els adults estant desproveïts de referents suficients de la seva pròpia vida per orientar i acompanyar el què estant vivint els joves. El manteniment de posicions des d'aquestes carències bloqueja la recerca de l'autonomia i es potencia la relació amb el jove des del control adult i l'autoritat imposada. Aquesta posició, segons Ulloa (2002), condueix als bloquejos generacionals dificultant l'escolta mútua i l'empatia entre les dues generacions, emergint discursos i realitats paral·leles, generant tensions, frustracions i conflictes que acaben convertint-se en crònics.

Entendre a l'adolescent com a subjecte actiu significa que se li atorga, tal com expressa Benedicto (2002), la capacitat de gestionar i decidir sobre el seu projecte vital mentre busca la manera d'inserir-se a la comunitat en què viu, assumint responsabilitats i participant en aquesta.

5.1. Els i les adolescents en la societat de la informació.

És obvi **entendre els adolescents d'avui com a nadius digitals**, és a dir, aquella persona que ha crescut al voltant de les noves tecnologies i formen part de la seva vida d'una manera natural, sense imposicions ni incògnites que provoquin rebuig o dificultats per entendre'n el funcionament. Reig (2013), descriu els nadius digitals com aquelles persones nascudes al

⁶ Frase extreta de Oliver, Q. (2006): *Adolescencia y participación: Palabras y juegos*. Uruguay: UNICEF.

Universitats organitzadores:



En col·laboració amb:



voltant de l'any 2000, gaudint d'una sèrie d'aspectes tècnics que els avancen a les generacions passades. Segons Tully (2007)⁷ els adolescents, a diferència dels seus adults, tenen accés al coneixement a través d'un major domini de les tecnologies de la informació i la comunicació, més mobilitat geogràfica, preeminència de la imatge i d'allò audiovisual que comporta noves formes d'expressar-se i relacionar-se. Està sent la primera generació que experimenta una sèrie de canvis dràstics en l'accés i el processament de la informació.

Aquesta característica ha provocat que diversos autors hagin *batejat* aquesta generació amb noms relacionats amb les noves tecnologies, tot i que cal entendre generació com una estructura no compacta, sinó caracteritzada per referents simbòlics que identifiquen vagament als agents socialitzadors en unes mateixes coordenades temporals (Feixa, 2013). Destacar Gardner i Davis (2014) amb la qualificació de "Generació App", degut a la idea de què els joves no només creixen rodejats d'aplicacions, sinó que a més a més han arribat a entendre el món com un conjunt d'aplicacions dissenyades per proporcionar a l'ésser humà tot allò que necessita i que si aquesta aplicació necessària no existeix, immediatament s'ha de crear. Una generació, segons Sádaba i Bringué (2010), que es troba equipada amb **múltiples pantalles amb capacitat de desenvolupar activitats simultànies i de manera interactiva**, amb autonomia gràcies a un autoaprenentatge, divertint-se amb allò digital i que ha arribat a crear-se la necessitat de relacionar-se a través d'aquest món.

Igualment, destacar el concepte de Generació @ de Feixa (2013) on pretén expressar tres tendències de canvi que hi intervenen, com és l'accés universal (encara que no necessàriament general) a les noves tecnologies de la informació i comunicació, l'erosió de les fronteres tradicionals entre el sexe i el gènere i el procés de globalització cultural que porta necessàriament a noves formes d'exclusió social a escala planetària. El mateix Feixa descriu la tendència de canvi d'una societat xarxa cap a una societat de la web social, exposant un nou terme com és la Generació #, una generació nascuda als anys noranta, educada en la era digital que coincideix plenament amb la consolidació de la web social i de les xarxes socials com Facebook, aracteritzada per una tecnologia mòbil que permet estar connectats constantment i en tots els llocs.

⁷ De l'article Oliva (2012). *Redes sociales y jóvenes: una intimidad cuestionada en internet*. Aposta: revista de ciencias sociales, 54, 1-14.

Universitats organitzadores:



En col·laboració amb:



Es pot dir, per tant, que els adolescents d'avui han incorporat a les seves vides la connexió contínua a Internet, una connexió/comunicació amb els seus iguals de manera continuada, connectats permanentment i oberts a les oportunitats que Internet ofereix; provocant múltiples estudis i diversitat d'enfocaments al voltant de les pautes de consum, l'exposició de continguts i els seus efectes i la protecció de dades. Segons Boyd (2014), l'adolescent continua preocupat per trobar el seu lloc a la societat i les xarxes socials estant fent que aquesta recerca sigui diferent ja que desenvolupa unes connexions socials i una autonomia desconeguda fins el moment.

Destacar un estudi etnogràfic de la Fundación McArthur de l'any 2008⁸, on descriuen l'existència de **tres formes bàsiques de participació dels joves** en els nous mitjans, que són:

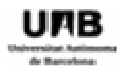
- Hangin' out (perdre el temps): passar el temps per passar-lo, perdre el temps de manera conjunta. Es podria dir que això forma part de la socialització natural dels joves que ha passat d'una esfera offline a una esfera online en la qual utilitzen les eines dels mitjans per ampliar o enriquir el temps.
- Messin' around (donar-li voltes): amb l'ús dels nous mitjans, els joves van més enllà d'una etapa d'apropiació de les tecnologies, ja que apart de tenir una finalitat social, també cal destacar la possibilitat d'un ús professional, informatiu, d'aprenentatges... amb noves implicacions que arriben a satisfer necessitats molt diverses de cada persona.
- Geekin' out (ser experts): la utilització dels nous mitjans per part d'alguns joves ha fet que s'anessin convertint en una persona experta al voltant d'allò que li interessa o li agrada a través d'un autoaprenentatge. L'ús dels nous mitjans i el seu aprenentatge serveix per transmetre coneixements especialitzats ajudant a la persona a adquirir un nou estatus i una credibilitat entre els membres de la pròpia comunitat que significa, alhora, noves formes de participació.

5.2. L'Efecte de les xarxes socials en els i les adolescents.

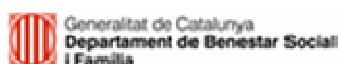
Segons Gardner (2014) les tecnologies digitals han reconfigurat significativament la identitat personal, les relacions íntimes amb altres persones i la capacitat imaginativa i creativa. Tot el

7. Reig, D. i Vilchez, L. (2013). *Los jóvenes en la era de la hiperconectividad. Tendencias, claves y miradas*. Madrid: Fundación encuentro y Fundación telefónica.

Universitats organitzadores:



En col·laboració amb:



què es publica a Internet queda per la posteritat, contribuint a escriure una **memòria col·lectiva i perenne a la xarxa**, afectant a la pròpia imatge i reputació.

Segons Livingstone⁹ (2002), la casa ha estat l'espai primari per a l'equipament tecnològic des del qual els joves ingressen als nous mitjans i poden estar en contacte a distància amb el món en general i, igualment, amb les seves comunitats i grups d'espais compartits físicament. Així, la connexió que possibilita la comunicació digital, interactiva i mòbil, és l'espai per realitzar la vida social entre els joves i el seu nínxol està sent aquell que permeten els telèfons mòbils a través dels espais per interactuar amb les xarxes socials (Boyd, 2014).

Els anomenats **llocs de xarxes socials** (*cool places*) definits per Boyd i Ellison (2007) com els serveis web que permeten a les persones construir un perfil públic i articular una llista d'usuaris amb les quals es comparteix la connexió, provoquen la construcció de la identitat digital consolidant un nou entramat social que pot portar a la configuració de moltes identitats diferents amb l'ús de diverses eines de manera simultània.

En aquest nou entramat social, voldria destacar **visibilitat, reputació i privacitat** com a tres eixos que es relacionen amb l'ús i els límits de les xarxes socials i que han estat periòdicament estudiats, tal com han destacat Giones i Serrat (2010). Tot i així, considero important remarcar que la negociació de les fronteres entre allò públic i allò privat és decidida i gestionada de forma conscient, tal com descriu Livingstone (2008)¹⁰.

Per una banda, destacaria la visibilitat ja que tota activitat que una persona genera a la xarxa està constituint la seva identitat, sigui en sentit positiu o negatiu. Aquesta visibilitat pot ser tan construïda a partir d'informació creada pel propi usuari com d'informació compartida de tercers. Cal preguntar-se, doncs, fins a quin punt és interessant ser visible, quina presència (visibilitat digital) vol tenir cada persona i quin impacte té per a aquesta, mesurable en número de contactes, seguidors o en la replicació de continguts.

⁹ De l'article Gomes, H. (2007). Jóvenes y la vida digital: de hacer vida (pos) moderna. Leon: Entretextos.

¹⁰ De l'article Giones, A i Serrat, M (2010) *La gestió de la identitat digital: una nova habilitat informacional i digital*. Barcelona: Textos universitaris de biblioteconomia i documentació.

Universitats organitzadores:



En col·laboració amb:



Per altra banda, la reputació com a eix totalment relacionat amb la interacció amb els altres, ja que la reputació es basa en l'opinió que els altres tenen d'un mateix, podent influir en la nostra decisió la opinió de tercers. Per a Solove (2007) la reputació és un component clau de la nostra identitat, que reflecteix qui som i defineix com interactuem amb els altres. Així, una persona amb més reputació difondrà la seva opinió de manera més ràpida i probablement, alhora, a persones també visibles per altres.

Finalment, en relació a la privacitat, no es pot obviar la necessitat de prendre consciència de les dades persones que s'exposen a Internet i l'ús que se'n pot fer d'aquestes, per aconseguir una bona gestió de la identitat digital. És cert que l'exposició de dades a Internet es fa de manera voluntària, però molts usuaris en desconeixen la repercussió que aquest fet pot portar, podent guardar la informació i el tràfic de dades durant la connexió i utilitzar-les per altres fins. Una opinió a destacar és la realitzada per Dennis O'Reilly (2007) que afirma que la millor manera de protegir la privacitat és assumir que no n'hi ha i modificar, si es considera, el teu comportament en línia d'acord amb això.

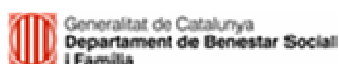
Segons Boyd i Marwick (2011), la participació a les xarxes socials no implica que els adolescents d'avui en dia rebutgin tota interpretació sobre la privacitat, ja que cal tenir en compte que aquesta varia segons les capacitats que tenen per navegar, per accedir a la tecnologia i per l'entorn social. Les dues autores defineixen la privacitat com un concepte social construït a partir del reflex dels valors i les normes de les persones que viuen en el món. S'ha convertit en una norma social amb l'existència d'una regulació que protegeix a les persones de possibles danys. Així, la importància del concepte de privacitat és saber com les persones el conceptualitzen i l'integren a la seva vida

Llavors, després de tot allò exposat anteriorment, penso que caldria conèixer **com afecta al concepte d'intimitat**, ja que, tal com expressa Thompson (1998), hi ha un fort impacte en al conformació de les subjectivitats i la auto-identitat de les persones en relació a la vida social, on cal tenir en compte la manera com els mitjans impacten en les interaccions socials i en l'experiència del jo en un món mediàtic.

Universitats organitzadores:



En col·laboració amb:



Segons Boyd (2014), l'adolescent necessita formar part d'un món més ampli connectant-se amb altres persones tot sentint la llibertat de la mobilitat a través d'aquestes xarxes. És important conèixer, doncs, com la tecnologia està introduint noves possibilitats socials i com aquestes canvien la manera d'interaccionar amb les persones. Així, Boyd defineix quatre aspectes diferenciadors de la manera de relacionar-se a través de les xarxes socials dels quals se'n pot desprendre diferents rituals i símbols que configuren la auto-identitat a través d'una mediatització social. Aquests són:

- Capacitat de persistència. La durabilitat de les expressions i el contingut, a través de poder compartir-ho de manera il·limitada. Això repercuteix en implicacions significatives que tenen lloc en un mateix temps a molts espais diferents.
- Capacitat de visibilització. El potencial de les audiències en el qual tothom en pot ser testimoni per tal de posar en línia utilitzant els mitjans socials, cosa que és àmpliament accessible perquè majoria dels sistemes estan dissenyats de tal manera que compartir amb altres és sempre el més accessible.
- Capacitat de propagació. És possible compartir tot el contingut i les xarxes socials estant dissenyades per donar valor a la informació que es comparteix de manera implícita i encoratja a rebloguejar, a posar favorits aquells textos o imatges que agraden o copiar qualsevol contingut en un altre xarxa.
- Capacitat d'obtenir informació. És possible buscar continguts de tot el què es vulgui i qualsevol persona/espectador curiosa pot consultar bases de dades i descobrir infinitat de missatges i fotografies escrites per i sobre els altres.

Segons Dillon (2013), predominen el què han anomenat **personalitats alterdirigides**, descrites com a construccions d'aquesta orientades cap a la mirada aliena, en el qual es busca provar la identitat per obtenir reconeixement i validació del grup d'iguals. La recerca de ser acceptats mitjançant el desig de ser populars, una de les dimensions més valorades pels adolescents. Es podria dir, per tant, que estem immersos en una societat de l'espectacle en el qual només té sentit allò que es veu, en comptes d'allò que s'és.

Cal tenir en compte l'arquitectura d'allò virtual que possibilita formes diferents de connexió i interacció, d'estar junts; manifestant que el nou entorn comunicatiu és part del món de la vida dels adolescents i de la nova condició de vida i d'experiències que s'articulen amb la

Universitats organitzadores:



En col·laboració amb:



conformació i desenvolupament de la subjectivitat (Urresti, 2008). La subjectivitat, per tant, és l'àmbit d'allò íntim, és a dir, del territori en el qual es fa evident la forma que adquireix l'experiència històrica, la pertinença a una època determinada i el desenvolupament de la història personal.

CONTEXTUALITZACIÓ DE LA INVESTIGACIÓ

6. L'educació no formal

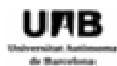
Considero important fer un esment al què s'entén per educació en el lleure, ja que tota la investigació està vinculada amb aquesta; tant el grup d'adolescents escollits com els professionals de referència i, penso, cal donar-li el valor educatiu que representa pel desenvolupament dels adolescents la pertinença a una entitat de lleure.

L'educació en el lleure, educació emmarcada dins de l'**educació no formal**, s'entén com educació en valors i desenvolupament de les persones a partir de les situacions quotidianes. Segons Puig i Trilla (1985), l'educació en el lleure es basa o **s'orienta en un seguit de principis**:

- 1) Alliberar temps per l'oci formatiu. Aconseguir una millor distribució i aprofitament del temps lliure.
- 2) Implicació de totes les Institucions Educatives
- 3) No avorrir
- 4) Respectar l'autonomia individual (col·laborar amb l'individu per a què aprengui a divertir-se, no només divertir i distreure).
- 5) No avaluar només amb criteris utilitaristes (avaluar no només resultats sinó el procés de la pròpia activitat i grau de satisfacció produït)
- 6) Potenciar el plaer quotidià
- 7) Promoure l'extraordinari
- 8) Compatibilitzar l'oci individual i compartit
- 9) Bel·ligerant contra els ocis nocius (alienants, individualistes, competitius, etc.)

Destacar, per això, que **parlar d'educació no és parlar d'un fet aïllat** en un únic espai, i per tant, tampoc es pot començar a parlar d'educació en el lleure sense entendre conceptes com la socialització, sense tenir en compte les polítiques que s'hi relacionen, i sense conèixer-ne les

Universitats organitzadores:



En col·laboració amb:



necessitats del territori i fer participants a les persones que s'hi relacionen. Així, un espai d'educació en el lleure és un espai de socialització, participació proactiva, de relacions comunitàries i vinculades a un territori.

7. La ciutat de Sabadell

Considero important, també, fer referència a les dades estadístiques extretes de la població de Sabadell per tal de justificar l'elecció dels dos barris on s'han desenvolupat els grups de discussió utilitzant la variable d'origen social.

Sabadell és co-capital del Vallès Occidental juntament amb Terrassa, les dues ciutats superen els 200.000 habitants cada una, amb 20.102¹¹ habitants de 15 a 24 anys segons les dades oficials del l'any 2013. A través de les dades recollides durant l'any 2012 i publicades el maig del 2013 a l'Informe **Situació de la població jove de Sabadell**, emès per la Regidoria de Drets Civils de l'Ajuntament de Sabadell; destacaria la següent informació relacionada amb la població i el nivell d'instrucció:

Població

- A Sabadell hi ha 49.013 joves de 16 a 35 anys, que representen un 23,55% del total de la població i la distribució per sexe és molt equilibrada: 24.237 dones (49,45%) per 24.776 homes (50,55%).
- Els estrangers situats entre aquestes edats són 10.674 i representen un 21,78% del total de la població jove entre 16 i 35 anys.
- Les tres nacionalitats estrangeres amb més presència entre els joves de la ciutat són: Marroc amb 1.764 (16,53% sobre el total de joves estrangers), Bolívia amb 1.611 (15,09%) i Equador amb 1026 (9,61%).

Educació i nivell d'instrucció

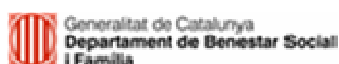
- Hi ha gairebé 9.620 alumnes cursant estudis que suposen un 19,23% sobre el total de joves empadronats a Sabadell.

¹¹ Dades extretes de Institut d'Estadística de Catalunya: www.idescat.cat

Universitats organitzadores:



En col·laboració amb:



- 3.313 alumnes que tenen entre 16 i 18 anys empadronats estant estudiant, i representen un 86,68%. Aquesta dada és significativa ja que suposa estudis superiors més enllà de la ESO¹².

Pel què fa als dos barris escollits per a la mostra (barri del Centre i barri de Can Puiggener), destacar-ne les següents diferències:

Població

L'Anàlisi de la població immigrada a Sabadell¹³ conclou que la població d'origen estranger (un 13% sobre el total de la població de Sabadell) es distribueix de manera desigual a la ciutat i el barri de Can Puiggener continua sent el sector amb major presència de població estrangera. De fet, el 2012, el 34% de la població que viu a Can Puiggener és estrangera, havent augmentat en tres punts des de l'any anterior. Caldria destacar que el col·lectiu marroquí, el segon en nombre i presència a Sabadell, també es distribueix de forma desigual en tot el municipi, residint un 23% al barri de Can Puiggener, sent el barri amb més presència de població d'origen marroquí de tota la ciutat.

Taxa d'aturats

Tot i que la franja d'edat de la investigació no són persones en edat laboral, considero important destacar aquesta informació per observar la realitat dels dos barris:

Codi postal	Sectors	Població aproximada de 16-35 anys	Nombre d'aturats	Taxa d'atur estimada
8201	Part del Centre	3.500	255	7,3%
8208	Togores, Can Puiggener i Creu Alta	5.800	686	11,9%

¹² Tot i així, no es pot oblidar que en aquesta franja d'edat també s'inclouen les persones que estant cursant un PQPI i que, a la ciutat de Sabadell, ha experimentat una demanda que ha superat l'oferta de places durant el curs 2012/2013, amb un càlcul aproximat de 300 joves que s'han quedat sense tenir-ne accés. Aquesta informació es pot veure a la notícia del Diari de Sabadell: Álvarez, E. (14 de febrer). La formació professional supera a la opció del bachillerato. *Diari de Sabadell*. p.2.

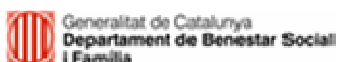
¹³ Anàlisi de la població immigrada a Sabadell:

<http://obimmigraciosbd.files.wordpress.com/2009/01/analisi-de-la-poblacio-immigrada-de-sabadell-dades-padro-juliol-20081.pdf>

Universitats organitzadores:



En col·laboració amb:



SEGONA PART: ANÀLISI DELS RESULTATS

8. L'Anàlisi de la informació recollida¹⁴

Després d'analitzar tota la informació recollida a través de les diferents tècniques utilitzades, he realitzat un buidatge d'aquesta informació i he agrupat els resultats obtinguts per temàtiques i d'aquesta manera, poder anar-me aproximant als diferents objectius establerts al inici de la investigació.

L'adolescent avui

Quan la persona adulta defineix l'adolescent del món actual no pot deslligar-lo de les característiques de la societat actual, de la situació econòmica i dels constants canvis que estant succeint d'una manera vertiginosa i que el propi adult li costa d'adaptar i comprendre.

els hi ha tocat viure un moment social molt complicat (crisi econòmica i procés de modernitat líquida fa tot molt complicat perquè no hi ha res a què agafar-se i no hay nada y hay mucha informació y un mundo excesivamente grande.(Professional de Espai Jove)

els i les adolescents encaren reptes identitaris que no van haver d'enfrontar altres generacions, o que ho han de fer en un context i amb unes exigències diferents. (persona experta)

l'adolescent forma part d'una generació amb unes característiques socials i contextuals concretes (...) A nivel general no se les tiene en consideración como individuos, como personas que tienen algo que decir y que tienen una visión del mundo determinada. Determinada por su cultura, edad, una trayectoria vital... o por su corta trayectoria vital. (professional de la LudoJove)

S'observa com els dos professionals entrevistats coincideixen amb la importància de relacionar la creació de la identitat de l'adolescent amb el seu entorn, destacant-ne el context social, educatiu i cultural. De la mateixa manera, destacar el pes que atorguen a l'adult i l'existència d'una distància entre el món adult i el món adolescent, mostrant la importància de fer l'esforç per entendre ja que l'adult no ho ha viscut ni comparteix simbologies.

de moment l'adult no està preparat per assumir allò que no entén (Professional Espai Jove).

¹⁴ Veure Annex 1: Descripció de les persones entrevistades.

Universitats organitzadores:



En col·laboració amb:



han de sobreviure en aquest context i amb un despreci generalitzat cap a ells per part del món adult. (professional de la LudoJove)

Les xarxes socials. Com s'entenen?

La persona experta que vaig entrevistar explica que:

les xarxes socials, com diria la Sonia Livingstone¹⁵, són un espai d'oportunitats i de riscos alhora. Oportunitats per a la socialització i l'aprenentatge ja que permeten consolidar llaços amb persones conegudes, amistats i familiars i per a l'aprenentatge perquè obren la porta a un volum de contingut com no hem tingut mai a l'abast i també de contingut autogenerat, és a dir, fet per les persones, també els i les adolescents.

Així, totes les persones entrevistades coincideixen que les xarxes socials són una oportunitat per la comunicació i aporta grans avantatges i beneficis però que alhora, té riscos i perills si no se saben utilitzar adequadament.

las redes sociales todo el mundo puede saber de donde eres y donde estas y esto es malo (...) pero hay cosas buenas como que te comunicas con gente con muchas distancias como un hermano o un primo o yo que sé (noia 1 Espai Jove).

la majoria de les xarxes socials tenen tota la informació que vulguis de tu (...) i si algú vol saber la seva vida la pot saber. (noi 1 la Teranyina).

Si sabemos quienes somos y sabemos susar las redes sociales lo que tienes es una ventana abierta al conocimiento (...) todo lo demás son beneficios (...) porque tienes una ventana abierta al conocimiento. (Professional Ludojove)

Per tant, la base de les xarxes socials és la comunicació entre les persones arribant a afirmar, noia 2 de Espai Jove, que alguna xarxa com el whatsapp és avorrida perquè *sólo se comunican, sólo escriben.*

¹⁵ Sonia Livingstone és una persona referent en el panorama actual havent escrit i/o editat fins el moment dinou llibres i nombrosos articles acadèmics i capítols. Ha estat professora visitant a les Universitats de Bergen, Copenhagen, Harvard, Illinois, Milà, Oslo, París II i Estocolm; i imparteix cursos de sobre mitjans de comunicació i teoria de la comunicació, els mètodes i les audiències i supervisa estudiants de doctorat que investiguen qüestions d'audiències, els públics i els joves en el canviant panorama dels mitjans digitals.

Informació extreta del següent enllaç:

<http://www.lse.ac.uk/media@lse/WhosWho/AcademicStaff/soniaLivingstone.aspx>

Universitats organitzadores:



En col·laboració amb:



Ara bé, com s'entén aquesta comunicació?

(Les xarxes socials) t'acaben pillant molt i desconnectant del món exterior i en comptes de parlar cara a cara el què fas és parlar per les xarxes socials i tampoc mola (noi 2 Teranyina)

són bones perquè et pots connectar fàcil però perds el contacte de veritat per dir-ho d'alguna manera (noi 3 Teranyina)

El professional de la Ludojove, tot i que utilitza facebook i twitter a la seva vida personal, explica que les utilitza *para divulgar ideas más que tener una relación de contacto de tu a tu (...) porque me gusta mucho más la relación directa*, explicant que creu que com que no és un natiu digital no pot entendre *el hecho de mantener relaciones que entiendo como vacías* (puntualitzant que encara que ell les pugui entendre com a buides no significa que ho siguin).

És a dir, les xarxes socials estant creant una nova manera de relacionar-se i d'interaccionar en nous espais de socialització que encara s'estan consolidant.

les interaccions poden fomentar un major diàleg, més igualtat, consolidar bons valors com ara la solidaritat o bé ser una eina per importunar als altres, reafirmant o creant prejudicis, propiciant assetjaments o altres situacions perjudicials per a la construcció de la identitat en llibertat. (persona experta)

Les xarxes socials. Quin ús en fan els i les adolescents?

Parlar de xarxa social és parlar de comunicació i d'interacció entre les persones, tal i com s'ha dit en el punt anterior. Ara bé, cal destacar que les xarxes socials propicien una manera de gestionar les relacions diferenciada del món offline, amb característiques concretes que acaben desenvolupant amb rituals i nous valors en aquesta gestió de les relacions que propicien noves interrelacions entre el món offline i online.

Cal preguntar-se quin valor donen els i les adolescents a les xarxes socials i s'observa com les relacionen constantment amb imatges. És a dir, una xarxa social no es pot entendre sense la imatge publicada i/o compartida acompanyada dels missatges i comentaris sobre aquesta.

Universitats organitzadores:



En col·laboració amb:



Penjar una foto a Instagram no és comunicació realment, sinó que la gent utilitza les xarxes socials per penjar la seva vida. (noi 1 Teranyina)

Instagram penges fotos com el tipus de persones que vols ser, i per això et fas la foto i mires si quedes bé i la mires un altre cop i després li fiques filtres i tal. (noi 3 Teranyina)

Jo si surto feo a una foto no la penjo. Ha de tenir sentit la foto (noi 1 Teranyina)

Facebook no es nada, que (las personas) mienten bastante porque es para pasar el tiempo. Afegint que a vegades les persones menteixen per avoriment i per veure què passa, quina és la reacció dels altres. (Noia 1 Espai Jove)

Per parlar sobre les imatges que es penjen a les xarxes vaig detectar una gran diferència del tipus de xarxa que utilitzen els i les adolescents, sent (deixant de banda l'ús compartit del Youtube i el Whatsup) el Facebook la xarxa més emprada pels adolescents de l'Espai Jove i l'Instagram pels adolescents de la Teranyina. Aquesta diferència que queda reflectida en els grups de discussió li dona suport la persona experta entrevistada quan explica el següent:

s'està produint una divisió que té a veure amb el capital cultural i que fa que el grup dels considerats o autodenominats pijos estigui més legitimat que el de canis o chonis i la diferència és la manera de vestir i els estudis. (persona experta)

Tot i que tots els i les adolescents de La teranyina tenen Facebook i no poden dir el número d'amics que tenen ja que quan el van obrir fa més de dos anys agregaven a tothom i consideren que *és molt més fàcil que et donin el Facebook que el telèfon (...)* és com un pas, que primer coneixes, després hi ha el Facebook que és com més distant i després ja dones el whatsup (la mateixa dinàmica que el grup de Espai Jove); consideren que el Facebook:

va ser la primera xarxa social bona però el vaig utilitzar fins que es va omplir de canis i després ja no el vaig utilitzar (...) ara utilitzo l'Instagram. (noi 2 Teranyina)

És a dir, segons el grup d'adolescents de la Teranyina el Facebook només l'utilitzen per parlar amb els grups privats que sovint són de treball o de coses de l'esplai, però que si entren al Facebook *tot són fotos de canis o coses així i gent que posa tonteries horribles* (noia 1 Teranyina). En canvi, una noia de l'Espai Jove opina que *tengo Face y Instagram pero el Face lo utilizo más porque puedes saber los estados, saber como estas y que piensas de esa*

Universitats organitzadores:



En col·laboració amb:



persona y una companya afegeix que yo me río y me hace gracia y me divierte. (noia 1 Espai Jove) y la seva companya afegeix que tener Insta no es importante (noia 2 Espai jove).

La diferenciació, per tant, és evident. I el *cani* o *choni* és l'etiqueta social creada per qualificar i diferenciar el tipus de persona que utilitza la xarxa social basant-se en el seu ús. D'aquesta diferenciació se'n deriva que l'origen social condiona, per tant, el contingut de les xarxes socials.

Un cani utilitza les xarxes socials diferents perquè volen ser populars i la seva mentalitat és diferent, han estat educats diferents per on han viscut i utilitzen les xarxes socials diferents (Noi 3 Teranyina)

La manera d'entendre la vida i les xarxes socials són molt diferents. (Noia 1 Teranyina)

(un cani és aquell que va amb) gorra alta, samarreta de tirants amb jaqueta de beisbol, un cap de bolet (...) de vegades alguns d'aquests són majos en el fons. (Noia 2 Teranyina)

I, en canvi, al preguntar al grup de Espai Jove si sabien què era un *cani*, van respondre:

personas que caminan raro, que hacen cosas que estan de moda y van a discotecas de Barcelona (noia 2 Espai Jove)

es mentira que al Face solo hay canis, que pueden ser personas Swag pero no canis, que eso no existe. (noi 1 Espai Jove)

Aquesta diferenciació està reforçada també per un dels professionals entrevistats en el qual explica, segons la seva opinió, la diferència entre el Facebook i l'Instagram.

Facebook era como una comida familiar porque hay que estar porque esta todo el mundo. Els joves han optat més per whatsapp i per aquella (xarxa social) que exploten els missatges que no sé com es diu. Crec que tenen menys interès en mostrar-se al Facebook (...). És comença a utilitzar l'Instagram en el qual les imatges són menys agressives i es busca una qüestió més estètica. (Professional Espai Jove)

Universitats organitzadores:



En col·laboració amb:



La gestió de la intimitat. Ser popular.

De la importància de les imatges a les xarxes socials, independentment de la xarxa més utilitzada (sigui Facebook o Instagram), se'n desprèn les següents reflexions:

les xarxes són una eina molt emprada i valorada pels i les adolescents i que un dels usos majoritaris és la gestió de les relacions, també de les relacions sexuals i afectives. (persona experta)

a lo mejor la intimidad tiene otro valor, pero a lo mejor a quién nos incómoda es a nosotros (adultos). (...) (La intimidad) está ligada con una sociedad cada vez más hedonista y hipersexuada. (professional Espai Jove)

Per tant, les xarxes socials formen part de la construcció de la identitat de qualsevol adolescent i és per aquest motiu que considero important reflexionar sobre la gestió de la intimitat i la popularitat com a valor de diferenciació entre usuaris de les xarxes.

Ser popular significa:

tener muchos likes y que todos te sigan (noi 2 Espai Jove)

tenir likes i molts vots (noi 3 La Teranyina).

La definició, per tant, és compartida i està relacionada amb el número de *likes* que obté una imatge, és a dir, la quantitat de seguidors a la xarxa i la quantitat de persones que els hi agrada la foto. De la mateixa manera, la reflexió, tot i que amb matisos diferents, també és compartida quan es discuteix sobre què cal fer per ser popular i quin tipus de benefici té.

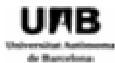
(les persones populars) pengem imatges del tipus de persones que vols ser o que volen que vegis que ets (noia 2 Teranyina)

(ser popular) és molt relatiu, no és una cosa molt important perquè d'aquí a uns anys no et servirà de res (...) tens uns amics i estàs bé i no cal tenir-ne 10.000 per està millor. (noi 1 Teranyina)

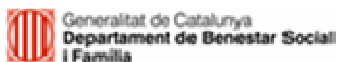
Sinceramente creo que no es nada (noi 1 Espai Jove)

Hay popus que no son guapos pero son popus porque hacen risa (noia 3 Espai Jove)

Universitats organitzadores:



En col·laboració amb:



És en aquesta última frase sobre l'estètica i el físic de les persones que es consideren *populars* entre els i les adolescents i el tipus de fotos que es penjen per aconseguir *ser populars* que recau la diferència entre els dos grups de discussió. El grup d'adolescents de l'Espai Jove coincideix amb la definició aportada per la persona experta sobre com, a través del contingut de les imatges, s'aconsegueix ser popular i, en canvi, pel grup d'adolescents de La Teranyina, aquest contingut canvia substancialment.

Els i les adolescents que han participat a les nostres recerques fan moltes coses per a ser populars o, si més no, mantenir un cert estatus o una certa autoimatge davant de la resta i que per a aconseguir els "me gusta" s'empra la provocació, habitualment, provocació de tipus sexual, encara que tingui conseqüències com ara desqualificacions, fins i tot en públic. (persona experta)

Si eres chica te haces fotos así provocativas y no ir bien vestida y cómo te gusta pues empiezas a subir otra y así (...) y los chicos pues tienen que tener tableta y la enseñan y con el botón del pantalón desabrochado. (noia 3 Espai Jove)

(las chicas) aceptan también a viejos porque esos dan muchos likes. (noia 1 Espai Jove)

En canvi, per a la Teranyina, tot i que parlen de que algunes persones ser popular significa *no tenir mesura i ensenyar mig cul a les xarxes socials (noia 2 Teranyina)*, tots coincideixen amb la relació entre ser popular i fer fotos *postureo*, definint-ho de la següent manera:

Fer fotos de postureo màxim (...) per exemple fer una foto amb un mac amb la poma o fer-se una foto en un lloc super mil·limetrat amb un llençol x... És fer-te una foto no perquè et ve de gust sinó per quedar bé. (noi 2 Teranyina).

Destacar la visió dels dos professionals entrevistats al voltant de la popularitat a les xarxes socials destacant-ne l'exposició constant i la fragilitat del valor que suposa la popularitat en una xarxa social.

el popular es aquel que tiene un montón de colegas o que lo sigue un montón de gente pero el problema que pasa con algunos de nuestros chavales es hasta que punto te expones a muchos niveles para ser popu y llamar la atención. (...) La popularidad viene de gente que cuelga auténticas barbaridades.(...) Está ligada a que la ente te siga y que ellos adolescentes) hacen cosas para llamar la atención a partir de los referentes que tienen en las redes. (professional Ludojove)

Universitats organitzadores:



En col·laboració amb:



(la popularitat) es una exigencia porque hay que mantenerla y a la vez es frágil porque lo único que estás enseñando es la parte que más te interesa. (...) No sé a medio o largo plazo que puede significar eso porque es muy reciente. (professional Espai Jove).

La gestió de la intimitat. Límits de continguts.

La imatge publicada d'un mateix a l'hora de mostrar aspectes de la seva vida quotidiana pren un paper rellevant a les xarxes socials i es relaciona amb la popularitat aconseguida i la necessitat de mantenir-la. De les definicions dels professionals entrevistats se'n desprèn la preocupació pels continguts penjats a les xarxes a través del relat explicat sobre anècdotes viscudes en els llocs respectius de feina. Per una banda, el professional de la Ludojove explica com unes noies participants del projecte educatiu penjaven vídeos de balls molt provocatius a través del Facebook i com anaven augmentant el número de seguidors i el número de comentaris sexistes o, per una altra banda, el professional de Espai jove explica com penja al Facebook de manera pública una foto d'ella en un banc exposant la resaca després d'haver-se pres un tripi.

Però, què en pensen els i les adolescents entrevistats sobre els continguts que es penjen a les xarxes socials?

Cadascú pot fer el què vulgui (noi 2 Teranyina)

Jo trobo que la intimitat és un tema molt personal. Jo entenc que una persona vulgui compartir el què vulgui. Si hi ha gent que informe de fins i tot quan va a cagar doncs que faci el què vulgui. A mi no em molesta per res (noi 3 Teranyina)

Cualquier cosa que te hace gracia es intimo (...) si te hace gracia algo que cuenta alguien de risa pues te ríes mucho (noia 1 Espai Jove)

Destacaria la importància que atorguen a no ofendre als altres ni a que se'n riguin d'un mateix pels continguts que es penjen a les xarxes, destacant que els dos grups consideren que a les xarxes es penjen tonteries i que hi ha molta informació innecessària. Es pot observar, de nou, la diferenciació entre l'ús dels continguts dels anomenats *canis* amb la resta de persones adolescents.

Universitats organitzadores:



En col·laboració amb:



Jo crec que la intimitat cadascú pot fer el què vulgui però ha de vigilar que no perjudiqui la intimitat als altres (...) clar, nosaltres no som canis que ho pengem tot. (noia 1 Teranyina)

A ver decir un día que estás triste y eso pues no pasa nada porque es así, però tener un problema personal en casa pues no lo cuentas porque es personal (...) La gente no dice que su padre le ha pegado y le ha dejado un morado en el ojo (...) porqué sólo vas a conseguir pasar vergüenza y no llamar la atención. (noia 3 Espai jove)

Destacar, també, la religió com un tema diferenciador ja que els adolescents de l'Espai jove li van atorgar molta importància als continguts que, sobretot noies musulmanes, pengem a les xarxes socials i la ofensa que és per a ells – com a persones creients en la religió musulmana – aquest tipus de continguts. En canvi, per al grup de la Teranyina en cap moment es va mencionar la religió.

Hay muchas moras que ahora suben fotos eneñando pechos, escote, vestidos apretados, mallas(...) y luego hay moras que no lo soportan y hacen que ellos pasen vergüenza. Porqué si tu ves que tienes una religión que es el islam y eso no te lo permite pues sientes pena. (...) Ahora la gente va a pensar que nuestra religion es una mierda porque la gente no hace caso. (noia 1 Espai jove).

Y te sientes mal y avergonzada de la religión (noia 3 Espai jove)

Finalment, afegir l'opinió de la persona experta entrevistada i dels professionals sobre el concepte d'intimitat que, tal com s'ha anat definint al llarg del treball, està totalment lligat al món offline amb el online. A més a més, cal fixar-se en com el món adult entén la relació amb la intimitat, destacant que és un concepte en transició i la incògnita de la seva evolució.

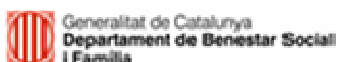
La sexualidad es más evidente en los parques, más visibilidad. Nosotros tenemos un montón de público gay muy visible que se muestra sin pudor. Yo creo que (la intimidad) ha cambiado pues también nos escandalizan los shorts que se ven medio culo. Es decir, no sé si la intimidad es sólo de las redes o es una cuestión generalizada. (Professional Espai jove).

Ara es parla del concepte d'extimitat, que vol dir intimitat en públic. Jo crec que és un concepte molt encertat perquè la majoria de coses que passen a les xarxes es fan en públic (al mur). El què abans la gent en un diari que mantenia en privat ara és públic i pot quedar registrat per

Universitats organitzadores:



En col·laboració amb:



altres persones. Fins i tot hi ha gent que manté converses amb contingut molt íntim en espais públics (autobús, supermercats...). sembla que si no coneixes a qui t'escolta ja és privat. I en el cas de les xarxes, tu tries a qui li expliques les coses, tot i que de vegades són centenars de persones. (persona experta).

Yo creo que no hemos tenido muy claro ni los adultos ni los adolescentes (la idea de intimidad) y cómo los adultos no lo hemos tenido claro los adolescentes tampoco lo han tenido. Y creo que serán ellos los que son ahora adolescentes que cambiaran estas normas sociales y estos constructos sociales. (professional Ludojove).

La gestió de la intimitat. Educar en la presa de consciència.

Després de tot l'exposat en aquest anàlisi, m'agradaria ressaltar un últim punt sobre com creuen els professionals i la persona experta la manera d'afrontar l'ús de les xarxes socials, la gestió de la intimitat i tot el què s'hi relaciona. D'aquesta manera, ressaltar la professionalitat de l'adult envers un enfocament educatiu amb els i les adolescents per tal de desenvolupar-se amb responsabilitat i maduresa a les xarxes socials.

Jo crec que cal, com en tot, fer una feina educativa conjunta. Familiars i escola han de vetllar perquè l'aprenentatge de les xarxes socials es basi en bons valors i se'n faci un bon ús (...). les persones adultes han de ser un referent positiu pels i les adolescents. Nosaltres n'els critiquem o criminalitzem per les seves pràctiques a les xarxes socials ja que entenem que aquestes beuen de la cultura popular que consumeixen i que molts adults/es tampoc en fan un bon ús. (persona experta).

Creo que hay que darle mucha caña al autoconocimiento y a la conciencia de intimidad. Creo que eso es lo más importante. (...). hace falta un trabajo relacionado con al educación emocional y las tic sobre qué es esa herramienta. Faltan profesionales adecuados para educar en estas líneas y falta que los adultos que no somos profesionales (...) tengamos claro que es este mundo para que ellos lo puedan usar bien. (professional LudoJove).

los adolescentes tienen la información. (...) lo ideal sería que no los persiguiéramos sino que los acompañáramos. (...).falta visibilizar las tic y una mayor tolerancia pues todo eso se sigue considerando malo y en lugar de juzgarlo lo importante sería meterse y a ver que pasa. (professional Espai Jove).

Universitats organitzadores:



En col·laboració amb:



9. Conclusions

A partir de l'anàlisi de la informació recollida per aproximar-me a la bibliografia actual on es tracta la temàtica d'estudi des de diversos enfocaments i el buidatge de la informació extreta de les diferents tècniques utilitzades (grups de discussió i entrevistes), se n'extreuen les següents conclusions amb les quals donaré resposta als objectius proposats per a la investigació.

Les xarxes socials com espais de construcció de la identitat.

Les xarxes socials formen part del món en el qual vivim i no es poden deslligar, per tant, del desenvolupament d'una persona en el seu context socio-educatiu i econòmic. Qualsevol persona pot crear vàries identitats que s'interrelacionen entre el món offline i online a través de la producció i consumició de la informació podent utilitzar diverses eines de manera simultània i creant noves formes de participació i de relació.

Les xarxes socials, doncs, estant propiciant nous rituals de socialització mitjançant noves simbologies on es veuen reflectits sentiments de pertinença a comunitats virtuals involucrant, per tant, una part afectiva important per la construcció de la identitat de la persona. És a dir, cal relacionar les activitats de comunicació a les xarxes socials amb les experiències socials i culturals de cada persona i observar-ne l'afecte a la identitat.

La imatge com a símbol de la xarxa social

Tot i que hi ha infinitats de xarxes socials i és un món que contínuament s'està actualitzant i produint noves aplicacions que generen nous tipus de relació i d'interacció entre les persones; la xarxa social és definida per tothom com a una manera de comunicar-se. Ara bé, quan s'aprofundeix sobre el tipus de comunicació, es percep com a buida de significat o com una comunicació parcial i la imatge passa a tenir un pes essencial en aquesta.

La imatge, posant com a referència el Facebook i l'Instagram (les dues xarxes socials més utilitzades pels adolescents entrevistats), és la porta d'entrada a les xarxes socials. Aquesta està relacionada amb una autoimatge ideal que intenta buscar qui creiem ser, com volem que els altres ens percebin i conèixer com ho fan (visibilitat, reputació i privacitat). Així, destacar l'existència de les personalitats alterdirigides caracteritzades per la creació d'una personalitat sempre orientada a la mirada de l'altre.

Universitats organitzadores:



En col·laboració amb:



Els límits de la intimitat en constant evolució

La visibilitat, reputació i privacitat a les xarxes són termes en constant evolució ja que són constructes definits a partir de valors i normes socials que estant en procés de transformació degut a l'ús i l'expansió de les xarxes socials.

D'aquests tres conceptes se'n relaciona la intimitat, com un exemple més d'aquesta transformació del concepte alterant-ne els límits coneguts en el món offline (universalitat de l'espai virtual). Així, el terme ha evolucionat parlant d'extimitat definit com a intimitat en públic (tot el què es fa a la xarxa és públic a través del mur que cada xarxa presenta).

Destacar la diferència entre l'adult i l'adolescent al discutir sobre la intimitat i mostrar-se a la xarxa; ja que l'adolescent ha fet referència a la llibertat i responsabilitat de cada persona amb alguns límits que es relacionen amb no fer mal a l'altre o respectar creences religioses; i, en canvi, l'adult, es mostra preocupat pel desconeixement de com manejar tanta informació personal a les xarxes i on es troba el límit de l'exposició personal (replantejant-se intervencions educatives amb adolescents al voltant d'aquest aspecte).

La popularitat com a referència a les xarxes socials

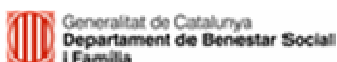
"Ser popu" és un terme d'ús normalitzat entre els i les adolescents al parlar de xarxa social. Aquesta etiqueta està relacionada amb el número de *likes* que s'aconsegueix al penjar imatges o altres continguts a la xarxa social relacionant-se, sovint, amb la provocació, habitualment amb connotacions sexuals. Persones que provoquen o agraden físicament i, també, persones que poden fer riure *encara que no siguin atractives*.

L'interessant, per això, ha estat observar com els dos grups d'adolescents participants coincideixen en la banalitat i fugacitat de ser popular (igual que els professionals entrevistats) i, tot i que coneixen i segueixen a persones *populares* a les xarxes socials. Destaquen el valor als amics i la vida del món offline com aquell important i "de veritat", relacionant,alhora, amb el significat incomplet que li atorguen a la comunicació via xarxa social tal com s'ha comentat anteriorment.

Universitats organitzadores:



En col·laboració amb:



El capital social com element diferenciador

Tot i que l'ús de les xarxes socials és comú en els i les adolescents participants de la investigació, amb elements semblants al voltant de com entenen la xarxa social, la gestió de les relacions, el valor a la imatge, el concepte de popularitat... hi ha un element diferenciador que és el tipus de xarxa utilitzat i el contingut compartit en aquesta.

La diferència està en l'ús de Instagram com a xarxa social preferida pels adolescents d'un context socioeconòmic més elevat desmereixen el Facebook perquè és una xarxa social on s'interrelacionen persones qualificades com a *canis o chonis*. A més a més, els primers diuen que pengen i comparteixen imatges definides com a fotos *postureo* que sovint es poden relacionar amb un alt capital social i el consum de productes de marca reconeguda; en canvi, els i les adolescents amb un capital social més baix, no havien sentit a parlar de *postureo* i no tenien molt clar què significava *ser cani*.

Destacar, finalment, que aquesta anàlisi coincideix amb l'exposat per la persona experta com un fenomen que està passant a nivell general, diferenciant-se els grups de *canis* amb la resta per la manera de vestir i els estudis, entre altres.

L'enfocament educatiu de la intervenció en xarxes socials

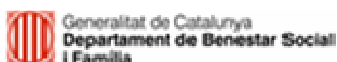
L'adolescent és aquella persona (subjecte actiu) producte del context on es desenvolupa i de l'adult de referència. Els professionals entrevistats coincideixen amb l'adaptació i exigències que l'adolescent ha de fer dels canvis accelerats del món actual i, alhora, de la falta d'espais de participació que se'ls hi atorga a la societat actual; continuant sent els adults els que representen els interessos dels i les adolescents.

La relació entre l'adolescent i la xarxa social és obvia i, per tant, és important treballar amb l'adolescent per acompanyar-lo en la introducció i maneig d'aquestes. I és precisament aquí on recau la dificultat de l'adult per crear un aprenentatge òptim i de responsabilitat. Els professionals destaquen les múltiples avantatges que presenten les tic i les xarxes socials, així com la quantitat de referents positius que existeixen a les xarxes, però també el perill que suposa si no es gestiona correctament la informació.

Universitats organitzadores:



En col·laboració amb:



Se li dóna importància a la no criminalització i a no jutjar, sinó entendre per poder fer una intervenció adequada i formar mitjançant l'educació emocional amb les TIC. És elemental en aquest procés estimular el diàleg i l'intercanvi d'honestedat que requereix un canvi cultural sobre els vincles entre adults i adolescents

10. Valoració personal del procés d'investigació

A nivell general, em sento contenta del procés d'investigació realitzat i com s'ha anat desenvolupant, ja que considero que he pogut endinsar-me en el món de les xarxes socials i la concepció de la intimitat en el context de l'adolescència actual.

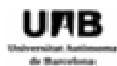
Des del meu punt de vista, el més significatiu ha estat fer la recollida de l'extensa bibliografia que existeix al voltant de les xarxes socials per poder-me formar una opinió pròpia a partir de la prioritització i anàlisi de tota la informació recollida i, després, observar com aquesta s'adhiu a la realitat dels i les adolescents als quals he tingut el plaer d'escoltar i observar durant el desenvolupament dels grups de discussió.

De la mateixa manera, he trobat molt interessant incloure la visió de l'adult al voltant de les xarxes socials de l'adolescent i observar com la distància de l'ús entre uns i altres no és tant gran com popularment es pensa; sinó que el propi adult té pràcticament els mateixos dubtes i impressions que l'adolescent pel què a la xarxa social i tots aquells aspectes que s'hi relacionen (la imatge, la popularitat, els límits de contingut, ...)

També, destacar la visió positiva dels beneficis de la xarxa social que he pogut recollir durant el procés d'investigació (aspecte que trobo molt interessant ja que busca, sense menysprear, separar-se del discurs de perill que acompanya a la xarxa social); així com la senyalització concreta de la necessitat i manca de recursos per a acompanyar en el procés d'aprenentatge de l'ús d'aquestes.

Tot i així, penso que hagués estat més gratificant poder realitzar més grups de discussió ja que hagués aportat riquesa i noves opinions; així com fer partícip a la família per fer-se present la seva visió; i no només restringir-me a la visió del professional.

Universitats organitzadores:



En col·laboració amb:



Finalment, afegir que, com a professional de joventut, considero que aquest projecte es pot entendre com una primera aproximació a la realitat actual de les xarxes socials al voltant del concepte d'intimitat. Una primera aproximació perquè d'aquesta investigació se'n desprèn la necessitat de continuar investigant aprofundint en nous temes relacionats.

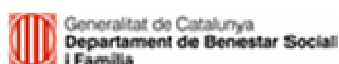
Aquestes futures investigacions, per això, han de continuar donant valor a l'adolescent i jove com a subjecte actiu del seu desenvolupament i constructor de la seva identitat. Així, per acabar, proposo la possibilitat d'investigar els següents temes:

- Les xarxes socials com element educatiu en la recerca de múltiples possibilitats d'aprenentatge i la valoració dels referents existents a les xarxes per l'adolescent.
- Les xarxes socials com element socialitzador emmarcat dins un nou concepte d'oci en el qual la persona és productora i consumidora d'informació.
- La correlació entre el món offline i online en la construcció de les identitats i l'afectació d'aquesta relació en el desenvolupament de l'adolescent.
- Els beneficis o perjudicis del control adult i els límits d'aquest en l'ús de les xarxes socials a l'adolescent.
- L'efimeritat de la popularitat a les xarxes socials i els motius pels quals les persones es fan populars.
- La construcció de la intimitat en l'espai públic i en relació amb les xarxes socials.
- La imatge com a símbol de la personalitat alterdirigida i l'afectació a la construcció de la identitat.

Universitats organitzadores:



En col·laboració amb:



Bibliografia

- Boyd, D. (2014). *It's complicated. The social lives of networked teens*. United States of America. Yale University press.
- Boyd, D. i Ellison, N. (2007). Social network sites: definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated communication*, 13,1.

Consultat a <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html> a 10 de juny del 2015.

- Boyd, D i Marwick, A. (2011). Social Privacy in Networked Publics: Teens Attitudes, Practices and Strategies. *Work in progress paper for discussion*. Berkeley: Privacy Law Scholars Conference
- Castañeda, L. i Camacho, M. (2012). Desvelando nuestra identidad digital. *El profesional de la información*, 21, 4. (354-360).

Consultat a: <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2012.jul04> a 1 de juny del 2015

- Castells (2003). La revolució tecnològica de la informació. *La societat xarxa*, 61-113. Barcelona: UOC.
- Dillon (2013). Miradas de adolescentes argentinos sobre la intimidad en Facebook. *Anàlisi*, 49, (15-28). Universidad católica Argentina.
- Feixa, C. (2014). *De la generación @ a la generación #. La juventud en la era digital*. Barcelona: Nuevos emprendimientos editoriales.
- Feixa, C i Nilan, P. (2008.) *Una joventut global? Identitats híbrides, mons plurals*. Educació Social, núm 43, 73-87
- Freire, J. (2009). ¿Las personas debemos tener identidad digital? Cómo construirla. *Nómada: reflexiones personales e información sobre la sociedad y el conocimiento abierto*.

Consultat a <http://nomada.blogs.com/freire/2009/03/las-personas.debemos-tener-identidad-digital-cimo-construirla-sesin-web-de-la-generalitat-de-catalunya.html> a 1 de juny del 2015.

- Funes, J. (2005). El món dels adolescents: propostes per a observar i comprendre. *Revista d'Educació Social*, 29, 77-97.
- Gardner, H. i Davis, K. (2014). *La generación App: cómo los jóvenes gestionan su identidad, su privacidad y su imaginación en el mundo digital*. Barcelona: Paidós.

Universitats organitzadores:



En col·laboració amb:



- Giones, A i Serrat, M (2010) *La gestió de la identitat digital: una nova habilitat informacional i digital*. Barcelona: Textos universitaris de biblioteconomia i documentació.
- Goffman, E. (1981). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Gomes, H. (2007). *Jóvenes y la vida digital: de hacer vida (pos) moderna*. Leon: Entretextos.
- Livingstone, S. (2002). *Young people and new media*. Great Britain: SAGE.
- Livingstone, S. (2004). Media Literacy and the challenge of new information and communication Technologies. *The Communication review*, 7, 3-14.
- Maranzana i Gomez (2001). *Participació infantil i adolescent a la ciutat de Barcelona*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona. Àrea ed Qualitat de Vida, Igualtat i Esports.
- Oliva (2012). *Redes sociales y jóvenes: una intimidad cuestionada en internet*. Aposta: revista de ciencias sociales, 54, 1-14.

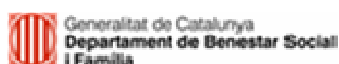
Consultat a: <http://www.apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/coliva.pdf> a 15 de maig del 2015

- Oliver, Q. (2006): *Adolescencia y participación: Palabras y juegos*, Uruguay: UNICEF.
 - Puig i Trilla, J. (1985). *Pedagogía de l'oci*. Barcelona: CEAC.
 - Reig, D. i Vilchez, L. (2013). *Los jóvenes en la era de la hiperconectividad. Tendencias, claves y miradas*. Madrid: Fundación encuentro y Fundación telefónica.
- Consultat a <http://dialnet.uniroja.es/servlet/libro?codigo=543171> a 15 d'abril del 2015
- Sádaba, C. i Bringué, X. (2010). Niños y adolescentes españoles ante las pantallas: rasgos configuradores de una generación interactiva. *CEE Participación Educativa*, 15 (86-104). Navarra: Estudios e investigaciones.
 - Thompson, J. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
 - Urresti, M. (2008). Ciberculturas juveniles: vida cotidiana, subjetividad y pertenencia entre los jóvenes ante el impacto de las nuevas tecnologías de la comunicación y de la información. En *Ciberculturas juveniles*. Buenos Aires: La Crujía.
 - Ulloa, F. (2002). *Empowerment en las organizaciones de base*. Mèxic: Universidad de Guadalajara.

Universitats organitzadores:



En col·laboració amb:



ANNEX

ANNEX 1: descripció de les persones entrevistades

Grup de discussió La Teranyina

- **Noi 1:** 15 anys. Viu al barri del centre de Sabadell. Institut IES Industrial. 3r ESO
- **Noi 2:** 15 anys. Viu al barri del centre de Sabadell. Institut IES Industrial. 3r ESO
- **Noi 3:** 16 anys. Viu al barri del centre de Sabadell. Institut IES Industrial. 4t ESO
- **Noi 4:** 15 anys. Viu al barri del centre de Sabadell. Institut Sarrià. 3r ESO.
- **Noia 1:** 15 anys. Viu al barri del centre de Sabadell. Institut IES Industrial. 3r ESO
- **Noia 2:** 15 anys. Viu al barri del centre de Sabadell. Institut IES Industrial. 3r ESO.
- **Noia 3:** 15 anys. Viu al barri del centre de Sabadell. Institut IES Industrial. 3r ESO.

Grup de discussió Espai Jove

- **Noi 1:** 14 anys. Viu al barri de Can Puiggener de Sabadell. Institut Agustí Serra. 2n ESO.
- **Noi 2:** 15 anys. Viu al barri de Can Puiggener de Sabadell. Institut Agustí Serra. 3r ESO.
- **Noia 1:** 14 anys. Viu al barri de Can Puiggener de Sabadell. Institut Agustí Serra. 2n ESO.
- **Noia 2:** 14 anys. Viu al barri de Can Puiggener de Sabadell. Institut Agustí Serra. 2n ESO.
- **Noia 3:** 15 anys. Viu al barri de Can Puiggener de Sabadell. Institut Agustí Serra. 4t ESO.

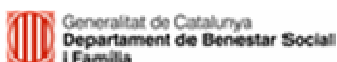
Entrevistes a professionals

- **Professional Ludojove:** animador sociocultural i educador social. Treballa a la Ludoteca Jove Margarida Bedós (Sabadell) des de fa 9 anys.
- **Professional Espai Jove:** educador social. Treballa a l'Espai Jove de Cerdanyola del Vallès des de fa 3 anys.

Universitats organitzadores:



En col·laboració amb:



Entrevista a persona experta

- **Iolanda Tortajada**. Professora titular dels Estudis de Comunicació de la Universitat Rovira i Virgili i actual directora del departament. Sóc chairwoman de la secció de Gènere i Comunicació d'ECREA (European Communication Research and Education Association), i vicepresidenta de la Mesa per la Diversitat en l'Audiovisual del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Les línies de recerca es centren en la representació mediàtica del gènere, les minories ètniques, i la immigració i les conseqüències socials i culturals d'aquestes representacions

Universitats organitzadores:



En col·laboració amb:

