



Repositorio Digital Institucional
"José María Rosa"

Universidad Nacional de Lanús
Secretaría Académica
Dirección de Biblioteca y Servicios de Información Documental

Marisol Názara
solnazara@gmail.com

Miradas jóvenes sobre nuevos problemas. Un estudio de las miradas de los adolescentes sobre la influencia de internet en el pensamiento político

Trabajo Final Integrador presentado para la obtención del título de Licenciatura en Trabajo Social del Departamento de Salud Comunitaria

Tutor
Fermín Álvarez Ruíz

El presente documento integra el Repositorio Digital Institucional "José María Rosa" de la Biblioteca "Rodolfo Puiggrós" de la Universidad Nacional de Lanús (UNLa).
This document is part of the Institutional Digital Repository "José María Rosa" of the Library "Rodolfo Puiggrós" of the University National of Lanús (UNLa).

Cita sugerida

Názara, M. (2019). *Miradas jóvenes sobre nuevos problemas. Un estudio de las miradas de los adolescentes sobre la influencia de internet en el pensamiento político* (Trabajo Final Integrador) Universidad Nacional de Lanús. Departamento de Salud comunitaria. Disponible en:
http://www.repositoriojmr.unla.edu.ar/descarga/TFI/LicTS/Nazara_M_Miradas_2019.pdf

Condiciones de uso

www.repositoriojmr.unla.edu.ar/condicionesdeuso



www.unla.edu.ar
www.repositoriojmr.unla.edu.ar
repositoriojmr@unla.edu.ar



Universidad Nacional de Lanús

Departamento de Salud Comunitaria
Ciclo de Complementación Curricular en Trabajo Social

Trabajo Final Integrador

“Miradas jóvenes sobre nuevos problemas”

Un estudio de las miradas de los adolescentes sobre la influencia de internet en el pensamiento político

Tutor: Mg. Fermín Álvarez Ruiz

Autora: Názara Marisol

DNI: 29.461.957

E-mail: solnazara@gmail.com

Septiembre 2019

Contenido

Contenido.....	1
Agradecimientos	2
Prólogo	3
Introducción	5
Capítulo I. Des-Armando Opiniones	11
1.1-El Problema de la Opinión Pública	11
1.2- Los mass-media	12
1.3-Internet: de la Web 1.0 a la 2.0 y del E-mail a las Fake News	14
1.4- Neutralidad: ¿Mito o realidad?	18
1.5- Corriendo el velo a la mercadotecnia.....	20
1.6- A rio revuelto, ganancia de pescadores	22
Capítulo II. La política y el rol de los y las jóvenes en un nuevo cyber espacio público	24
2.1- Empoderamiento Político de los y las jóvenes del Siglo XXI	24
Capítulo III. Describir para Conocer	28
3.1- Descripción de las comunidades educativas objeto de análisis.....	28
3.2- Secundario Orientado	29
3.3- Perfil Académico de los y las estudiantes	30
Capítulo IV. Análisis de datos	32
4.1- Uso y consumo de Internet.....	32
4.2- Percepción vs Realidad	39
Conclusiones. La intervención del trabajo social y los medios de comunicación.	41
A- Los desafíos del Trabajo Social frente a la nueva era de información	41
B- Propuestas	45
Referencias Bibliográficas	47
Anexos	52

Agradecimientos

A mi compañero de ruta Maximiliano, por su acompañamiento y contención incondicional. A mis viejos Chiche y José, que gracias al apoyo de ellos pude acceder a mis estudios terciarios, que hoy permiten encontrarme en estas instancias. A mi hermana Roxana, que ilumina mi camino. A los amigos y amigas de siempre, a los nuevos y nuevas amigas que la universidad me ha regalado. A la Universidad Nacional de Lanús, por abrirme sus puertas y abrazarme, dándome la posibilidad de crecer personal y profesionalmente, no sólo de la mano del CCC, sino también, de los espacios de proyecto de cooperación y ayudantía de cátedra. A los y las docentes que me han acompañado durante todo éste proceso (dejando sus huellas); y a Fermín, un gran tutor, que con su compromiso, dedicación y acompañamiento, ha hecho posible la presentación del TFI.

A todos y todas infinitas gracias. Este sueño no habría sido posible de alcanzar sin ustedes.

Prólogo

A mediados del 2015 me encontraba iniciando mi trabajo final obligatorio. Originalmente, el problema que me interesaba tenía que ver con los hombres en situación de violencia. Sin embargo, una nueva cuestión me conmocionó. La campaña electoral que transcurrió en el mencionado año, y los resultados obtenidos en las elecciones en la República de Argentina, desembocaron en la necesidad de modificar el foco inicial de estudio.

La democracia electoral de la mano de la determinación del pueblo Argentino, respecto de un rotundo cambio de paradigma económico y social, ha sido un suceso motivacional digno de análisis.

Los factores que incidieron en ésta situación han sido, sin lugar a dudas, múltiples, pero la necesidad de hacer un recorte que posibilite un trabajo de investigación, me condujo a comenzar a interpelar las herramientas tecnológicas, así como las nuevas modalidades de coptar a las y los usuarios de éstas tecnologías.

Es así como se comienza un recorrido en el que se indaga, se pone en tensión y se reflexiona sobre un nuevo fenómeno, que quizá, si se me permite el término de la expresión, algunos y algunas subestimamos, y que, a partir de ahora nos mantendrá en estado de alerta.

Mientras los totalitarios reprimen toda información y toda manifestación de la conciencia popular, los cabecillas de la plutocracia impiden, por el manejo organizado de los medios de formación de las ideas, que los pueblos tengan conciencia de sus propios problemas y los resuelvan en función de sus verdaderos intereses

Arturo Jauretche

Introducción

El 30 de octubre de 1938, el comunicador radial *Orson Welles* pasó a la historia por haber desencadenado un caos devenido en tragedia, impensado por él mismo. El hecho al que nos referimos tuvo lugar cuando Welles transmitió al público a través de la radio, una interpretación de la novela del escritor británico H.G. Wells, *La guerra de los mundos*.¹

En el contexto de la Gran Depresión, el locutor norteamericano apostó a que la adaptación de la novela contada en forma de noticiero podría acaparar la atención de la audiencia. Sin dudas, no se equivocó. Alertar a la audiencia de que se presentaría una adaptación de «La guerra de los mundos» no fue suficiente, dado que se estima que una parte de la audiencia sintonizó más tarde la emisión o no prestaron la suficiente atención a lo que se les estaba anticipando.

La función del locutor comenzó de la siguiente manera²:

...“Señoras y señores, interrumpimos nuestro programa de baile para comunicarles una noticia de último minuto procedente de la agencia Intercontinental Radio. El profesor Farrel del Observatorio de Mount Jennings de Chicago reporta que se ha observado en el planeta Marte algunas explosiones que se dirigen a la Tierra con enorme rapidez... Continuaremos informando”....

El programa continúa con el locutor introduciendo aún más suspenso:

¹ Wells, Herbert George, *The war of the words*, Reino Unido, Editorial Heinemann, 1898.

² Aitor Santos Moya. ABC cultura. (Consultado el 27 de Mayo de 2017) [On-line]. “El día que Orson Welles sembró el pánico con la guerra de los dos mundos”. 2013. Dirección de URL: <http://www.abc.es/cultura/20131030/abci-aniversario-orson-welles-guerra-201310300614.html>

...“Damas y caballeros, tengo que anunciarles una grave noticia. Por increíble que parezca, tanto las observaciones científicas como la más palpable realidad nos obligan a creer que los extraños seres que han aterrizado esta noche en una zona rural de Jersey son la vanguardia de un ejército invasor procedente del planeta Marte”...

Se estimaba al momento una audiencia de aproximadamente doce millones de personas. Las interrupciones alarmantes pasaron a ser con suma frecuencia:

...“Señoras y señores, esto es lo más terrorífico que nunca he presenciado... ¡Espera un minuto! Alguien está avanzando desde el fondo del hoyo. Alguien... o algo. Puedo ver escudriñando desde ese hoyo negro dos discos luminosos... ¿Son ojos? Puede que sean una cara. Puede que sea...”

Este show radial dio lugar a que un gran número de personas entraran en pánico y abandonaran sus hogares, colapsando las rutas, comisarías y teléfonos de emergencias, y hasta suicidándose.

Hoy, 78 años más tarde, el show radial de Welles aún nos plantea algunos interrogantes: ¿Puede este fenómeno todavía decirnos algo sobre el mundo contemporáneo? ¿Los medios masivos de comunicación siguen influyendo en nuestra vida de la misma manera? ¿Pueden los medios crear esa sensación de realidad? ¿Los medios con poder de persuasión continúan siendo los mismos?

En los tiempos que corren, no podemos negar que los Medios Masivos de Comunicación (de ahora en adelante MMC), en mayor o en menor escala, atraviesan la vida de todas las personas, por su alcance, dinamismo y, principalmente, su velocidad.

Como sostienen D'Adamo – Beaudoux y Freidenberg (2000: 20)... *“La historia de los MMC es en buena medida la historia del esfuerzo humano por*

trasladar un mensaje lo más lejos posible en el espacio, en el menor tiempo y al menor costo". En este sentido, la emergencia de internet juega un rol central, porque con un solo clic permite la comunicación entre personas que viven del otro lado del mundo, hacer compras y transferencias bancarias, así como publicar y consumir información, entre otras. De esta manera, internet transforma el espacio público: desplaza al público de simple receptor a un potencial receptor-emisor.

Si bien cabe aclarar que la creación de internet en sus orígenes tiene que ver con intereses militares, vinculados a la construcción de un sistema de defensa y comunicación ante eventuales ataques nucleares, así como con el intercambio de datos científicos (2000: 55), éste desarrollo tecnológico ha demostrado ser útil para el aggiornamento de los MMC, resignificando y profundizando las dinámicas del capitalismo global y de la política.

En este sentido, nos planteamos el siguiente interrogante: **¿Somos conscientes de la influencia que ejerce internet en la construcción de nuestros pensamientos?**. Esto se torna especialmente relevante en los y las jóvenes, ya que han nacido y se han criado inmersos en estas nuevas tecnologías, tomando su existencia y su uso cotidiano como algo dado naturalmente.

La familia, como primer agente de socialización ha de cumplir un rol fundamental en la relación que los jóvenes mantienen con internet. No solo por ser el primer lazo social a partir del cual se internalizan valores, normas y creencias, sino también, porque ha de acompañarlos en los procesos de desarrollo y crecimiento, sobre todo, en lo que respecta al uso y consumo de las nuevas tecnologías. Sin embargo, en contextos como los actuales, en donde los adultos responsables se ven obligados a sostener largas jornadas laborales ante la necesidad de generar mejores condiciones de vida, existe una escasa supervisión en éste aspecto. Por lo tanto, entendemos que la

escuela, como el segundo agente de socialización, también ha de cumplir un rol fundamental, reforzando y profundizando esa educación primaria sobre el uso y consumo de información, promoviendo la crítica y reflexión tendiente a formar ciudadanos y ciudadanas responsable, críticos, sujetos de derechos, con capacidad de elaborar pensamientos propios.

Por tal motivo, para intentar ofrecer una respuesta a los interrogantes mencionas más arriba, consideramos especialmente relevante indagar en las representaciones de los y las jóvenes que asisten a escuelas secundarias, respecto de la influencia de internet en su pensamiento. Para eso, hemos conformado una muestra de análisis integrada por estudiantes del último año curricular del establecimiento educativo Martha Salotti, de la Localidad de Guernica (orientación en comunicación), y de la Escuela Polimodal N° 4 de Avellaneda (orientación en Naturales), en el ciclo lectivo 2016.

El objetivo general de la investigación es dar cuenta de la percepción que tienen los y las jóvenes respecto de la influencia de internet en la construcción de pensamiento político. Para alcanzarlo, proponemos los siguientes **objetivos específicos**:

- ✓ Indagar con qué frecuencia los y las jóvenes utilizan internet con propósitos políticos;³
- ✓ Indagar respecto de la especificidad del uso de internet con propósitos políticos;
- ✓ Analizar la percepción que tienen los y las jóvenes respecto de la influencia de internet en la construcción del pensamiento político;

³ Con “propósitos políticos” nos referimos a las diversas prácticas que van desde la militancia, a la simple búsqueda de información respecto de cuestiones vinculadas al campo político.

- ✓ Investigar si la formación que provee la institución educativa a la que asiste afecta sus representaciones sobre la influencia de internet en el pensamiento político.

La **Hipótesis** que orienta esta investigación sostiene que existen diferencias en la percepción que los y las jóvenes tienen respecto de la influencia de internet en su pensamiento político, de acuerdo con la formación que reciben sobre este problema en sus respectivas escuelas.

A partir de nuestro interrogante, llevaremos adelante una investigación basada en **métodos de investigación cualitativos**. En éste sentido, se dio prioridad a la producción de datos descriptivos, es decir, a las propias palabras de las personas habladas o escritas, así como a su conducta observable (Taylor y R. Bogdan; 1987: 20). El **abordaje explicativo** nos permitió encontrar las razones o causas que generan ciertos fenómenos, dicho de otro modo, explicar por qué y en qué condiciones se dan (Behar Rivero; 2008:18).

Todo trabajo de estas características requiere de la disposición de fuentes variadas. En este caso, se acude a **fuentes primarias**, información de “primera mano” a la que se accede a través de dos entrevistas en profundidad. En cuanto a las personas a las que se entrevistó, fueron seleccionadas en función de los requisitos planteados para la población (jóvenes estudiantes del nivel secundario, cursando el último año, cuya franja etaria ronda entre los 17 a 20 años de edad).

Para profundizar la investigación se tomó como referentes a los estudiantes entrevistados de cada curso, quienes facilitaron la tarea para utilizar otros métodos de recolección de información, como encuestas (20 en total, 10 por cada curso tomado como muestra); cuestionarios (4 en total, dos por cada curso); y grupos de discusión (1 por cada curso con un máximo de 6 participantes).

Por otro lado, también se acudió a **fuentes secundarias** tales como investigaciones publicadas, bibliografía y revistas, entre otras. Todas estas fuentes, serán especificadas en la sección "referencias bibliográficas".

El trabajo se encuentra organizado de la siguiente manera: en el **Capítulo I** se analizan brevemente distintos enfoques de filósofos y pensadores respecto de la opinión pública, para luego introducir el tema de los mass-media, el impacto social de internet, la circulación de la información privada, las falsas noticias, la mercadotecnia y el marketing político.

El Capítulo II se ocupa de abordar el "empoderamiento" político de los y las jóvenes. *El Capítulo III* se adentra en las descripciones de las comunidades educativas y la formación de cada orientación en función de la propuesta pedagógica. El análisis de los resultados es abordado en el **Capítulo IV**. Para eso se presentan gráficos y fragmentos de testimonios de los y las estudiantes. Posteriormente se arrojan una serie de **conclusiones** y propuestas para la Intervención del Trabajo Social en la presente temática.

Capítulo I. Des-Armando Opiniones

1.1-El Problema de la Opinión Pública

Los filósofos y pensadores de la Grecia clásica ya reflexionaban sobre la opinión pública. Platón posicionaba a la opinión pública en un intermedio entre el conocimiento y la ignorancia. Por su parte Protágoras la vinculaba a las *“creencias de las ciudades”*. Heródoto hablaba de *“opinión popular”*. Demóstenes la referenciaba como la *“voz pública de la patria”*. Cicerón se refería a ella como el *“apoyo del pueblo”*.

En el marco de los análisis contemporáneos, la opinión pública ocupa un lugar central. De acuerdo con pensadores contemporáneos como D’Adamo – Beaudoux y Freidenberg, la opinión pública se caracteriza de múltiples maneras:

“para algunos, como <<la opinión de la gente>>, es decir, la sumatoria de opiniones individuales que hace a la población toda coincidente en un tema en particular; también se encuentran quienes la entienden como <<la opinión de una minoría, o de elites>>; y otros la pueden hallar vinculada con <<aquella que se emite desde los medios de comunicación de masas>>” (2000: 86-87).

Por otro lado, los autores sostienen que medios de comunicación, opinión pública y actitudes políticas, se encuentran entrelazados, confluyendo en el escenario político (2000:18). Quienes suscribimos adherimos a esta noción, entendemos que los MMC son funcionales a la política y viceversa. Los MMC son formadores de opinión pública, por ende de pensamientos, lo cual juega un rol central en la política. Por ejemplo, utilizando las herramientas de las falsas noticias, lo que logra que una vez instalado un titular, un contenido, aunque se compruebe con el tiempo su falsedad, difícilmente pueda modificar ese impacto inicial que ha hecho mella en la persona. Por otro lado,

los recursos con los que cuentan ciertos espacios políticos, logran establecer un cerco mediático, en dónde gran parte de la población queda excluida del alcance de voces alternativas, lo que claramente, quita la posibilidad de comparar, reflexionar y elaborar conclusiones propias.

Teniendo en cuenta la evolución histórica sobre el concepto y considerando los interrogantes y objetivos del presente trabajo de investigación, entenderemos por opinión pública aquellos juicios de valor, emitidos por el conjunto de la ciudadanía, plausibles de ser manipulados y direccionados intencionalmente e interesadamente por los MMC hegemónicos.

1.2- Los mass-media

Los MMC son productores de conocimientos compartidos socialmente, que inciden y pueden determinar el entendimiento y la interpretación de la realidad, alimentando el flujo de la opinión pública, y en consecuencia, creando y direccionando tendencias.

Los medios de comunicación realizan un doble juego. Por un lado, hacen sentir a los sujetos parte y actores de las situaciones que ofrecen (generalmente con estímulos audiovisuales) como modelos de existencia ideales. Por otro lado, con esta maniobra, ocultan la realidad, produciendo intencionalmente tensiones y reacciones en el espectador.

Actualmente, los medios de comunicación son controlados por grandes empresas, en muchos casos transnacionales, que en el marco de la lógica del mercado capitalista, velan únicamente por sus intereses económicos. Así, por ejemplo, tal y como señala Ignacio Ramonet en *Cómo nos venden la moto* (2002), existen centros de investigaciones, universidades y fundaciones financiadas por el Banco Mundial, el Fondo Monetario Internacional y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, con el objetivo

de propagar sus ideas (mediante una “seudo tercerización”), creando así un pensamiento único en la sociedad (reforzando el control social), acorde a sus intereses. De esta manera, los medios hegemónicos de comunicación recogen esa información, convirtiéndola en manipulación.

“Hasta hace poco, informar era, en cierto modo, proporcionar no sólo la descripción precisa -y verificada- de un hecho, de un acontecimiento, sino igualmente, un conjunto de parámetros que permiten al lector comprender su significación (...) bajo la influencia de la televisión informar es, desde entonces, mostrar la historia en marcha, (...) hacemos asistir en directo al acontecimiento” (2000: 86-87)

De este modo, las formas de informar y de comunicar transcurren en la mera acción de mostrar un hecho, y ese hecho se convertirá en verdad, dejando de lado toda posibilidad de cuestionamiento, confrontación, siquiera aún, la posibilidad de ponerlo en duda (lo que puede conocerse como posverdad⁴). Noam Chomsky, por su parte, en su libro *Ilusiones necesarias* (1992: 448), plantea que “...los medios de comunicación se encuentran al servicio del poder en lugar que al servicio de la democracia...”; y agrega que dichos medios “...poseen mecanismos con los que logran instalar en la sociedad una aceptación de la doctrina establecida”. Además afirma que es moneda corriente para los medios de comunicación la inventiva, falsedad y/o tergiversación de las noticias, para lograr manipular al conjunto de la sociedad.

⁴ La posverdad no solamente es mentira, sino que se construye con noticias de las cuales no importa su falsedad porque operan como reafirmación de aquello que las audiencias previamente han incorporado como verdadero. Puntualmente, opera más en el plano emocional que en el racional, tiene sustento más en los sentimientos construidos previamente que en los hechos contrastables. Murolo Leonardo, Pagina 12. (consultado el 14 de mayo de 2019). “La posverdad es la gran mentira” [On-line]. 2019. Dirección de URL: <https://www.pagina12.com.ar/192992-la-posverdad-es-la-gran-mentira>

En síntesis, los MMC vienen realizando y puliendo un fino trabajo. En pos de sus intereses y conveniencias, han descubierto que gran parte de la ciudadanía (y por diversos factores que se le pueden atribuir a las jornadas laborales extensas; la falta de conocimiento o el desinterés sobre medios alternativos, la tradición/costumbre familiar de mirar un medio puntual, la falta de tiempo o desinterés en bibliografías, entre tantas otras variables) opta por aceptar lo que se les presenta, sin posibilidad alguna de confrontar con otras versiones. En consecuencia, les resulta fácil mentir, manipular, instalar la agenda pública, adoctrinar, marginar, estigmatizar, controlar nuestros pensamientos, orientando la opinión pública hacia el mantenimiento del estatus quo de un monopolio corporativo, que se convierte en antidemocrático por encontrarse al servicio de las minorías e ir en detrimento de las mayorías.

1.3-Internet: de la Web 1.0 a la 2.0 ⁵ y del E-mail a las Fake News

Usualmente escuchamos hablar de **internet** como la “red de redes”. Esto se debe de acuerdo a lo planteado por la ONG *Derechos Digitales* a que “Internet es un sistema global de redes de dispositivos computacionales conectados”; es decir:

“redes de computadoras y equipos físicamente unidos mediante cables, que conectan puntos de todo el mundo. Así, se compone de un gran número de máquinas con diversas funciones (desde el computador de tu casa que quizás su única función sea la consulta de sitios web, o servidores que alojan un sitio web de noticias al que

⁵ Becerril Javier – Vallejo Adriana y otros. Facultad de Ciencias Económicas Administrativas. (consultado el 28 de octubre de 2018) [On-line]. “La Web 2.0: un análisis de su impacto en lo social, político, cultural y económico”. 2012. Dirección de URL: <file:///C:/Users/solcito/Downloads/Dialnet-LaWeb20-4281033.pdf>

permanentemente consultas, entre otros), distribuidos por todo el mundo y conectadas por los más diversos medios (cables de fibra óptica, satélites, entre otros)...” (2013: 8).

En función de los usos, características y plataformas a partir de las cuales se hace uso de internet, es posible dividir la historia de la “red de redes” en dos grandes periodos. El primero de ellos se lo denomina periodo de la “Web 1.0”. Ésta se caracteriza por su uso pasivo, estático, con escasa producción y participación de los usuarios en sus páginas. La oferta de recursos audiovisuales es baja y rudimentaria. El medio de comunicación más relevante dentro de la Web 1.0 es el e-mail. Por otro lado, también se destaca en ésta el uso del hipertexto, lo que permite direccionar a los usuarios de unos documentos a otros.

Para los años 2000-2001 produce un salto importante, fomentado por la apertura del mercado y la innovación de las grandes empresas. Este impulso dio lugar a lo que se conoce como “Web 2.0”. Las características principales de la Web 2.0 tienen que ver con la participación de los usuarios en la generación de contenidos. Fundamentalmente permite mantener relaciones sociales virtuales sin importar los límites geográficos mediante aplicaciones como Facebook, Twitter, Hi5, Youtube, entre otras, ampliando el abanico en las formas de comunicación, por un lado, y transformando los medios en instrumentos colaborativos, por el otro.

En relación con el **impacto de esta transformación** existen opiniones encontradas. Si bien se puede tildar el uso de éstas diversas plataformas como deshumanizante por sustituir los encuentros cara a cara, hay quienes piensan que lejos de esto, fortalecen los lazos sociales. Por otro lado, de especial interés para nosotros, es importante destacar que hay analistas que consideran un riesgo la peculiar tendencia de los usuarios 2.0 de dar por verdadero lo que se ofrece como información en este abanico de

plataformas. Dicho de otro modo, la “información” circula de manera tan veloz y es compartida por personas de confianza, produciendo un complejo juego en el que se tiende a internalizarla y reproducirla sin hacer chequeo alguno, dando lugar al proceso conocido como “viralización”.

Esta evolución de la web claramente no se produce de forma aislada y desinteresada. Manuel Castells afirma que:

“...Internet se está convirtiendo en un medio esencial de comunicación y organización en todos los ámbitos, es obvio que los movimientos sociales y los agentes políticos lo utilizan y lo utilizarán cada vez más transformándolo en una herramienta privilegiada para actuar, informar, reclutar, organizar, dominar y contradominar. El ciberespacio se está convirtiendo en el terreno disputado” (2001: 159).

La cita de Castells nos permite introducir la temática de los efectos persuasivos de los MMC y tres importantes interpretaciones sobre el problema. Por un lado, tenemos la cosmovisión planteada por **la teoría hipodérmica**, con dicha teoría Wolf sostiene que “*cada miembro del público de masas es personal y directamente atacado por el mensaje*” (1985: 22). Dicho de otro modo, el sujeto se convierte en objeto internalizando el mensaje, sin posibilidad alguna de ponerlo en tensión, lo toma tal cuál le es transmitido, y de ese modo lo acepta, y lo reproduce. Esta visión tiene sus orígenes en la psicología conductista y nace de la necesidad de estudiar los efectos que producen en los sujetos las propagandas, entre los años ´20 y ´30, es decir, entre la primera y la segunda guerra mundial.

La teoría de la agenda-setting, en cambio, pretende explicar el rol fundamental que los medios juegan en la construcción la opinión pública. De acuerdo a lo planteado por Raquel Rodríguez, quien sostiene que con ésta teoría el término “agenda”:

“...acuña un sentido metafórico para expresar como las agendas o temas considerados relevantes por los medios, pasan a ser subrayados también en las agendas de la audiencia. Las personas no sólo reciben información a través de los medios sobre determinados temas o asuntos que ocurren en el mundo y son considerados prioritarios, sino que también aprenden de ellos la importancia y el énfasis que les deben dar” (2004: 15).

Por su parte, *la teoría de la espiral del silencio*, que aborda Elizabeth Noelle-Neumann, sostiene que aquellas personas que consideran que sus ideas son socialmente compartidas por la mayoría, no tienen dificultad alguna en ponerlas en conocimiento, argumentarlas, etc. Caso contrario, las personas que entienden que sus ideas no son las socialmente compartidas por la mayoría, tienden a no exponer sus ideas, es decir, a silenciarse.

Por nuestra parte, consideramos que las teorías antes mencionadas son las más adecuadas para pensar nuestro problema, ya que en conjunto dan cuenta de la experiencia de la persona “atacada” por el mensaje, y como ese mensaje construye opinión pública, estableciendo limitaciones para omitir opinión propia, atento a que posiblemente, nuestra opinión no sea aceptada socialmente.

Ahora bien, en este juego de ataque y construcción de subjetividades, suelen operar las **fake news**⁶. Las fake news son, según el Cambridge Dictionary, aquellas “historias falsas que parecen ser noticias, difundidas a través de internet u otros medios, creadas normalmente para influir políticamente o como broma” (Cambridge Dictionary: 2018). Se trata de la desinformación y circulación de noticias falsas que, y sobre todo, encuentran su máximo efecto

⁶ Ángel Vizoso y otros. Comunicación y society Vol 32. (consultado el 3 de mayo de 2019) [On-line].

2019. Dirección URL:

https://www.researchgate.net/profile/Jorge_Vazquez_Herrero/publication/330521500_Plataformas_de_factchecking_en_espanol_Caracteristicas_organizacion_y_metodo/links/5c45e416458515a4c73664a3/Plataformas-de-fact-checking-en-espanol-Caracteristicas-organizacion-y-metodo.pdf

a través de la viralización. En este sentido, de acuerdo a lo manifestado por Marc Bloch son “objetos fabricados, forjados con una finalidad determinada: actuar sobre la opinión pública, obedecer una orden o simplemente adornar la narración” (1999: 182).

Si bien el origen de ésta herramienta está vinculada a las guerras y al terrorismo, se puede inferir que hace aproximadamente diez años, presenta íntima vinculación con el terreno político y los procesos electorales. Fiel ejemplo de ello, es la campaña de Donald Trump para presidente de los Estados Unidos de América en el año 2016. En la mencionada campaña las fake news jugaron un papel clave, instalando a la principal candidata opositora, Hillary Clinton, como una mentirosa y ladrona.⁷

1.4- Neutralidad: ¿Mito o realidad?

Con el término neutralidad se hace referencia al derecho que cada usuario y usuaria tiene, respecto del acceso a contenidos, espacios, servicios, etc., de la web que deseen, sin que se padezca ningún tipo de censuras. A menudo nos encontramos con portales que no son neutrales, y que tienden a censurar ciertas búsquedas o ciertos sitios por poseer determinados intereses (ver anexo ilustración A y B). Tal como lo señala la *ONG Derechos Digitales*:

“Una posición crítica es que la neutralidad de la red es imposible. Internet no es libre ni lo ha sido nunca: está en manos del ICANN y, orgánicamente, del gobierno norteamericano, quienes velan no solo

⁷ Sugerimos una apoyatura audiovisual, contemporánea al presente escrito, para visualizar y comprender el alcance de lo que se manifiesta en este trabajo de investigación resumido en 2 horas 19 minutos. Nos referimos al documental *The Great Hack*, que expone el escándalo de hacking de Cambridge Analytica. El documental ha sido publicado por la plataforma de Netflix el 24 de julio de 2019.

por sus propios intereses económicos, sino también político-estratégicos”⁸ (2013: 30)

En el libro *Desnudando a Google* de Alejandro Suarez Sánchez - Ocaña (2012) el autor apunta a analizar cómo opera, crece, absorbe y monopoliza el mercado esta gran empresa poniendo en riesgo la neutralidad de la red. Toda la información que brindamos a Google cotidianamente (datos de navegación, uso de redes sociales, etc.) es tomada por la empresa, analizada y utilizada para predecir nuestros comportamientos.

En el marco de éstas prácticas, la empresa lleva adelante comportamientos monopólicos: “... *el mayor número de adquisiciones se produjo en 2010, con 26 nuevas empresas. En los seis primeros meses de 2011 absorbieron otras doce, lo que le permite controlar el mercado de internet*” (2012: 28). Este tipo de comportamiento resulta de una importancia crucial para comprender las dinámicas actuales que organizan el tráfico de información en internet. Esto se debe a que a mayor concentración, menos posibilidad de ofertas alternativas, por ende, mayor posibilidad de control de la sociedad.

Con respecto al problema de la privacidad de los usuarios de internet, sin embargo, Google no es el actor más amenazante. Tal como lo señala el autor:

...”Facebook ha sido más agresivo aún que Google en este campo, y ha suscitado cierta polémica al incluir en sus términos de servicio una cláusula mediante la cual se hace titular de todo lo que se comparte en sus servidores —por ejemplo, fotos y mensajes escritos—. Esto resulta tan ridículo que cuando un usuario decide eliminar su perfil queda offline, pero permanece latente” (2012: 80).

⁸ Para un análisis respecto de antecedentes de regulación de la internet ver: La Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI) – Organismos de Reguladores Europeos de Comunicaciones Electrónicas (BEREC) – Foro hacia una Agenda para la Cultura Digital (detallado en el apartado bibliografía).

En ésta dirección, también se encuentra la red social de Twitter. De acuerdo con el trabajo *Conectados en 140 caracteres* de Fiandesio Claudios (2011) se trata de una herramienta de mensajes limitados (140 caracteres), que ofrece un abanico de utilidades que van desde la socialización, el estudio del mercado, y sondeos mediante el uso de google alertas, kurrently, y/o tweetalarm⁹. Estas últimas funciones son de vital importancia en lo que respecta a la medición y generación de tendencias e influencia en la formación de opinión.

A nuestro entender, entonces, para que la neutralidad sea real y efectiva, sin lugar a dudas será necesario contar con un marco normativo que regule los usos de la información que recolectan Google, Facebook, Twitter y otras plataformas de la Web 2.0. Esta regulación debería velar por los intereses de los usuarios y no de los empresarios y las grandes corporaciones, dueños de este “misterioso” mundo de la red.

1.5- Corriendo el velo a la mercadotecnia

Además de los intereses de las grandes corporaciones para instalar temas de opinión pública (temas de agenda) y tendencias políticas, la opinión pública se encuentra particularmente afectada por el marketing político. Este dispositivo resulta decisivo para pensar el modo en que los intereses poderosos inciden en los sujetos más jóvenes.

Esta visión nos conduce a la reflexión de Noam Chomsky (2002:77-85), que introduce el concepto de “persuasión invisible”. De acuerdo con este

⁹ Alertas es un servicio que oficia de conector de contenidos en función de las búsquedas que va realizando un usuario, es decir, contenidos que se asimilan o asocian a la búsqueda realizada por el usuario. Kurrently es un buscador de noticias y tendencias de Twitter y Facebook. Tweetalarm funciona como google alerts y su función es notificar al usuario si están hablando de él o de sus temas favoritos. Fiandesio Claudio y otros, *Conectados en 140 caracteres*, Buenos Aires, Editor Genes, 2011.

concepto, son tres las **técnicas de persuasión: la publicidad, los sondeos y el marketing.**¹⁰

El marketing político diseña la imagen pública de los políticos y de los partidos. Representa un nuevo estilo de hacer política, cuya herramienta fundamental se basa en la investigación de la opinión pública. En este sentido, ofrece herramientas para dirigir la opinión creando tendencias en los y las votantes, por lo que puede ser un vehículo para definir las elecciones en tiempos de democracia, de acuerdo a lo planteado por Ricardo Homs (2013).

Uno de los representantes contemporáneos más importantes del marketing político es el consultor ecuatoriano Jaime Durand Barba, asesor del actual presidente de las y los argentinos, Ingeniero Mauricio Macri. En su libro *El Arte de Ganar*, Durán Barba y Nieto (2011) establecen sus consideraciones en relación a cómo usar el ataque en campañas electorales exitosas. Estos ataques se ponen en juego en todos los medios de comunicación, incluso en las redes sociales, logrando que se viralice información (entre la cual se encuentran fake news).

Es importante señalar que para el marketing político es central dirigirse a los sujetos más despolitizados de la sociedad, ya que se trata de los más manipulables. En palabras del propio autor:

“...Cuando diseñamos una estrategia de campaña, desde un punto de vista pragmático, nos interesan más los electores poco informados, los

¹⁰ Dentro de la publicidad las imágenes sublimadas, se dirigen a nuestro inconsciente y desbarata nuestra defensa crítica; la publicidad y las técnicas de venta sirven de modelo al discurso político, sobre todo en período electoral -influencia del marketing político- (...) Los sondeos indagan (...) en la conducta en las costumbres, las actitudes, y diseñan poco a poco el perfil del elector-medio (...) Los ciudadanos sufren un adoctrinamiento constante, invisible y clandestino. Galaor Alfredo y otros, (Consultado el 9 de abril de 2017) [One-line]. “Marketing Político en las redes sociales”. 2014. Dirección de URL: www.gestiopolis.com/marketing-politico-en-las-redes-sociales/

menos politizados, porque son ellos los que pueden moverse (...) Es mejor no perder el tiempo intentando modificar su opinión. Por el contrario, los menos informados pueden cambiar de posición si reciben un mensaje adecuado...” (2011: 19-20).

A su vez, señalan que estas personas pueden llegar a adquirir un rol central en los procesos electorales, convirtiéndose en agentes fundamentales.

...”Hoy la clave está en las personas, en los líderes, que, a diversos niveles, son los protagonistas de la política. Son quizá “nuevos caudillos”, que más que convocar a grandes masas buscan encantarlas y, si es posible, manipularlas”... (2011: 21)

1.6- A río revuelto, ganancia de pescadores

En el marco de los interrogantes en torno a la persuasión, la influencia ideológica, la instalación de ideas y opiniones, aparece un elemento central, el “**Troll**”¹¹. El término troll refiere al verbo inglés “trolling”, que designa una técnica de pesca que consiste en el arrastre lento para que los peces piquen el anzuelo.

En el ámbito específico de la **informática**, un troll es un **usuario** que se dedica a **publicar contenidos ofensivos o falaces**, con la intención de generar un clima negativo en una comunidad virtual, distorsionar la realidad, así como también generar tópicos tendenciosos. Este concepto también contiene a todas aquellas **identidades falsas de la red**, cuyo trabajo o función es difundir información errónea de manera anónima.

¹¹ elsalvador.com. (Consultado el 9 de abril de 2014) [One-line]. “Como funciona un troll center”. 2015. Dirección de URL: <http://www.elsalvador.com/noticias/nacional/168259/como-funciona-un-troll-center/>

Un partido político, por ejemplo, puede crear cientos de trolls para publicar falsas denuncias sobre otra agrupación, intentando que el mensaje falaz se multiplique en Internet para desprestigiar al grupo opositor. Los trolls de este tipo pueden encontrarse circulando por la Red en multitud de espacios. Así, se pueden hallar en wikis, foros, juegos en línea, weblogs o grupos de noticias.

A partir de las observaciones anteriores, podemos afirmar que nos encontramos ante un nuevo tipo de hegemonía de los medios de comunicación, por lo que podemos preguntarnos: ¿La comunicación e información son un derecho humano garantizado o son herramientas para la construcción de una dictadura mediática? ¿Los MMC son el cuarto poder o el primer poder? ¿Hay democracia en la red o se trata de una falsa democracia? ¿Las redes sociales se han transformado en otra forma de control? ¿Una sociedad conectada es una sociedad espionada? ¿Que el Gobierno de turno regule o desregule se vincula con intereses y conveniencias creadas? ¿Tiene lugar en internet una guerra de cuarta generación?.

Todos estos interrogantes son de gran relevancia para la relación que hoy en día los y las jóvenes mantienen con los nuevos MMC. En el presente trabajo indagaremos respecto de su representación sobre la influencia de internet en el pensamiento político, considerando especialmente las preguntas que hemos presentado.

Capítulo II. La política y el rol de los y las jóvenes en un nuevo cyber espacio público

2.1- Empoderamiento Político de los y las jóvenes del Siglo XXI

Un estudio presentado por la escritora Garrido en la revista *Sociedad y Equidad* (2012) realizado por representantes del CONICET, revela que en la última década, los acontecimientos que se produjeron durante 19 y 20 de diciembre de 2001, oficiaron como un momento de “quiebre”, dado que a partir de entonces, comienza a darse un fenómeno de politización que incluye a grandes sectores de la sociedad Argentina. Paralelamente emergieron nuevas formas de participación política, lo que contribuyó al despliegue permanente de acciones colectivas en el espacio público. Estas intervenciones hicieron uso de recursos artísticos, pedagógicos, sociales, fomentando espacios de disenso y con una importante participación juvenil.

Garrido (2012) hace mención a un estudio llevado a cabo en el año 2008 en torno a la participación de las juventudes en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Revela que durante ese momento, se registra una participación escasa y agrega que sólo un 14% de los jóvenes de la ciudad participa activamente en alguna organización social. A su vez señala que, a pesar de no contar con datos cuantitativos actualizados, se reconoce que “el año 2008 fue un año bisagra, porque comienza a emerger una mayor participación política de las juventudes”.

De esta manera, comienza a darse una transformación en los jóvenes, dejando de ser indiferentes por los problemas de la sociedad. Esto dio lugar a una nueva mirada focalizada en las juventudes. Es así como se comienza a dar importancia a la figura del sujeto joven como sujeto político.

En palabras de la propia autora:

“En relación con las motivaciones de la participación, por ejemplo, el filósofo Martín Hopenhayn afirma que la juventud hoy en día aparece, o bien porque tiene un manejo de información que la hace sentirse más empoderada políticamente o bien porque la política se abrió como un campo que ya no responde a un pensamiento único. Hay una percepción mucho más generalizada de que la política deja de ser una especie de administración mecánica del aparato burocrático público para ser un espacio donde se pueden tomar decisiones para modificar la sociedad” (2012: 93-94).

Por lo tanto, en lugar de concentrarnos en la intensidad de la participación, consideramos relevante acercarnos al debate y el análisis respecto de los contenidos y alcances de la participación de las juventudes como práctica transformadora de la realidad en la que se encuentran inmersos. Nuevamente, en palabras de la autora:

“Se trataría entonces de desentrañar representaciones y significados del concepto político de participación, que en los últimos años se ha constituido en una creencia central tanto en la sociedad y en los movimientos sociales como en la constitución del poder político desde las distintas instancias gubernamentales” (2012: 93)

En relación con el impacto de las nuevas tecnologías, el estudio afirma que facilitan el intercambio de bienes culturales, que no se reducen únicamente al interés económico, a la producción, reproducción y diversidad cultural, sino también, a la existencia de una pluralidad ideológica-política. Asimismo Garrido sostendrá que los medios, soportes y dinámicas de estas nuevas tecnologías intervienen y forman parte del espacio público e inciden en los imaginarios y representaciones de los sujetos.

Estas nuevas juventudes militantes, a diferencia de otros periodos, incorporan en sus prácticas políticas el uso de internet y nuevas tecnologías de información:

“La denominada “militancia virtual”, “militancia 2.0” o cibermilitancia favorecería, por lo tanto, al intercambio de información y potenciaría la proliferación de debates en torno a los y las jóvenes y su participación, así como su presencia en los debates de la agenda de gobierno. Se trata de una primera aproximación o puerta de entrada a la participación política a través de estas herramientas, que luego puede traducirse en una militancia de tipo territorial asociable a alguna de las nuevas organizaciones emergentes” (2012: 96-97).

En consecuencia, la autora plantea que se produce en cierto modo un movimiento de interpelación y reflexión que contribuye con la democratización de la palabra y la horizontalidad en los debates. Por lo tanto los problemas vinculados a las TICS (tecnologías de la información y de la comunicación) y sus usos, se presentan como una dimensión central de cualquier análisis sobre las prácticas políticas de los jóvenes.

El artículo, además, destaca la importancia que adquirió la repolitización de la sociedad durante el gobierno de Néstor Kirchner (2003-2007). Su Gestión llevó adelante diversas políticas que, nos atrevemos a decir, sedujeron sobre todo a las juventudes. Entre ellas se encuentran la Asignación Universal por Hijo, la ley de servicios de comunicación audiovisual, la ley de matrimonio igualitario y los juicios contra los crímenes de lesa humanidad perpetrados durante la última dictadura militar, entre otras vinculadas a la restitución de derechos, con fuerte anclaje en los Derechos Humanos.

Por último, de especial interés para nosotros, el artículo presenta los datos obtenidos de una investigación realizada vía Internet en el mes de abril del año 2012, que indaga sobre la participación de los y las jóvenes y su percepción sobre los usos de internet. De acuerdo con la información recabada, los sitios de redes sociales (Facebook y Twitter), ofician como escenario de debate, en complementariedad con las noticias que circulan en los medios hegemónicos y/o como herramienta táctica de lucha y persuasión política. A su vez, se presentan como herramientas que pueden tener

influencia sobre sus estados de ánimo colectivos, instalar temas de agenda y sortear los obstáculos de censura, en especial en coyunturas de conflicto y disputa política.

En estas instancias, luego del recorrido y recopilación efectuada sobre el rol de internet en la construcción y formación de opinión, así como también los nuevos procesos en la participación política de las y los jóvenes en el siglo XXI, podemos sumergirnos en nuestro trabajo de campo.

Capítulo III. Describir para Conocer

3.1- Descripción de las comunidades educativas objeto de análisis.

Antes de introducir la descripción, es pertinente mencionar el motivo por el cual se han seleccionado éstas instituciones educativas. La idea inicial fue tomar como única muestra la Escuela Martha Salotti, a la que se arriba y conoce por intermedio de amistades, quienes fueron transmitiendo algunas características de la institución que provocó cierta curiosidad.

El acceso a la comunidad educativa se fue complejizando al introducir la investigación, ya que los resultados obtenidos eran insuficientes para las expectativas del trabajo. Por tal motivo, se consideró necesario sumar a la investigación otra institución. Para entonces, los tiempos académicos exigían cierta prisa, por lo que la selección de la segunda institución responde a la cercanía y la posibilidad de acceder mediante un referente estudiantil directo. La decisión (en principio forzada), resultó traer un giro al planteamiento del trabajo, llevándolo a un plano de análisis comparativo, lo que resultó con el paso del tiempo más enriquecedor que si se lo hubiera ejecutado desde el planteamiento inicial. Dicho esto, se procede a la descripción de las instituciones.

Descripción de la Escuela “Martha Salotti”

Se yergue en la calle Leonor Viviano de Alonso 1881, de la Localidad de Guernica, partido de Presidente Perón, provincia de Buenos Aires. El tipo de enseñanza que brinda es inicial, primaria y secundaria. Se trata de un establecimiento educativo privado, localizado en una zona urbana, a unas veinte cuadras aproximadamente de la Estación de Ferrocarril de Guernica, por lo que se encuentra alejada del centro. La zona cuenta con calles de

asfalto y con todos los servicios. El barrio se caracteriza por ser de casas bajas, cuya población es de clase media a baja, con la particularidad de que a éste establecimiento asisten estudiantes de clase media a alta, los que en un porcentaje importante provienen de zonas aledañas, en particular un country que se ubica a cinco cuadras aproximadamente.

Descripción de la Escuela Polimodal N° 4

Se yergue en la calle Donovan 1470, entre Heredia y de la Serna, en la localidad de Gerli, partido de Avellaneda, provincia de Buenos Aires. El tipo de enseñanza que brinda se corresponde con la modalidad de Colegio Secundario Superior. Se trata de un establecimiento educativo estatal, localizado en zona urbana, la zona cuenta con calles de asfalto y con todos los servicios. El barrio se caracteriza por ser de casas bajas y su población es de clase media a baja. Al establecimiento educativo asisten vecinos del barrio y de zonas aledañas por lo que se caracteriza por una heterogeneidad de clases sociales, siendo la más prevaleciente la clase media a baja.

3.2- Secundario Orientado

Cabe destacar que, de acuerdo al Diseño Curricular para la Educación Secundaria de la Dirección General de Cultura y Educación de la Provincia de Bs. As, el mencionado Diseño Curricular establece un Ciclo Superior Orientado. Por lo tanto ofrece a los y las estudiantes, una especificidad de formación, la que se entiende es de gran importancia, atento a que guía y prepara a las personas para la posterior articulación con la educación superior (terciaria, universitaria) de acuerdo con las orientaciones como con las ofertas educativas.

3.3- Perfil Académico de los y las estudiantes¹²

Es importante aclarar que, desde el planteo inicial del trabajo de investigación, se consideró pertinente abocarlo a la orientación en comunicación. Ahora bien, teniendo en cuenta los imponderables que se presentaron,¹³ fue necesario respaldar la investigación sumando otra institución educativa. Esto, sin embargo, resultó enriquecedor para el trabajo, ya que permitió hacer un análisis comparativo entre orientaciones bien diferenciadas y pesquisar variables que, tratándose de una misma orientación, no se hubieran presentado.

Dicho esto, y adentrándonos en la especificidad de cada orientación, también cabe aclarar que, de acuerdo a lo que determina el Diseño Curricular, ambas orientaciones seleccionadas para la investigación, de primero a tercer año, cuentan con materias troncales comunes. Dentro de ellas: prácticas del lenguaje, matemáticas, ciencias naturales, ciencias sociales, educación, física, educación artística, construcción de la ciudadanía, inglés, biología, fisicoquímica, historia y geografía.

La especialización en cada orientación empieza a darse a partir del tercer año, en donde comenzarán a contar con materias afines a la orientación específica. Como se planteaba anteriormente, cada orientación posee objetivos y metas determinadas, que hacen a la especificidad de la rama seleccionada por los y las estudiantes. A saber:

¹² Diseño Curricular para la educación secundaria. Dirección General de Cultura y Educación de la provincia de Bs. As. (Consultado el 13 de mayo de 2016) [One-line]. 2010. Dirección de URL: http://servicios2.abc.gov.ar/lainstitucion/organismos/consejogeneral/disenioscurriculares/secundaria/marco_general_ciclo%20superior.pdf

¹³ Si bien la referente institucional garantizaba el ingreso para llevar adelante el proyecto, al momento de comenzar, la representación legal impidió el acceso al establecimiento educativo.

Comunicación

La Orientación en Comunicación desarrolla una propuesta que consiste en abordar los fenómenos comunicativos desde tres perspectivas: la observación, el análisis y la producción. Por lo tanto hay materias que desarrollan saberes en torno a observatorios de comunicación, alfabetización en medios, expresiones culturales del siglo XXI, análisis y discusión de los procesos de recepción y mediación de los mensajes, como también la puesta en práctica de producción mediática. La orientación en comunicación corresponde a la Escuela Martha Salotti.

Ciencias Naturales

La Orientación en Ciencias Naturales ofrece un espacio formativo de profundización y ampliación de conocimientos en las temáticas de estas ciencias, su divulgación y su impacto sobre la sociedad. El enfoque de alfabetización científica se expresa en materias como Química, Física y Biología en las cuales se abordan temas como clonación, problemas ambientales, genética. Todos son analizados desde su impacto en la sociedad y su especificidad científica. La orientación en ciencias naturales corresponde a la Escuela Polimodal 4.

Capítulo IV. Análisis de datos

4.1- Uso y consumo de Internet

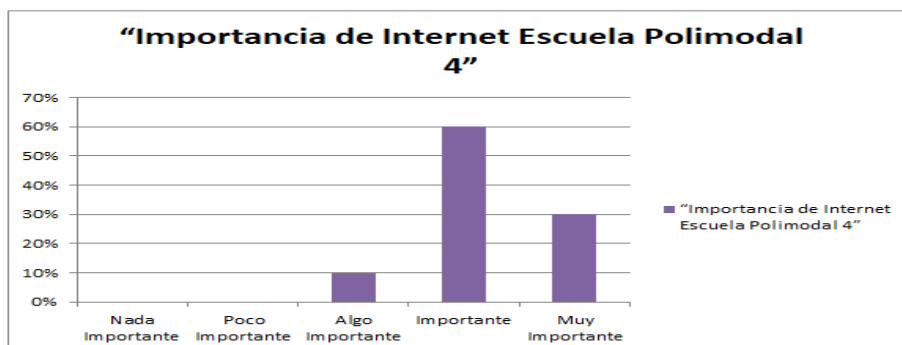
A través del análisis comparativo de las diversas herramientas de recolección de datos utilizadas en la presente investigación, podemos leer las coincidencias o aproximaciones en los resultados obtenidos en los distintos establecimientos educativos.

Ambos grupos coinciden en que Internet es una herramienta importante (gráficos 1 y 2).

Gráfico 1. "Importancia de Internet". Escuela Martha Salotti.



Gráfico 2. "Importancia de Internet". Escuela Polimodal 4.



El tipo de uso se concentra en el estudio y el entretenimiento (gráficos 3 y 4).

Gráfico 3. “Tipo de uso de la herramienta”. Escuela Martha Salotti.

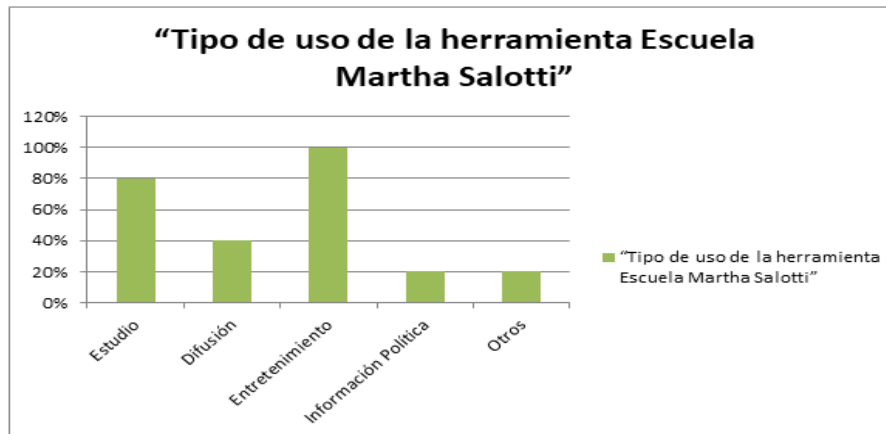
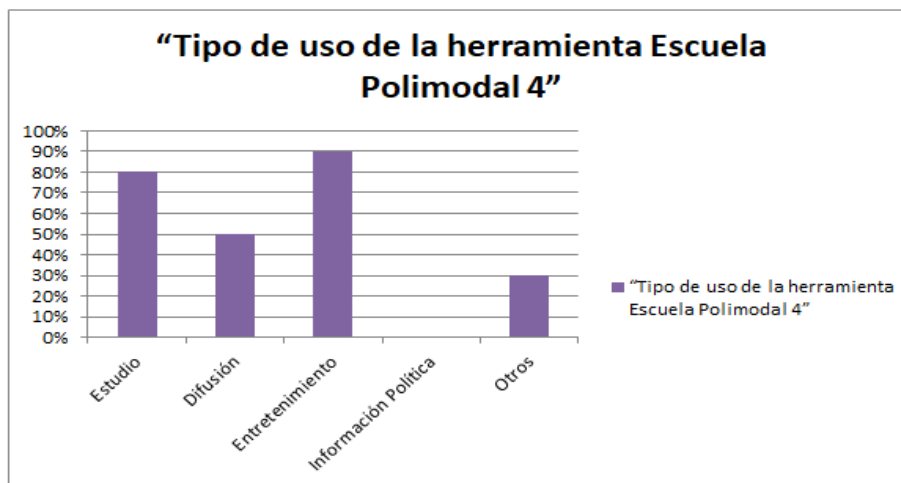


Gráfico 4. “Tipo de uso de la herramienta”. Escuela Polimodal 4.



Todos y todas coinciden mayoritariamente en que internet se trata de una herramienta que brinda información (gráficos 5 y 6).

Gráfico 5 “Internet como herramienta que brinda información”. Escuela Martha Salotti.

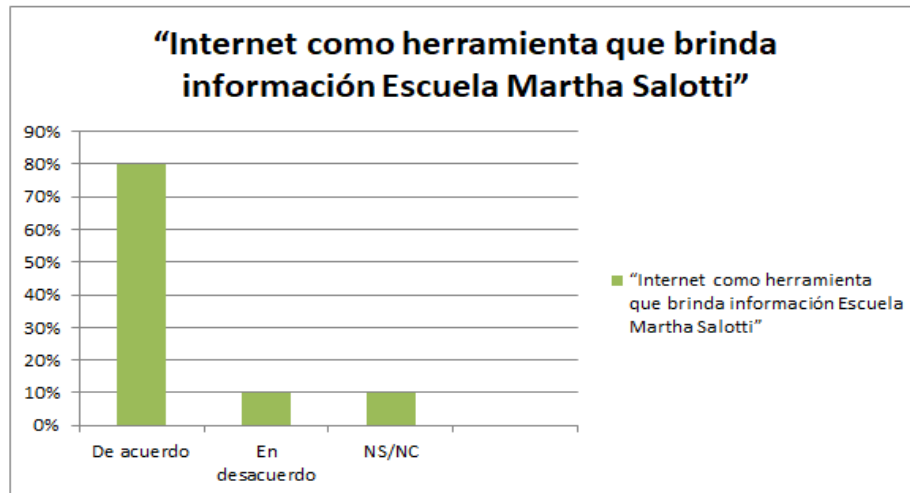
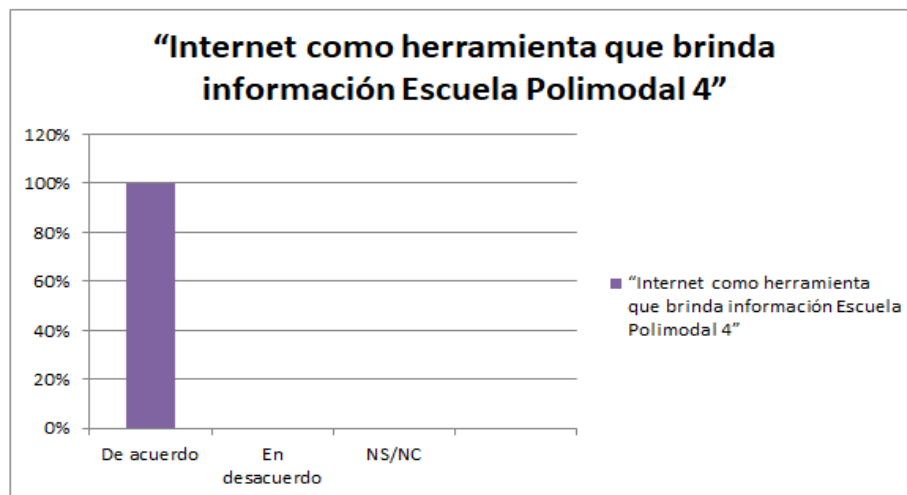


Gráfico 6. “Internet como herramienta que brinda información”. Escuela Polimodal 4.



La frecuencia de uso de internet varía, siendo la escala mínima "poco uso" y la escala máxima "usualmente", pero todos y todas hacen uso como mínimo durante tres horas diarias (gráficos 7 y 8).

Gráfico 7. “Frecuencia de uso”. Escuela Martha Salotti.

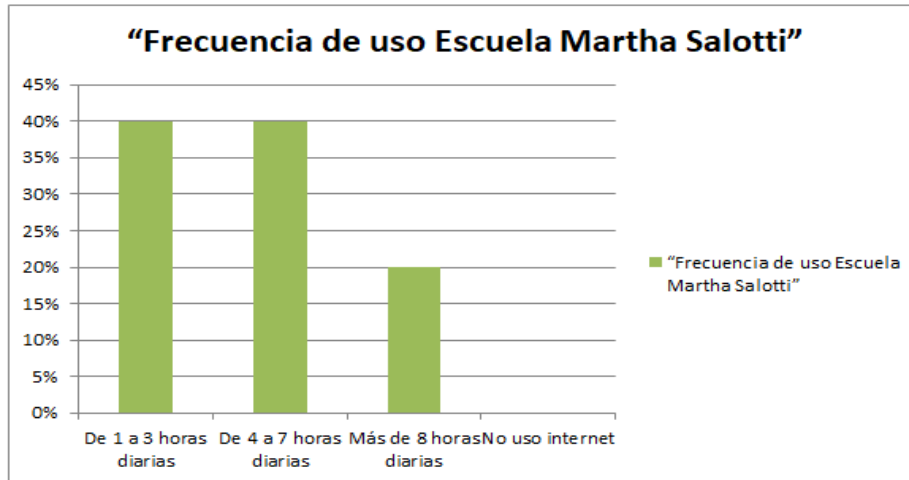
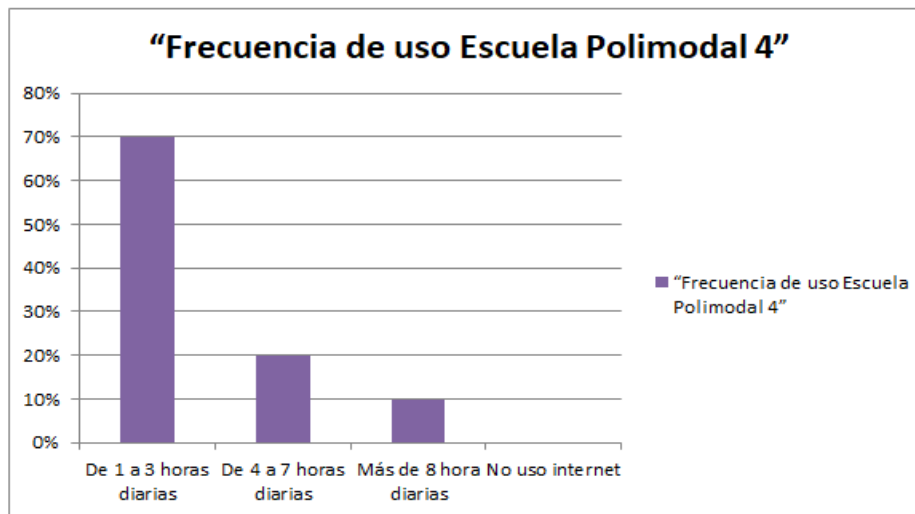


Gráfico 8. “Frecuencia de uso” Escuela Polimodal 4.



Es importante destacar que respecto de los medios que utilizan a la hora de informarse sobre temas de política, nos encontramos con un grupo que utiliza mayoritariamente los diarios, mientras que el otro grupo hace uso mayoritariamente de Facebook (gráficos 9 y 10).

Gráfico 9. “Servidores que utilizan para informarse”. Escuela Martha Salotti.



Gráfico 10 “Servidores que utilizan para informarse sobre temas vinculados a política Escuela Polimodal 4”



Lo mismo sucede con el uso de internet como herramienta de reflexión política, en donde se observa una similar adherencia (gráficos 11 y 12).

Gráfico 11. "Internet como herramienta para la reflexión política". Escuela Martha Salotti.

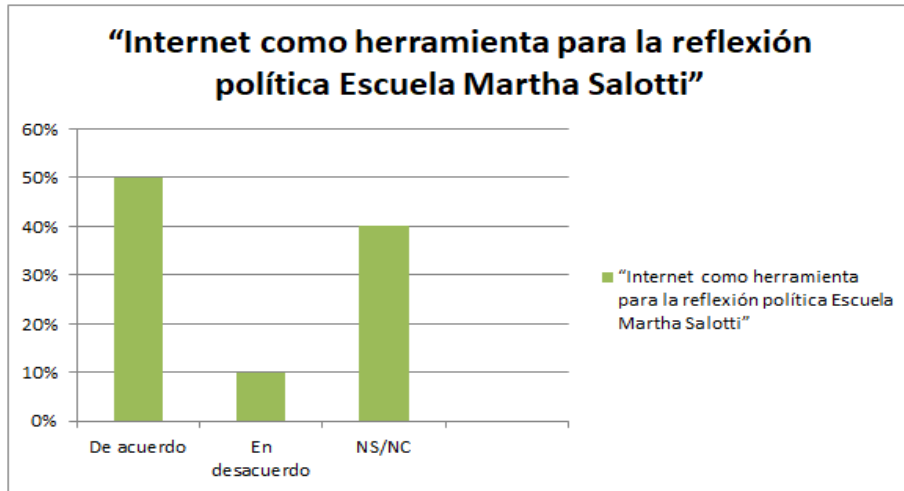
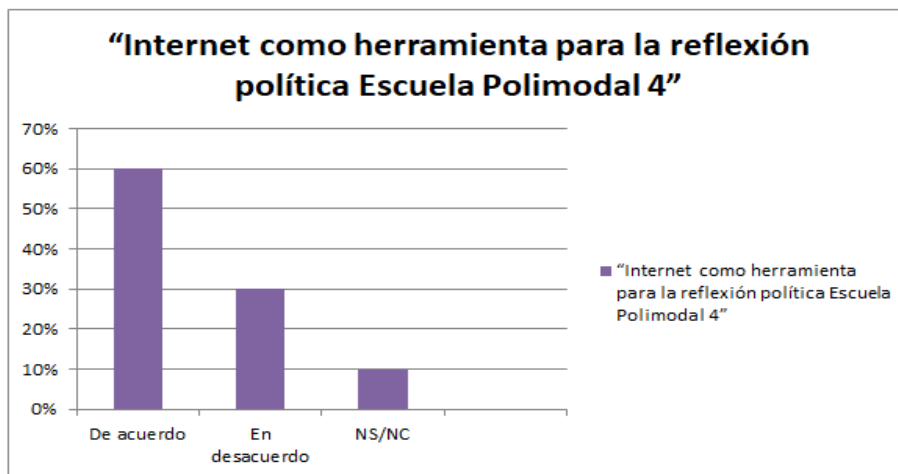
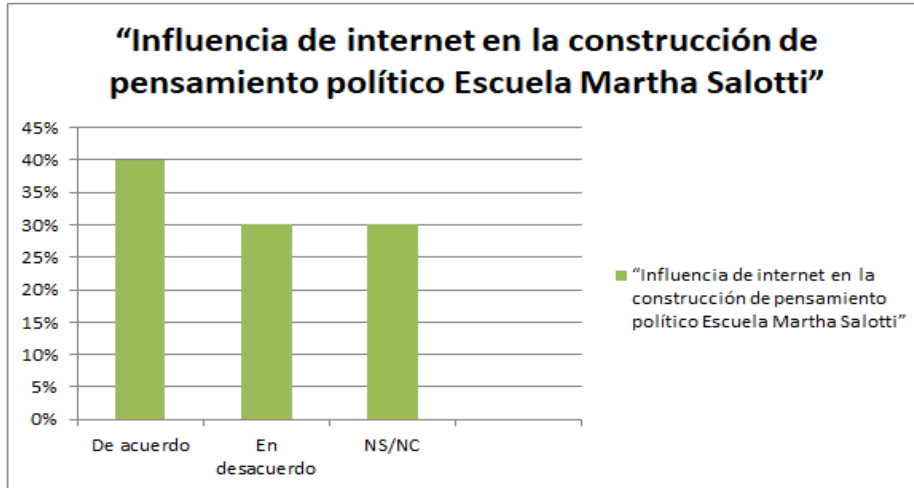


Gráfico 12. "Internet como herramienta para la reflexión política". Escuela Polimodal 4.



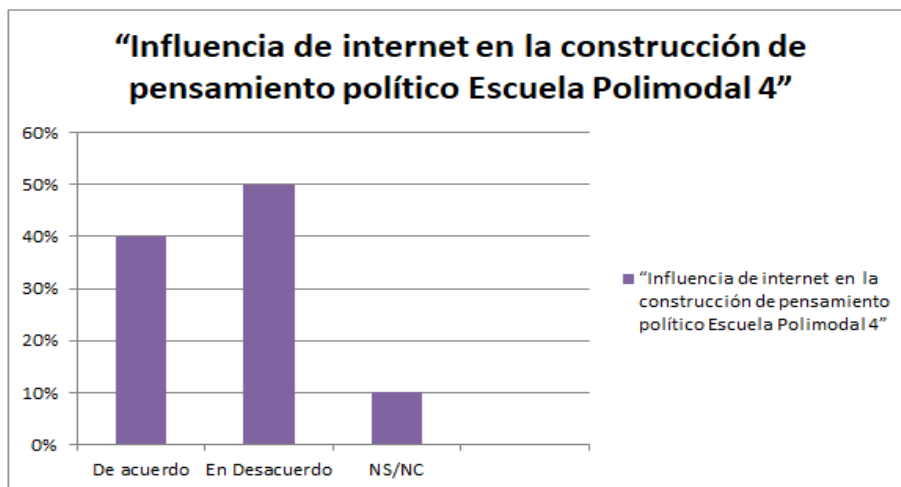
Finalmente sobre la categoría Influencia de Internet en el pensamiento político, aquí también se registran diferencias. El porcentaje mayor de datos relevados en la escuela con orientación en comunicación tiene una adherencia mayoritariamente positiva (gráfico13).

Gráfico 13. “Influencia de internet en la construcción de pensamiento político”. Escuela Martha Salotti.



Mientras que los y las estudiantes de la orientación ciencias naturales encuentran fragmentadas sus opiniones. Una mitad considera que influye, mientras la mitad restante no adhiere con esa moción (gráfico 14).

Gráfico 14. “Influencia de internet en la construcción de pensamiento político” Escuela Polimodal 4.



4.2- Percepción vs Realidad

A través del recorrido realizado, se logra visualizar que la mayoría de los y las estudiantes de la orientación en comunicación, realizan un análisis reflexivo y crítico en relación a la influencia de internet sobre la construcción del pensamiento político, y esto lo podemos ver en fragmentos de testimonios extraídos de las entrevistas:

...”creo que el medio se adaptó a internet y nos siguen bajando línea de alguna manera u otra”...

Esta frase nos traslada a lo que sostiene Chomsky en los guardianes de la libertad

...“Quienes ostentan el poder tienen capacidad para fijar los términos del discurso, para decidir qué es lo que el público en general puede ver, oír y pensar, y para <<dirigir>> la opinión pública por medio de campañas de propagandas regulares”... (2013: 12)

Otro testimonio considera:

...”el problema mayor es que las personas reciben todo, y no cuestionan lo que ven, leen o escuchan”...

...”el uso de internet influye de manera directa en la formación de pensamiento, ya que la gente pasa mucho tiempo en la red, donde aparecen mensajes a favor de uno o de otro; también hay mucha publicidad aunque parezca que no, la publicidad si afecta a nuestro inconsciente”...

...”es tan sutil el marketing partidario que va apareciendo en cada sitio que usamos que lo vamos incorporando sin darnos cuenta; y esto sobre todo influye más en los y las jóvenes que aún no tienen en clara una posición política”... (ver anexo ilustración C, D, E, F, G y H)

Resultados muy diferentes se logran hallar en los y las estudiantes con orientación en ciencias naturales, en dónde las posturas y visiones están divididas. La mitad de los y las estudiantes intenta realizar un análisis más profundo de la situación que se les presenta sobre la utilización de internet y su potencial influencia, mientras que se puede observar que la otra mitad siquiera se permite el beneficio a la duda. Estos últimos nos remiten a pensar en Chomsky (2002: 35): “domesticar el rebaño desconcertado”. Con esta expresión se intenta echar luz sobre la necesidad de coptar a determinados sectores por medio, por ejemplo, de la propaganda, para lograr persuadir, manipular, y de esa manera sostener el estatus quo.

Conclusiones. La intervención del trabajo social y los medios de comunicación.

A- Los desafíos del Trabajo Social frente a la nueva era de información

Etimológicamente, el término "intervención" hace referencia a la acción y efecto de intervenir. La palabra "intervenir" significa tomar parte en un asunto y también interceder o mediar por alguien (Diccionario de la Real Academia Española; 2001). En particular, la intervención en el Trabajo Social¹⁴:

“...es entendida como la acción organizada y desarrollada por los trabajadores sociales con las personas, grupos y comunidades. Sus objetivos están orientados a superar los obstáculos que impiden avanzar en el desarrollo humano y en la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía. Intervención profesional que se basa en los fundamentos éticos, epistemológicos y metodológicos del Trabajo Social, desde un enfoque global, plural y de calidad...” (Carmen Barranco; 2014: 79)

Sin lugar a dudas éste enfoque concibe a la persona dinámica y cambiante, por encontrarse inmersa en un contexto social, histórico, político, económico y cultural de la realidad social, y para cuya intervención, se puede conectar o articular con otras disciplinas y profesiones.

Para la trabajadora social y profesora María Asunción Martínez Román, la intervención del Trabajo Social:

¹⁴ Barranco Carmen, (Consultado el 5 de noviembre de 2018) [One-line]. “La intervención en el Trabajo Social desde la calidad integrada”. 2014. Dirección de URL:

tps://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/5592/1/ALT_12_05.pdf

“...está orientada a acompañar, ayudar y capacitar a las personas en sus procesos vitales para ser responsables, para ser libres de elegir y ejercer la participación, así como a facilitar los cambios de aquellas situaciones que supongan un obstáculo para el desarrollo humano y la justicia social, promoviendo los recursos de la política social, las respuestas innovadoras y la creación de recursos no convencionales, basados en el potencial solidario de las personas...” (Carmen Barranco; 2014: 80)

Para tal fin, afirma la autora que:

“...no sólo se actúa profesionalmente con la gente y su ambiente más próximo, como es la familia, amigos y vecinos, sino que se intenta intervenir también en los contextos que condicionan o limitan sus posibilidades de desarrollo, teniendo como referentes la Declaración Internacional de los Derechos Humanos y la promoción de la justicia...” (Carmen Barranco; 2014: 80)

Por lo tanto, la intervención en Trabajo Social no se circunscribe a la persona, como sujeto aislado y ahistórico. Muy por el contrario, la intervención se promueve desde un enfoque global y plural en donde, como se marcaba anteriormente, la persona se inscribe en un contexto social, histórico, político, económico y cultural de la realidad social, que la condiciona y determina.

Alfredo Juan Manuel Carballeda es un referente importante a la hora de pensar en el Trabajo Social. En uno de sus artículos, que habla sobre la intervención en lo social como dispositivo,¹⁵ entre otras ideas, sostiene que:

¹⁵ Carballeda Alfredo Juan Manuel. (Consultado el 8 de mayo de 2017) [One-line]. “La intervención en lo social como dispositivo. Una mirada de los escenarios actuales”. Revista Trabajo Social UNAM VI Época, N° 1. 2010. Dirección de URL: <https://studylib.es/doc/5574133/la-intervenci%C3%B3n-en-lo-social-como-dispositivo.-una-mirada...>

”...los inicios de la intervención social pueden ligarse a tres elementos claramente definidos; la noción de sociedad; el concepto de cuestión social y la construcción de prácticas y objetos de conocimiento. Esos tres ejes, que pueden considerarse constitutivos de la intervención social fueron construyendo diferentes espacios de diálogo, encuentro y confrontación y se consolidaron especialmente a través de la propia práctica y de los interrogantes que fueron surgiendo en su desarrollo” (...). Desde esta perspectiva se hace posible pensar la intervención social como una forma de “hacer ver”, de vincular a ese otro con lo propio, con la cultura y con aquello que lo construye...” (2010: 53-59)

En éste mismo artículo Carballada da fe de la complejidad de las problemáticas sociales, y pregona por la reflexión y análisis crítico, tanto de las problemáticas como en la cuestión de la intervención, respecto desde donde y para que se interviene en lo social.

Es posible sugerir que en estas reflexiones sobre la intervención del Trabajo Social y sobre lo que propone, también nos conduce a interrogarnos sobre nuestro rol ante la influencia y manipulación de los MMC. En este sentido consideramos inminente problematizar esta temática, que al parecer, queda en la naturalización y en la comprobación científica de expertos en el tema.

Para poder hablar de libertad y emancipación, es fundamental hacer lugar a la intervención sobre éste problema, hacer uso de todos los espacios que se encuentren a nuestro alcance, de la creatividad y del fomento de sujetos con pensamiento crítico, porque es la única vía para lograr que los pueblos sean libres.

En este sentido, es fundamental para poder interpretar los resultados obtenidos, partir diferenciando que los y las estudiantes objeto de análisis transitan distintas orientaciones de formación, por lo que se estima que sin lugar a dudas, este factor incide en las disidencias reflejadas en los resultados obtenidos. Al indagar sobre los diseños curriculares, nos encontramos que la Orientación en Naturales, en sólo un semestre cuenta

con la asignatura de política y ciudadanía, en dónde se supone que se realiza algún tipo de análisis sobre los MMC.

Mientras que los y las estudiantes con la Orientación en Comunicación, en cambio, cuentan desde el primer al último año con variadas asignaturas que contribuyen a dicho análisis. Entendemos que la mencionada currícula colabora a la formación de un pensamiento más crítico y reflexivo, lo que no quiere decir que el resto no lo posea. Sin lugar a dudas, al estar colocado el foco de interés en un lugar distinto puede perderse cierto análisis.

Inicialmente y a modo de prejuicio, se especulaba encontrar ciertos resultados para cada uno de los establecimientos educativos al tratarse de ámbito público y ámbito privado. Sin embargo, los resultados arrojados para la educación privada, se ajustaban mayoritariamente al planteo de la hipótesis. Esto resulto ser una sorpresa atento a que lo esperado era que este resultado se obtuviera del establecimiento educativa público, en dónde las opiniones se encontraron divididas.

Estos encuentros y desencuentros, si bien emergen en las entrevistas y encuestas, como se ha reflejado anteriormente mediante los gráficos y fragmentos textuales de los y las estudiantes, puede visualizarse fuertemente en el desarrollo del grupo de discusión, en dónde, se genera un clima totalmente diferente a una entrevista cara a cara, o una respuesta en soledad de una encuesta. En éste espacio se producen tensiones, posiciones, dudas y debates. El grupo de la escuela Martha Salotti, presenta mayor activismo, con ciertas discrepancias, pero arribando a conclusiones grupales que hacen al sostenimiento de la hipótesis, mientras que, el grupo de la escuela Polimodal 4, muestra mayor distancia en el debate y las opiniones son notoriamente divididas.

Llegando a este punto, entones, podemos considerar que la hipótesis propuesta al comienzo de la investigación ha sido corroborada. Al

contrarrestar la información recabada podemos inferir que efectivamente existen diferencias en la percepción que los y las jóvenes tienen respecto de la influencia de internet en su pensamiento de acuerdo con la formación que reciben sobre este problema en sus respectivas escuelas.

Para ir finalizando, entendemos que no debemos naturalizar el crecimiento, movimiento e incidencia de internet en la cotidianeidad de la vida de los y las jóvenes, que, con sus intereses creados, alimentan, refuerzan y sostienen la cuestión social.¹⁶ En consecuencia, entendemos que el rol del Trabajo Social no debe ser ajeno a esta temática. Es fundamental poder promover pensamiento crítico. Aquí se pone en juego la creatividad del Trabajo Social para abordar la cuestión, tanto en el ámbito educativo, como cualquier otro tipo de espacio, promoviendo la participación, la reflexión y el análisis. Desde este lugar debemos intervenir, para empoderar, para descolonizar, dado que el pensamiento crítico es la única manera que los pueblos tienen de ser libres.

B- Propuestas

La aspiración primera del sistema educativo debería ser la de arbitrar los medios necesarios para lograr que las y los educandos desarrollen un pensamiento reflexivo y crítico, en todos los ámbitos, como única alternativa posible de liberación de los sujetos, por ende de los pueblos.

En consecuencia, el presente proyecto de investigación nos conduce a reflexionar en la necesidad de implementar estrategias para que, en todas las orientaciones escolares, se desarrolle un espacio para trabajar sobre las cuestiones vinculadas a los medios masivos de comunicación (sobre todo de

¹⁶ Entendida como la sumatoria de consecuencias sociales (económicas, laborales, ideológicas, políticas, etc.) resultantes de la tensión capital-trabajo.

internet, dado su alcance), cómo estamos atravesados por estos y cómo inciden e influyen en nuestros pensamientos.

Por lo tanto, como profesionales de Trabajo Social, podemos contribuir en la elaboración de proyectos vinculados al sistema educativo, precisamente a la modificación del vigente Diseño Curricular, implementando la obligatoriedad en todas las orientaciones, de contar con una materia que aborde la cuestión de los MMC/Internet, tendiente a la formación de estudiantes con capacidad de análisis crítico respecto del mencionado tópico. Por otro lado, se podría intervenir desde los E.O.E (Equipo de Orientación Escolar) fomentando espacios de reflexión crítica, articulando la labor con diversas disciplinas especializadas en la temática en cuestión, dentro de la institución educativa.

Pero para lograr el efecto que se busca ¿podemos reducir la intervención a lo intra – escolar?. Como la comunidad educativa va más allá del espacio físico que ocupa la institución escolar, se puede replicar la labor planteada en lo intra, hacia un enfoque interinstitucional, promoviendo por ejemplo, talleres de reflexión en los espacios de uso común y frecuente de la comunidad educativa, como serían los comedores comunitarios, bibliotecas y sociedades de fomento, entre otros. Sería fundamental que la experiencia pueda socializarse con todas las comunidades educativas que sean posibles, para replicarla.

Por otro lado, y teniendo en cuenta la necesidad de alcanzar una regulación que permita resguardar la privacidad de las y los usuarios, entendemos que es inminente la elaboración de un proyecto de ley, para lo cual la transmisión de nuestra experiencia y participación en las comunidades puede resultar de vital importancia.

Referencias Bibliográficas

Bibliografía

- ✓ Aram, Aharonian, *El Asesinato De La Verdad*, Buenos Aires, Ediciones Cicus, 2017.
- ✓ Bloch, Marc, *Historia e Historiadores*, Madrid, España, Editorial Akal S.A 1999-2006
- ✓ Castells, Manuel, *La galaxia Internet*. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad. Plaza & Janés editores, Barcelona, 2001.
- ✓ Chomsky, Noam Avram – Ramonet, Ignacio, *Como nos venden la moto*. Información, poder y concentración de medios, 15a edición, Barcelona, Icaria. 2002.
- ✓ Chomsky, Noam Avram, *Ilusiones necesarias*. Control del pensamiento en las sociedades democráticas, Madrid, Libertarias/Prodhufi S.A, 1992.
- ✓ Chomsky, Noam Avram – Herman, Edward S., *Los guardianes de la libertad*. Propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas, *Barcelona, Crítica*, 1990.
- ✓ D´Adamo, Orlando James. – Virgina García Beaudoux – Flavia Freidenberg, *Medios de comunicación, efectos políticos y opinión pública, una imagen ¿vale más que mil palabras?*, República Argentina, Editorial De Belgrano, 2000.
- ✓ Durán Barba, Jaime - Nieto, Santiago, *El arte de ganar*. Como usar el ataque en campañas electorales exitosas - 1a ed. – Buenos Aires: Debate, 2011.
- ✓ Fiandesio, Claudio y otros, *Conectados en 140 caracteres*, Editor Genes, 2011
- ✓ Habermans, Jürgén, *Historia y Crítica de la Opinión Pública*, La transformación Estructural de la vida pública, México, Editorial Gustavo Gili, 1986-1994.

- ✓ Homs, Ricardo, *Marketing para el liderazgo político y social*, Editorial Grijalbo, 2013.
- ✓ Jauretche, Arturo Martín, *Escritos Inéditos, Opinión Pública y Democracia* Buenos Aires, Corregidor 2002.
- ✓ Ochoa Peña, Paz, *¿Cómo Funciona Internet? Nodos críticos desde una perspectiva de los derechos*; Santiago de Chile, ONG Derechos Digitales, 2013.
- ✓ Rivero, Daniel Salomón Behar, *Metodología de la Investigación*, Editorial Shalom, 2008.
- ✓ Rodríguez, Díaz Raquel, *Teoría de la Agenda-Setting*, Observatorio Europeo de Tendencias Sociales, CEE Limencop S.L, España, 2004.
- ✓ Tamayo, Mario y Tamayo, *El Proceso de Investigación Científica*, 4ta edición, Mexico, NIMUSA Noriega Editores, 2003.
- ✓ Taylor, Steven y Bogdan, Roberto, *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*, S/L, Ediciones Paidós; 1987.
- ✓ Suarez, Sánchez - Ocaña, Alejandro, *Desnudando a Google*, S/L, Editorial Deusto, 2012.
- ✓ Wells, Herbert George, *The war of the words*, Reino Unido, Editorial Heinemann, 1898.

Diccionario

- Definición de Intervención. Diccionario de la Real Academia Española, 2001.
- Definición de Fake News. Cambridge Dictionary, 2018.

Web

Alternativas Cuadernos de Trabajo Social N° 12. Diciembre de 2004.
Edición: Escuela Universitaria de T.S. Universidad de Alicante.
Dirección URL:

<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.915.2693&rep=rep1&type=pdf> (consultado el 2 de mayo de 2019)

Asamblea General de las Naciones Unidas. 2015. Dirección URL:
http://ap.ohchr.org/documents/S/HRC/d_res_dec/A_HRC_28_L27.pdf
(Consultado el 4 de noviembre de 2018)

BEREC – CNMC blog. 2016. Dirección URL:
<https://blog.cnmc.es/2016/06/06/el-berec-y-la-neutralidad-de-la-red/>
(Consultado el 4 de noviembre de 2018)

Cibermilitancia 2.0 - SEe. Revista Sociedad y Equidad (N° 4, julio 2012). Dirección URL:
<http://www.sye.uchile.cl/index.php/RSE/article/viewFile/20942/22921>
(Consultado el 29 de abril de 2017)

Cumbre Mundial Sobre la Sociedad de la Información. Ginebra 2003-Túnez 2005. Dirección URL: <https://www.itu.int/net/wsis/index-es.html>
(Consultado el 4 de noviembre de 2018)

Diseño curricular para la educación secundaria - Dirección General de Cultura y Educación de la provincia de Bs. As. 2010. Dirección URL:
http://servicios2.abc.gov.ar/lainstitucion/organismos/consejogeneral/disenioscurriculares/secundaria/marco_general_ciclo%20superior.pdf (Consultado el 13 de mayo de 2016)

Empoderamiento Político (...) – Natalia Garrido. SEe. Revista Sociedad y Equidad (N° 4, julio 2012). Dirección URL:
<http://www.sye.uchile.cl/index.php/RSE/article/viewFile/20942/22921>
(Consultado el 29 de abril de 2017)

Evolución de la web 1.0 – 2.0. - Becerril Javier y otros. Facultad de Ciencias Económicas Administrativas. 2012. Dirección URL:
<file:///C:/Users/solcito/Downloads/Dialnet-LaWeb20-4281033.pdf> (Consultado el 28 de octubre de 2018)

La Intervención en lo social como dispositivo (...) Alfredo Juan Manuel Carballeda. *Revista Trabajo Social UNAM*. 2010. **Dirección URL:**

<https://studylib.es/doc/5574133/la-intervenci%C3%B3n-en-lo-social-como-dispositivo.-una-mirada...> (Consultado el 8 de mayo de 2017)

Fake News – Communicaion y society. Ángel Vizoso y otros. 2019 Vol. 32. **Dirección URL:**

https://www.researchgate.net/profile/Jorge_Vazquez_Herrero/publication/330521500_Plataformas_de_fact-checking_en_espanol_Caracteristicas_organizacion_y_metodo/links/5c45e416458515a4c73664a3/Plataformas-de-fact-checking-en-espanol-Characteristicas-organizacion-y-metodo.pdf (consultado el 3 de mayo de 2019)

La guerra de los dos mundos – ABC cultura. Aitor Santos Moya. 2013.

Dirección URL: <http://www.abc.es/cultura/20131030/abci-aniversario-orson-welles-guerra-201310300614.html> (Consultado el 27 de Mayo de 2017)

La intervención en el Trabajo Social (...) Carmen Barranco Expósito.

Dirección URL:

https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/5592/1/ALT_12_05.pdf (Consultado el 5 de noviembre de 2018)

Ley De Servicios De Comunicación Audiovisuales – InfoLEG Información Legislativa. 2009. **Dirección URL:**

<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm> (Consultado el 4 de Noviembre de 2018)

Marketing político – gestiopolis.com. Alfredo Galaor y otros. 2014.

Dirección URL:

www.gestiopolis.com/marketing-politico-en-las-redes-sociales/ (Consultado el 9 de abril de 2017)

Posverdad – Pagina12.com Murolo Leonardo. 2019. Dirección de URL:

<https://www.pagina12.com.ar/192992-la-posverdad-es-la-gran-mentira>

(consultado el 14 de mayo de 2019)

Reglamento BERECE - Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado (ES).

2015. Dirección URL: <https://www.boe.es/doue/2015/310/L00001-00018.pdf>

(Consultado el 4 de noviembre de 2018)

Trolls - elsalvador.com. 2015. Dirección URL:

[http://www.elsalvador.com/noticias/nacional/168259/como-funciona-un-troll-](http://www.elsalvador.com/noticias/nacional/168259/como-funciona-un-troll-center/)

[center/](http://www.elsalvador.com/noticias/nacional/168259/como-funciona-un-troll-center/) (Consultado el 9 de abril de 2016)

Anexos

Cuando hacemos mención a la neutralidad

Ilustración A



Ilustración B



EN CAMPAÑA ELECTORAL 2015

Cuando hacemos mención a lo que planteaban algunos estudiantes:

...”es tan sutil el marketing partidario que va apareciendo en cada sitio que usamos que lo vamos incorporando sin darnos cuenta...”, y Chomsky, con el concepto de “persuasión invisible”.

YOUTUBE

Ilustración C

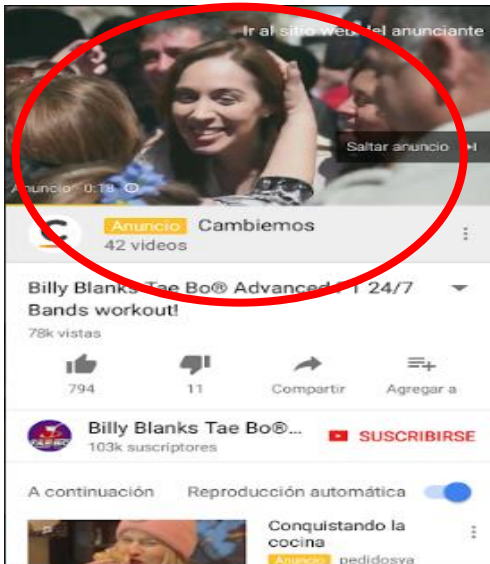


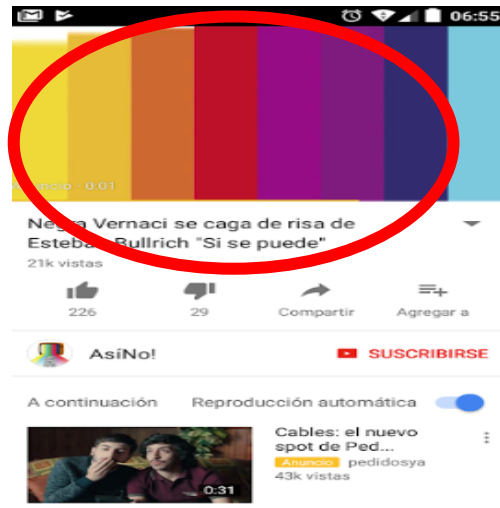
Ilustración D



Ilustración E

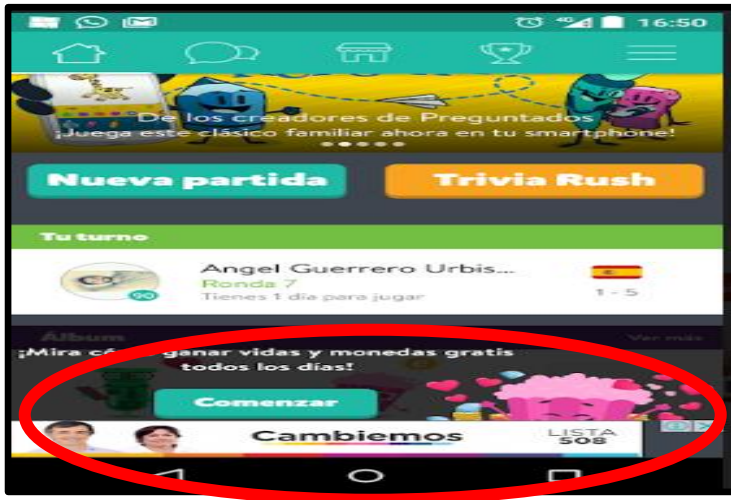


Ilustración F



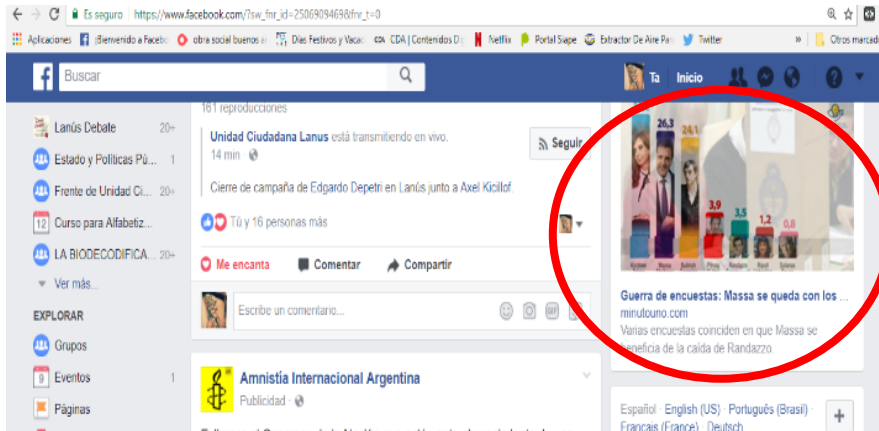
APLICACIÓN JUEGO PREGUNTADOS

Ilustración G



FACEBOOK

Ilustración H



Encuesta

Marque con una X la respuesta correcta

- 1- **Género:** Femenino..... Masculino..... Otro.....
- 2- **Edad:** 17 años..... 18 años..... más de 19 años.....
- 3- **¿Cuáles son los temas que le generan mayor interés? Puede marcar más de una opción**
Cambio climático..... Tecnología..... Cultura..... Empleo.....
Educación..... Pobreza..... Política..... Otros.....
- 4- **Cuál es su forma de participación Ciudadana? Puede marcar más de una opción**
Delegado Escolar..... Organizaciones Barriales.....
Organizaciones de Militancia..... Otros..... Ninguno.....
- 5- **¿Debate sobre temas políticos? En el caso que la respuesta sea negativa responda y pase a la pregunta número 9**
Sí..... No.....
- 6- **¿Cuáles son los espacios en dónde suele debatir sobre temas políticos? Puede marcar más de una opción**
Escuela..... Hogar..... Redes sociales..... Organizaciones barriales.....
Organizaciones de militancias..... Otros Espacios.....
- 7- **¿Votó en las elecciones 2015? Sí..... No.....**
- 8- **¿Se ha informado sobre las fórmulas presidenciales?**
Lo suficiente..... Poco suficiente..... No me he informado.....

9- ¿Se ha informado sobre las propuestas de las distintas fórmulas?

Lo suficiente..... Poco suficiente..... No me he informado.....

10- ¿Qué medios tecnológicos utiliza habitualmente para acceder a la información que es de su interés? Puede marcar más de una opción

Celular..... Computadora..... Tablet..... TV..... Otros.....

11- ¿Lugar habitual de uso de los medios tecnológicos mencionados? Puede marcar más de una opción

Hogar..... Cyber..... Escuela..... Otros.....

12- ¿Cuál es el tiempo estimado que dedica al uso de internet?

1 a 3 horas diarias..... 4 a 7 horas diaria.....Más de 8 horas diarias.....

No uso internet.....

13- ¿Qué tipo de uso le da a internet? Puede marcar más de una opción

Estudio..... Información de la realidad Argentina.....

Difusión de Información..... Entretenimiento..... Otros

14- ¿Qué importancia tiene en su vida el uso de internet? Entre éstas dos alternativas (nada importante y muy importante) ¿en qué posición se sitúa usted? Contestando del 1 al 5 en dónde el 5 representa la opción muy importante y el 1 la opción nada importante

Nada importante	1	2	3	4	5	Muy importante
-----------------	---	---	---	---	---	----------------

15- Servidores que utiliza dentro de internet para informarse de los temas de su interés. Puede marcar más de una opción

Tv Radio..... Diarios..... Facebook..... Twitter..... Otros.....

16- Servidores que utiliza dentro de internet para informarse de los temas políticos. Puede marcar más de una opción

Tv..... Radio..... Diarios..... Facebook..... Twitter.....

Otros..... Ninguno.....

17- Internet es una herramienta que brinda información sobre los temas de mi interés

De Acuerdo..... En desacuerdo..... No sabe no contesta.....

18- El uso de internet ayuda a reflexionar sobre política

De Acuerdo..... En desacuerdo..... No sabe no contesta.....

19- El uso de internet me ayuda a tomar posición político-partidaria

De Acuerdo..... En desacuerdo..... No sabe no contesta.....

Entrevista / Cuestionario

1- ¿Qué importancia ocupa en tu vida el uso de internet?

2- ¿Pará que soles hacer uso de internet?

3- ¿Crees que puede llegar a ser una herramienta para informarte sobre la realidad Argentina, en lo que a materia de política respecta?

- 4- ¿Qué sitios te parecen que pueden brindarte información sobre temas de política?
- 5- ¿Con qué frecuencia haces uso de internet para indagar sobre temas vinculados a la política?
- 6- ¿Cuánto tiempo le dedicas al uso de internet para indagar o informarte sobre temáticas vinculadas a la política?
- 7- Luego de acceder a información política ¿soles difundir la información? ¿con quién? ¿mediante qué medio?
- 8- ¿Conversas con tus amigos sobre las temáticas de política que vas conociendo?
- 9- ¿y con otras personas también conversas sobre esos temas?
- 10- ¿Crees que el uso de internet influye a la hora de formar un pensamiento y un posicionamiento político partidario?

Grupo de Discusión

- 1- Se les da la bienvenida a los participantes del grupo de discusión, y se les informa el motivo por el cual se los ha convocado (confección de un trabajo de investigación universitario)
- 2- Se les explica a los participantes en que consiste la dinámica en juego (intercambios de ideas, opiniones, información, puntos de vista, saberes, etc., que den lugar a un debate en relación a los tópicos que les será propuesto por el coordinador del grupo)
- 3- Se establece el tiempo destinado al debate (30 minutos)
- 4- Se inicia la discusión del tema, para lo cual el coordinador da a conocer los tópicos en cuestión:

- ¿el uso de internet ayuda a que lxs jóvenes se informen sobre temáticas vinculadas a la política?
 - ¿Lxs jóvenes usan internet para informarse y compartir información sobre temas vinculados a la política?
 - ¿el uso de internet ayuda a formar en lxs jóvenes una ideología política partidaria?
- 5- Una vez transcurrido el tiempo establecido se finaliza la discusión. Si el tópico aún no ha sido resuelto, el grupo decide si se alarga el lapso o se concede la oportunidad de una nueva reunión
 - 6- Puesta en común (conclusiones a las que arribó el grupo)
 - 7- Cierre (agradecimiento por la importancia de participación de los jóvenes en la construcción del trabajo de investigación)